

مخاطب و قراردادهای استفاده از متن رسانه‌ای: مطالعه مقایسه‌ای فیلم و

بازی‌های رایانه‌ای به مثابه دو ژانر در متون رسانه‌ای

آرین طاهری ✉، کمیل سوهانی*

چکیده

ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی، از طریق رمزها و قراردادهای تولید متن رسانه‌ای، قراردادهای استفاده از متن رسانه‌ای را خلق می‌کنند. مقاله حاضر با استفاده از روش «فراهم‌نهاد کیفی» و مرور ادبیات نظری مربوط به روایت‌شناسی و نشانه‌شناسی در مطالعات فیلم و بازی‌های رایانه‌ای، اثرات مداخله‌یادگیری قراردادهای استفاده از بازی‌های رایانه‌ای را بر پذیرش قراردادهای استفاده از فیلم (برنامه‌نمایشی تلویزیونی)، به مثابه دو ژانر در متون رسانه‌ای، مورد بررسی قرار می‌دهد. برای این منظور، ساختارهای زبانی و زیبایی‌شناختی فیلم و بازی رایانه‌ای مورد مطالعه مقایسه‌ای قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان داد که این ساختارها در بازی‌های رایانه‌ای، اختیارات کاربر را در سطوح «مواجهه با متن» و «تصرف در متن» افزایش و در سطح «تفسیر متن» کاهش می‌دهند؛ در حالی که فیلم‌ها، معکوس این وضعیت را در ارتباط با مخاطبان خود به وجود می‌آورند.

کلید واژه‌ها: بازی‌های رایانه‌ای، فیلم، متن، مخاطب/کاربر، قراردادهای استفاده از متن

✉ نویسنده مسئول: کارشناسی ارشد تحقیق در ارتباطات، دانشگاه صداوسیما Email: Tahery.aryan@gmail.com

* کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه صداوسیما

تاریخ دریافت: ۹۲/۲/۱۶ تجدید نظر: ۹۲/۸/۱۴ پذیرش نهایی: ۹۲/۹/۳۰

مقدمه و طرح مسئله

بازی‌های رایانه‌ای در زمره مهم‌ترین وسایل سرگرمی کودکان و نوجوانان در دهه‌های اخیر بوده‌اند. بررسی اثرات پرداختن به این بازی‌ها بویژه بر گروه سنی کودکان و نوجوانان، از موضوعات مورد علاقه طیف وسیعی از پژوهشگران علوم اجتماعی در جهان بوده است. با این وصف چیزی که در این میان شاید کمتر به آن پرداخته شده باشد، بررسی اثرات این بازی‌ها، بر نحوه استفاده مخاطبان آنها از رسانه‌های دیگر است. باتوجه به بروز و ظهور نسلی که به طور فراگیر، تجربه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای را به مثابه یک فعالیت رسانه‌ای مستمر و پیگیر از سرگذرانده است، به نظر می‌رسد، پرداختن به یک رشته مطالعات جدی در خصوص تأثیرات متقابل این رسانه نوظهور بر انتظارات مخاطب از سایر رسانه‌ها ضرورت داشته باشد.

مسئله‌ای که به طور عمده در پژوهش تأثیرات رسانه‌ای از نظر دور می‌ماند، این است که هر فرد به طور معمول، در طول یک روز با چندین رسانه مختلف، با قواعد و شرایط خاص استفاده از آنها، ارتباط برقرار می‌کند. برای مثال، نوجوانی که مخاطب یک برنامه نمایشی از تلویزیون است، ممکن است ساعتی قبل به یک بازی رایانه‌ای پرداخته باشد و بنا داشته باشد پس از پایان برنامه تلویزیونی، به صفحه شخصی خود در شبکه اجتماعی فیس‌بوک^۱ یا توییتر^۲ سری بزند. از اینجاست که این سؤال مطرح می‌شود که تعامل نوجوان مثال ما با هر کدام از رسانه‌هایی که با آن ارتباط برقرار می‌کند، چه تأثیری بر انتظارات وی از رسانه‌های دیگر و همچنین کیفیت برقراری ارتباط او با آنها دارد؟ قراردادهای استفاده از هر کدام از این رسانه‌ها، چگونه در قراردادهای استفاده از رسانه‌های دیگر مداخله می‌کنند و در فراگیری یا تمایل مخاطب به آنها موجب اخلال می‌شوند؟

اهداف پژوهش

در این پژوهش، قراردادهای استفاده مخاطب از بازی‌های رایانه‌ای در مقایسه با قراردادهای استفاده مخاطب از برنامه‌های نمایشی تلویزیون مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

1. facebook

2. twitter

چنین مقایسه‌ای از لحاظ نظری به ما آگاهی خواهد داد که نسلی از مخاطبان تلویزیون که استفاده از بازی‌های رایانه‌ای را به عنوان شکلی از فعالیت رسانه‌ای تجربه کرده‌اند، چه تمایلات یا انتظاراتی در برقراری ارتباط با برنامه‌های نمایشی تلویزیون دارند. هدف از این پژوهش، دستیابی به یک فرضیه بنیادی در خصوص تفاوت‌های کلی ساختار زبانی و زیبایی‌شناسی بازی‌های رایانه‌ای و فیلم^(۱) است؛ همچنین چگونگی متجلی شدن این تفاوت‌ها در قراردادهای استفاده مخاطب از متون هر کدام از این دو رسانه.

پرسش‌های محوری پژوهش

در این پژوهش در مطالعه قراردادهای استفاده مخاطب از متن رسانه‌ای، بر «اختیارات مخاطب» در فرایند برقراری ارتباط با بازی‌های رایانه‌ای و فیلم (برنامه نمایشی تلویزیون) تمرکز شده است تا روشن شود که اختیارات مخاطب در فرایند برقراری ارتباط با هر کدام از این دو گونه از متن رسانه‌ای، چه تفاوت‌هایی با یکدیگر دارند؟ و تفاوت میان آنها برای مخاطبان تلویزیون چه انتظارات و تمایلاتی ایجاد می‌کند؟

روش پژوهش

این مقاله با در نظر گرفتن بازی‌های رایانه‌ای و فیلم (برنامه نمایشی تلویزیونی^(۲)) به مثابه دو ژانر در متون رسانه‌ای و با محدود کردن دامنه بررسی‌های خود به تحلیل ساختارهای زبانی و زیبایی‌شناختی آنها، با استفاده از «روش فرا هم‌نهاد کیفی^(۱)»، تازه‌ترین نظریه‌های روایت‌شناسی و نشانه‌شناسی را در مطالعات بازی‌های رایانه‌ای و فیلم، در خدمت تبیین موضوع اثرات مداخله‌ی یادگیری قراردادهای استفاده از بازی رایانه‌ای بر پذیرش و تمایل به قراردادهای استفاده از فیلم (برنامه نمایشی تلویزیونی) درآورده است.

«روش فرا هم‌نهاد کیفی عبارت است از گردآوری یافته‌های مجموعه بزرگی از مطالعات منتشر شده و سپس تحلیل کل آنها. به عبارت دیگر، فرا هم‌نهاد کیفی روش مطالعه پژوهش‌های انجام شده و مرور ادبیات نظری^(۲) در حوزه‌های خاص و دستیابی به موضوعات جدید از خلال مقایسه نتایج است. در این روش، پرسش‌های تحلیل،

1. qualitative meta- synthesis

2. literature review

مشخص و مطالعات پیشین جمع‌آوری می‌شوند، نتایج و خصوصیات مطالعات انجام شده مورد توجه قرار می‌گیرند و بر روی نتایج و خصوصیات مطالعات انجام شده در زمینه موضوع مورد نظر، ارزیابی صورت می‌گیرد» (تورن^۱ و همکاران، ۲۰۰۴، ص ۱۳۴۲). بر این اساس، در مقاله حاضر، مجموعه‌ای از جدیدترین مطالعات و نظریات در حوزه بازی‌های رایانه‌ای و فیلم، جمع‌آوری شده و در ارتباط با موضوع، اهداف و سؤالات اصلی مقاله، مورد استفاده و ارزیابی قرار گرفته‌اند.

قلمرو نظری پژوهش

بر اساس تقسیم‌بندی مک کوئیل^۲ از نظریه‌های موجود در مطالعات ارتباط جمعی، این مقاله از حیث نظری در قلمرو «نظریه‌های فهم متعارف»، موضوع مورد بحث را بسط و گسترش می‌دهد. «بیشتر افراد به مجموعه شکل یافته‌ای از افکار درباره رسانه مورد توجه خود مجهزند که به آنها امکان می‌دهد برخورداردی مطلوب و با ثبات با رسانه‌ها داشته باشند. نظریه‌های فهم متعارف، مجموعه‌ای از تعاریف پایه درباره اینکه رسانه‌ها چیست‌اند و چه فرق‌هایی با هم دارند و همچنین اطلاعاتی در مورد ژانرها و چارچوب‌های مربوط به هر رسانه ارائه می‌دهند. بسیاری از هنجارها و معیارهای حاکم بر نحوه استفاده مخاطبان از رسانه‌ها و یا باورهای در مورد آنها که می‌تواند بر برنامه‌ریزی و سیاستگذاری عمومی در باب رسانه‌ها مؤثر باشد، می‌توان در میان این نوع نظریه پیدا کرد» (ترجمه اجلالی، ۱۳۸۸، صص ۲۴-۲۵).

مرزبندی و دقت نظر در بازشناسی ساختارهای قراردادی استفاده از رسانه‌ها، همان مفهومی را پدید می‌آورد که در ادبیات مطالعات سواد رسانه‌ای^۳ از آن به عنوان «ژانر^۴» در تحلیل متون رسانه‌ای یاد می‌شود و در معنای کلی، مراد از آن، تفکیک ساختارهای قراردادی استفاده از متون رسانه‌ای مختلف (از قبیل عکس، متن مکتوب، فیلم، گفتار و ...) است. «ژانرها دارای قراردادهای مشخصی هستند که انتظارات مخاطب را می‌سازند؛ این موضوع نیز باید در نظر گرفته شود که ژانرها همچنین می‌توانند در میان رسانه‌های مختلف مطرح شوند» (دیویدسون^۵، ۲۰۰۸، ص ۳۲). مقاله حاضر در قلمرو این مفهوم

1. Thorne 2. McQuail 3. media literacy
4. Gener 5. Davidson

از ژانر، یعنی ژانر به مثابه انواع مختلف متن رسانه‌ای، به بررسی مداخله اثرات یادگیری ساختارهای قراردادی استفاده از بازی رایانه‌ای بر نحوه پذیرش و تمایل به ساختارهای قراردادی استفاده از فیلم (برنامه نمایشی تلویزیونی) می‌پردازد.

رسانه‌ها و قراردادهای استفاده از متن

قراردادهای استفاده مخاطب از متن رسانه‌ای طی یک دوره طولانی مدت از تعامل تولیدکننده و استفاده کننده، ساختارهای اساسی خود را یافته‌اند. قراردادهای استفاده از متن، به طریقی ناگسستنی، وابسته به رمزها و قراردادهای^۱ تولید متن هستند. این رمزها و قراردادهای تولید، ارزش‌های کارکردی و معنایی متن را خلق می‌کنند. مخاطب متن، از طریق پذیرش و یادگیری ارزش‌های کارکردی و معنایی رمزها و قراردادهای تولید، با متن همراه می‌شود و آن را دریافت و تفسیر می‌کند.

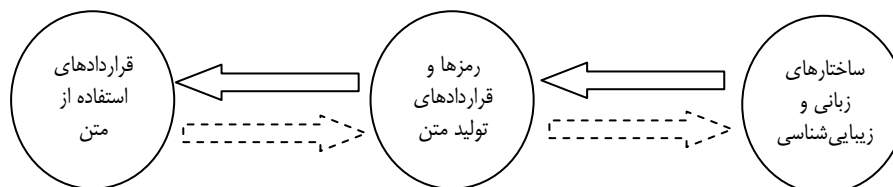
کلنر^۲ و ساهر^۳ (۲۰۰۵) معتقد است که عناصر زبانی و زیبایی‌شناختی رسانه‌ها، زمینه‌ای کلی در خصوص شیوه‌های تولید متن و کارکردهای اجزای مختلف تشکیل دهنده آن به دست می‌دهند که به طور عمده برآمده از خصلت‌های منحصر به فرد فناورانه است، و رمزها و قراردادهای تولید بر بستر همین زمینه کلی شکل می‌گیرند. در حقیقت، رمزها و قراردادهای تولید متن در رسانه‌های مختلف، تحت ضوابطی که ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی هر رسانه تعیین می‌کند، به وجود می‌آیند. در مرحله بعد، این رمزها و قراردادهای تولید، از طریق تکرار شدن در طول رابطه مستمر متن رسانه‌ای با دریافت‌کنندگان آن، توافق‌ها و قراردادهای استفاده از متن رسانه‌ای را خلق می‌کنند. این زنجیره در روندی معکوس نیز جریان می‌یابد و به تولید و بازتولید ارزش‌های نوین در فرایند ارتباط مخاطب با متن و همچنین ایجاد رمزها و قراردادهای تازه برای تولید متن یا حتی گسترش محدوده ساختارهای زبانی و زیبایی‌شناختی رسانه براساس ایده‌آل‌های نوین فرایند برقراری ارتباط با مخاطب می‌انجامد (تصویر ۱).

تصویر ۱- رمزها و قراردادهای تولید، از یک سو از ساختارهای زبانی و زیبایی‌شناختی رسانه تبعیت می‌کنند و از سوی دیگر قراردادهای استفاده از متن را گسترش می‌دهند.

1. codes and conventions

2. Kellner

3. Sahre



هر گونه از متون رسانه‌ای، دارای ساختار زبانی و زیبایی‌شناسی فنی و شکلی منحصر به خود است که رمزها و قراردادهای تولید، از آن تبعیت می‌کنند. برای نمونه، عناصر ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی یک فیلم (برنامه نمایشی تلویزیون) به‌مثابه متن رسانه‌ای، متکی بر نشانه‌های تصویری و ضمیمه‌های شنیداری آنها هستند و در طول یک پیوستگی معنادار در کنار یکدیگر، گفتمان متن و ارزش‌های معنایی مورد نظر تولیدکنندگان را در درون آن شکل می‌دهند. در مرحله بعد، استفاده از اندازه نماهای مختلف، حرکت‌های دوربین، شیوه‌های مختلف تقطیع و تدوین تصاویر، اضافه کردن موسیقی و انواع حاشیه‌های شنیداری و ... همگی در مقام رمزها و قراردادهای تولید متن عمل می‌کنند و در خدمت خلق ارزش‌های معنایی در گفتمان متن، قرار می‌گیرند. با تکرار این رمزها و قراردادهای تولید، مخاطبان به مرور، با نحوه استفاده از متن آشنا می‌شوند و به تدریج، قراردادهای استفاده از متن شکل می‌گیرند. قراردادهایی که اساسی‌ترین آنها از طریق ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی متن و پیش از مداخله رمزها و قراردادهای تولید شکل گرفته‌اند. برای مثال، در مورد فیلم، اساسی‌ترین قرارداد استفاده از متن، «توانایی دیدن» و «تحلیل منطقی» روند چپ‌نش تصاویر در کنار هم و همراهی حاشیه‌های شنیداری آنهاست. پس از آن، رمزها و قراردادهای تولید، از طریق تکرار در طول زمان، مخاطبان را متوجه تأکیدات ارزشی و معنایی موجود در متن می‌کنند. آنها در حکم راهنمایان مخاطب برای بی بردن به ارزش‌های محتوایی متن عمل می‌کنند و در همین زمینه، ضمن گسترده‌تر کردن قرارداد استفاده از متن، آنها را عمق بیشتری می‌بخشند. در خصوص بازی‌های رایانه‌ای نیز همین فرایند صدق می‌کند. ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی در بازی‌ها، مبتنی بر قابلیت متن برای برقراری و تنظیم تعامل معنی‌دار،

میان کاربر و اطلاعات رقمی^۱ است که از طریق واسط‌های درونداد^۲ و برونداد^۳ اطلاعات، در یک فرایند تعاملی، رد و بدل می‌شوند. در این حالت، اساسی‌ترین قرارداد استفاده از متن، که از ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی متن ناشی می‌شود، توانایی کاربر در کار با ابزارهای الکترونیکی است که از طریق آنها، داده‌های رقمی رد و بدل می‌شوند (و البته پس از آن توانایی دیدن و تحلیل منطقی نتایج تعامل با دستگاه رایانه‌ای نیز شرطی اساسی برای استفاده از متن بازی محسوب می‌شود). در این مسیر، نمودهای گرافیکی، نشانه‌های تصویری و نوشتاری، حاشیه‌های صوتی، رویه‌های شکست و پیروزی در بازی و نظایر اینها، در حکم رمزها و قراردادهای تولید متن بازی‌ها عمل می‌کنند که به خلق ارزش‌های معنایی مورد نظر تولیدکنندگان متن، بر مبنای نظام زبانی و زیبایی‌شناختی بازی‌ها یاری می‌رسانند و همزمان قراردادهای استفاده از متن را عمق و گستره بیشتر می‌دهند.

مخاطب و مسئله استفاده از متن

تمرکز مقاله حاضر در خصوص تحلیل مسئله استفاده مخاطب از متن، معطوف به بررسی «اختیارات مخاطب» در فرایند ارتباط با متن رسانه‌ای است. متن رسانه‌ای از طریق تبعیت از رمزها و قراردادهای تولید خود، به طور مستقیم قراردادهایی را به منظور استفاده از متن برای مخاطبان ایجاد می‌کند که می‌توان بخشی از آنها را در قالب اختیاراتی که هر متن رسانه‌ای به مخاطب خود تفویض می‌کند، مورد تحلیل و ارزیابی قرار داد. در مقاله حاضر، تحلیل اختیارات مخاطب را در فرایند ارتباط با متن رسانه‌ای به سه سطح مشخص تفکیک می‌شود. این سطوح سه‌گانه عبارت‌اند از: ۱. اختیارات مخاطب در سطح مواجهه با متن، ۲. اختیارات مخاطب در سطح تصرف در متن و ۳. اختیارات مخاطب در سطح تفسیر متن.

۱. اختیارات مخاطب در سطح مواجهه با متن. این سطح از تحلیل، مقدماتی‌ترین سطح تحلیل ارتباط مخاطب و متن در نظر گرفته می‌شود و شرایط عامی که در حکم بستر برقراری ارتباط متن و مخاطب عمل می‌کنند، مورد بررسی قرار می‌گیرد. بررسی

1. digital interaction

2. in-put interfaces

3. out-put interfaces

در سطح «مواجهه» مخاطب با متن رسانه‌ای، به این موضوع می‌پردازد که اساساً تحت چه شرایطی، ارتباط متن و استفاده‌کننده برقرار می‌شود؛ برای مثال، تحلیل اختیارات مخاطب در سطح «مواجهه» با متن، می‌تواند مربوط به زمان و مکان عرضه متن از سوی تولیدکننده (توزیع‌کننده) باشد. همچنین، اینکه متن در چه شرایطی در دسترس مخاطب قرار می‌گیرد؛ آیا مخاطب باید در یک محیط عمومی با متن مواجه شود یا می‌تواند در محیط شخصی هم به آن دسترسی داشته باشد؛ یا اینکه آیا زمان مواجهه با متن، در اختیار مخاطب و به انتخاب اوست، یا مخاطب ناچار است خود را با زمان عرضه و ارائه متن تنظیم کند؛ و دست‌آخر اینکه مخاطب چه اختیاراتی در شروع ارتباط با متن و خاتمه دادن به این ارتباط دارد. چنین جزئیاتی، در حکم میانجی عمل ارتباط میان مخاطب و متن ایفای نقش می‌کنند. به این ترتیب، این سطح از تحلیل، فارغ از اینکه روال‌های درونی ارتباط مخاطب و متن، واجد چه کیفیت‌ها و ویژگی‌هایی است، شرایط بیرونی و عمومی را که تحت آنها، برقراری یا خاتمه یافتن ارتباط با متن رسانه‌ای صورت می‌پذیرد، مورد بررسی قرار می‌دهد.

۲. اختیارات مخاطب در سطح تصرف در متن. در دومین سطح، قدم را از تحلیل ساختارهای صوری برقراری و اتمام ارتباط با متن فراتر می‌گذاریم و وارد قلمرو تحلیل روال‌های استفاده از متن می‌شویم. در واقع در این سطح از تحلیل، این موضوع مطرح است که متن تا چه حد نسبت به شیوه‌های احتمالی استفاده مخاطبان، انعطاف‌پذیر و به اصطلاح باز است و مخاطب در فرایند استفاده از متن تا چه حد در پیشبرد فرایند ارتباط، احساس و همچنین امکان آزادی عمل دارد. پرسش‌هایی از این قبیل که «آیا متن در مورد روایتی که خلق می‌کند مذاکره‌پذیر هست یا خیر؟» یا اینکه «آیا چیزی از ساختمان روایی متن به دست مخاطب تکمیل یا ساخته می‌شود یا خیر؟» و یا این پرسش سنتی که «آیا جریان ارتباط متن و مخاطب یک‌سویه است یا دوسویه؟» همگی پرسش‌هایی هستند که به این سطح از تحلیل، مرتبط می‌شوند.

۳. اختیارات مخاطب در سطح تفسیر متن. در آخرین سطح، این موضوع مد نظر قرار می‌گیرد که در چارچوب اختیارات مخاطب در سطح مواجهه و تصرف در متن، تفسیر آزاد و خلاق متن تا چه حد برای وی امکان‌پذیر است. باید توجه داشت که تحلیل فرایند تفسیر، هم به صورت همزمان با استفاده مخاطب از متن و هم پس از پایان

فرایند ارتباط با متن رسانه‌ای و به عنوان نتیجه‌گیری مخاطب از فرایند ارتباط، مورد توجه است. در اینجا، این بحث مطرح می‌شود که متن تا چه حد قابلیت آن را دارد که معنای ذهنی طیف‌های مختلف مخاطبان را حمل کند؟ در واقع، فارغ از بحث نظری در این خصوص که «خوانش مرجح^۱» چه می‌تواند باشد، این سطح از تحلیل به این پرسش محوری می‌پردازد که مخاطبان تا چه حد در کار اطلاق معنای شخصی خود به محتوای پیام توفیق می‌یابند.

در ادامه، محور اساسی کار ما این خواهد بود که بررسی کنیم بازی رایانه‌ای و برنامه نمایشی تلویزیون در این سه سطح از فرایند ارتباط، چه اختیاراتی به مخاطبان خود تفویض می‌کنند. پیش از آغاز این کار، لازم است عناصر زبانی و زیبایی‌شناختی^۲ بازی‌ها، به شکلی مقایسه‌ای با عناصر زبانی و زیبایی‌شناختی فیلم‌ها، مرور شوند.

عناصر زبانی و زیبایی‌شناختی بازی‌های رایانه‌ای

«بازی‌ها ترکیبی از فیلم سینمایی، سریال تلویزیونی، داستان‌های مصور، کارتونها و قصه‌های اسطوره‌ای‌اند؛ با این حال هنوز چیز دیگری‌اند. بازی‌ها زیبایی‌شناسی خاص خود را دارند» (کوثری، ۱۳۸۹، ص ۱۵۲). اما عناصر تشکیل‌دهنده ساختارهای زبانی و زیبایی‌شناختی بازی‌ها، با وجود تمام شباهت‌ها، تفاوت‌های مهمی نیز با فیلم‌ها دارند. عناصر تشکیل‌دهنده ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی بازی‌ها، در سه سطح قابل تحلیل‌اند: سطح نشانه‌ای، سطح روایی و سطح رویه‌ای.

سطح محتوایی. که شامل دو نظام نشانه‌ای دیداری و شنیداری است و کوچک‌ترین عناصر گرافیکی موجود در بازی، طراحی‌های تصویری، صحنه‌پردازی‌ها و همچنین موسیقی‌ها، صداها، محیطی، گفتگوی بین شخصیت‌ها و نظایر آن را در بر می‌گیرد که از بعد نشانه‌شناختی قابل تحلیل و معنایابی هستند.

سطح روایی. که شامل جنبه‌های مضمونی^۳ سناریوی بازی، طراحی رویدادها، پیرنگ و شخصیت‌پردازی می‌شود و به طور عمده، مربوط به بازی‌هایی است که دارای روایت داستانی هستند (مانند بازی‌های ماجراجویی^(۳)). از این بابت، این سطح از تحلیل کمتر

1. preferred reading

2. aesthetics

3. thematic

مترتب ژانرهایی مانند بازی‌های گه‌گاهی^(۴) و بازی‌های فکری^(۵) می‌شود. بررسی روایت بازی، از حیث نظری، بررسی همان تعریف موجود از روایت در ادبیات داستانی و مطالعات فیلم است؛ مطالعه این موضوع که درام، عناصر تشکیل‌دهنده خود را در چه مسیری گسترش می‌دهد تا به نقطه عطف و سرانجام، غایت خود برسد.

اما در مطالعات روایت‌شناسی، دقایقی هست که عطف توجه به آنها حائز اهمیت بسیار است. کریستین متز^۱ در این باره می‌گوید: «روایت شامل دو مرتبه زمانی موازی است: اول، زمانی که رویداد روایت می‌شود و دوم، زمان جاری در روایت (زمان مدلول و زمان دال). این دوگانگی، تمام اعوجاج زمانی را که در روایت‌ها معمول است تبیین می‌کند (برای مثال، در یک رمان سه سال از زندگی قهرمان در دو صفحه جمع‌بندی می‌شود یا در یک فیلم با چند نما). در یک نگاه کلی‌تر، این دوگانگی ما را به توجه در یکی از کارکردهای روایت واقف می‌سازد که همانا کشف یک ترتیب زمانی به مدد ترتیب زمانی دیگر است» (به نقل از جنت^۲، ۱۹۸۰).

از سوی دیگر، روایت در بازی، شکلی متفاوت با روایت در فیلم یا داستان دارد. از این رو، گروهی از پژوهشگران در حوزه مطالعات بازی‌های رایانه‌ای ترجیح می‌دهند به جای اصطلاح روایت‌شناسی^۳ از اصطلاح بازی‌شناسی^۴ در مطالعه بازی‌ها استفاده کنند. بازی‌شناسان برآنند که روایت از پیش موجود، در بازی وجود ندارد و روایت در جریان بازی به تدریج ساخته می‌شود و این ساخت تدریجی روایت در بازی، از طریق مشارکت فعال مخاطب در ارتباط با متن به دست می‌آید. از طریق همین ویژگی خاص بازی‌های رایانه‌ای است که استعاره «عاملیت»^۵ خلق می‌شود. این استعاره، در واقع همان ویژگی را در بازی‌های رایانه‌ای توضیح می‌دهد که بازی از طریق آن، کاربر خود را در تکمیل ساختمان متن شریک می‌کند. در هنگام بازی، کاربر در جایگاه مؤلف متن بازی قرار می‌گیرد و کار نیمه‌تمام او را در خصوص خلق گفتمان متن، تمام می‌کند. همین موضوع سبب می‌شود که در ادبیات جاری مطالعات بازی‌های رایانه‌ای، از استفاده‌کننده بازی، با عنوان کاربر^۶ یاد شود، نه مخاطب^۷. بازی‌های رایانه‌ای به عنوان پیامد رشد و

1. Christian Metz

2. Genette

3. narratology

4. ludology

5. agency

6. user

7. audience

توسعه رسانه‌های ویدئویی، الکترونیکی و رایانه‌ای، پرورش‌دهنده نسل جدیدی از استفاده‌کننده فعال هستند که استعاره عاملیت حاکم بر آنها، نمود مشخص این موضوع به شمار می‌آید. در تحلیل «رویه‌های^۱ بازی»، در مورد چگونگی‌های خلق استعاره عاملیت در متن بازی‌های رایانه‌ای، جزئیات بیشتری را طرح می‌شود.

سطح رویه‌ای. رویه بازی تعیین می‌کند که کاربر از طریق چه کارهایی می‌تواند کاراکتر اصلی بازی را به مقاصد و اهداف خود برساند. رویه‌های بازی، شیوه‌های مجاز کنشگری کاربر در جهان بازی هستند. دنبال کردن رویه‌های بازی از سوی کاربر، به معنای انجام کنش‌هایی است که روایت‌های میانی یا هدف‌گایی بازی^۲ را کامل می‌کنند. در انجام این کنش‌ها و تکمیل گفتمان متن، ابتکار و اختیار عمل، از سوی تولیدکننده متن به دست کاربر بازی سپرده شده است و به این ترتیب، رویه‌های بازی عامل اصلی پررنگ کردن اثر استعاره «عاملیت» هستند. رویه‌ها، خصیصه اصیل و ذاتی بازی‌های رایانه‌ای و قوانینی هستند که اساساً عمل «بازی کردن» بر اساس آنها امکان‌پذیر می‌شود. به این ترتیب، در تحلیل بازی‌های رایانه‌ای، بخش مهمی از کار ارزیابی متن، باید متوجه ساختار رویه‌ای بازی باشد. چرا که در نهایت، محتوا و درونمایه بازی و همچنین روایت و طرح داستانی آن از طریق رویه‌های بازی معنا می‌یابند.

با وجود این، واژه «رویه» به‌خودی‌خود، بار معنایی مثبتی به ذهن متبادر نمی‌کند. ما به‌طور معمول، رویه‌ها را به‌عنوان روش‌های جزئی و ثابت انجام امور فهم می‌کنیم؛ مانند رویه‌های رسمی یا دیوانسالاری اداری. رویه‌ها در انواع بازی، سامانه‌های مقیدکننده‌ای هستند که امکان بروز و ظهور فضاهایی را که می‌توان در جریان بازی کشف کرد، خلق می‌کنند» (بوگوست^۳، ۲۰۰۸، ص ۱۲۲).

بوگوست (۲۰۰۸) به کتاب جنت موری^۴ اشاره می‌کند. موری در این کتاب، اصطلاح «رویه‌ای» را برای اشاره به قابلیت شاخص رایانه، در اجرای مجموعه‌ای از قوانین به کار می‌برد. رویه‌ای بودن، ارزش اساسی متون رایانه‌ای است. نظام رویه‌ای، نحوه رفتار عناصر تشکیل‌دهنده متن را بر اساس الگوهای قانون‌مدار خلق می‌کند. بر این اساس، کاربر در حقیقت، مجبور به تبعیت از رویه‌های بازی است؛ در غیر این

1. procedure

2. game goal

3. Bogost

4. Janet Murray

صورت، در بازی شکست می‌خورد. این موضوع در تناقض با تفویض نقش و اعطای ابتکار عمل به کاربر در آغاز بازی قرار می‌گیرد. در چنین شرایطی، استعاره عاملیت در حقیقت در خدمت توهمی از آزادی عمل است که با ترفندهای اجرایی از گرافیک بازی تا ویژگی‌های سناریوی آن از طریق تولیدکنندگان در دل متن خلق شده است. «بازیکنان تنها باید از دستورالعمل‌های ارائه شده از جانب طراحان استفاده کنند. تنها در این صورت است که احتمال پیروزی وجود خواهد داشت و در غیر این صورت، ناپودی و شکست پیش روست. کاربران بازی‌های رایانه‌ای از طرفی در اوج آزادی و از طرف دیگر در اوج اسارت و جبر هستند و باید همان گونه که به آنها دیکته می‌شود، رفتار کنند» (منطقی، ۱۳۷۳، ص ۹۶).

با مرور سطوح سه‌گانه عناصر ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی بازی‌ها و نظر افکندن اجمالی بر شباهت‌ها و تفاوت‌های آن با عناصر ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی فیلم (برنامه‌های نمایشی تلویزیون)، در بخش بعدی، این موضوع تحلیل خواهد شد که تفاوت‌های ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی بازی‌ها و فیلم‌ها، چگونه بر قراردادهای استفاده از متن و سطح اختیارات استفاده‌کنندگان این دو ژانر از متون رسانه‌ای تأثیر می‌گذارد.

اختیارات مخاطب در سطح مواجهه با متن

در مورد بازی‌های رایانه‌ای، مواجهه کاربر با متن، از لحاظ اینکه به چه نوع بازی رایانه‌ای و کدام بازی بویژه از گونه‌های مختلف بازی رایانه‌ای بپردازد، ماهیت انتخابی دارد. همچنین، مواجهه با برنامه نمایشی تلویزیونی هم اغلب ماهیت انتخابی دارد. اما در خصوص زمان مواجهه، شرایط کمی متفاوت است.

زمان آغاز یک بازی رایانه‌ای کاملاً اختیاری است. در واقع بازی، در هر لحظه‌ای که کاربر اراده کند، احضارشدنی است. این در حالی است که دسترسی به برنامه‌های نمایشی تلویزیونی، اغلب نیاز به زمان‌بندی مشخص برای فعالیت‌های روزانه دارد. برنامه در ساعت مشخصی، پخش و به احتمال، در ساعت مشخص دیگری، بار دیگر تکرار می‌شود و در هر دو بار، این مخاطب است که باید زمان خود را با زمان پخش برنامه تنظیم کند.

از سوی دیگر، به طور معمول، مدت زمانی هم که فرد مشغول یک بازی رایانه‌ای است، کاملاً به اختیار او قابل تنظیم است. چنان که می‌تواند هر تعداد مرحله از بازی را

که تمایل دارد، پیش ببرد یا یک بازی مشخص را به دفعات دلخواه خود تکرار کند؛ این موضوع حتی در مورد بازی‌هایی که انجام یک مأموریت بخصوص را در یک مدت زمان مشخص طلب می‌کنند، صادق است چرا که در نهایت این کاربر است که تعیین می‌کند چند بار قصد دارد شانس خود را در به انجام رساندن موفقیت‌آمیز مأموریت بازی، امتحان کند. به این ترتیب، قطع جریان بازی، تنها به دلیل یک اجبار خارجی که تنها از سوی کاربر بازی قابل درک و دریافت است، صورت می‌پذیرد (برای مثال، خستگی ناشی از بی‌تحرك بودن بدن یا ضرورت انجام تعهدات شخصی و اجتماعی واقعی در خارج از دنیای بازی). در بروز ضرورت‌های منتهی به قطع بازی، تولیدکننده متن نقش تعیین‌کننده‌ای ندارد.

این موضوع در مورد برنامه‌های نمایشی تلویزیون صدق نمی‌کند. این تولیدکننده برنامه است که برای مخاطب تصمیم می‌گیرد شخصیت‌های داستان را برای چه مدت زمانی دنبال کند. یک برنامه تلویزیونی، مدت زمان مشخصی به درازا خواهد کشید و با فرض اینکه مخاطب علاقه‌مند به استفاده از متن باشد، زمان آغاز و پایان ارتباط متن و مخاطب را تولیدکننده تعیین می‌کند. این مسئله بویژه در مورد برنامه‌های نمایشی دنباله‌دار مانند سریال‌ها به خوبی برجسته است. همواره تصمیم‌سازی در مورد میزانی از پیشرفت در روایت درام که در یک قسمت از یک مجموعه تلویزیونی صورت می‌پذیرد، در انحصار از سوی تولیدکننده (و یا گاه توزیع‌کننده یا بر اثر توافق، هر دو) است و استفاده‌کننده متن در آن هیچ نقشی ندارد.

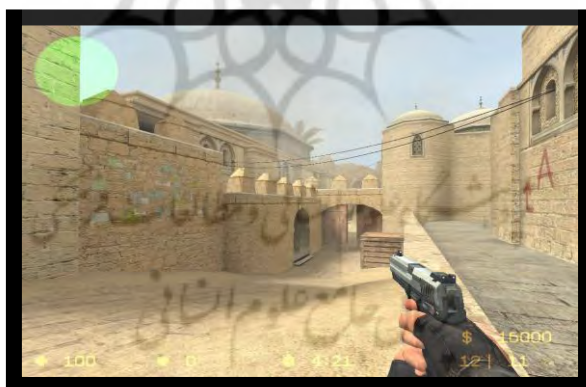
اختیارات مخاطب در سطح تصرف در متن

بازی‌های رایانه‌ای به طور عمده با نوعی تفویض نقش به استفاده‌کننده آغاز می‌شوند. اغلب آن‌ها به نوعی از کاربر بازی می‌خواهند که به منظور تحقق بخشیدن به اهداف بازی، تلاشی جذاب و سرگرم‌کننده را آغاز کنند. «این ترفند روان‌شناختی شگفت‌انگیز، پدیده حاکم بر بازی است. بازی با اعطای اختیارات باز اولیه، مشارکت بازیکن را، جلب و به او موضع هدایت‌کننده و رهبر بازی را القا می‌کند» (منطقی، ۱۳۷۳، ص ۸۷). «بازی‌ها همواره بر این فرض منطقی استوارند که کاربر با انجام کارهایی به طور متقابل، بر مسیر پیشرفت بازی تأثیر می‌گذارد (اقداماتی انجام می‌دهند ولی اصلاً داستان

مشخص و از پیش تعیین شده‌ای را دنبال نمی‌کند). این خصیصه در بازی‌های قدیمی نظیر شطرنج نیز وجود دارد؛ جایی که ما در انتزاعی از یک وضعیت جنگی ایفای نقش می‌کنیم. این ویژگی در ژانر بازی‌های رایانه‌ای ایفای نقش^۱ که در آن کاربر بازی باشخصیت اصلی هم هویت می‌شود و ماجرای بازی را از جایگاه او دنبال می‌کند، برجسته‌تر است» (دیویدسون، ۲۰۰۸، ص ۲۰).

نک^۲ و لیندلی^۳ (۲۰۰۹) برای مثالی در همین خصوص، از «بازی‌های تیرانداز اول شخص»^(۴) سخن به میان می‌آورند. در یک بازی تیرانداز اول شخص، کاربران با شخصیت‌هایی از بازی هویت می‌یابند که تنها از طریق اسلحه یا دست‌هایشان که به مثابه اندام مجازی کاربران در محیط بازی نمایش داده شده‌اند، بازنمایی می‌شوند. این به معنی آن است که در جریان یک بازی اول شخص، به دلیل آنکه کاربران احساس می‌کنند به نحوی مستقیم در جهان مجازی بازی، ایفای نقش می‌کنند، به طور مجازی به شخصیت‌های بازی تبدیل می‌شوند. این امر، افزون بر مسئله زاویه دید در بازی‌های تیرانداز اول شخص، نفوذ عمیقی بر تبلور احساس غوطه‌وری^۴ در فضای بازی دارد (تصویر ۲).

چنان که تصویر ۲ نمایی از بازی «شیخون»؛ یکی از پرطرفدارترین نمونه‌های بازی‌های رایانه‌ای تیرانداز اول شخص را نشان می‌دهد.



این وضعیت به‌عنوان یک قرارداد در برقراری ارتباط کاربر و بازی‌های رایانه‌ای، وجه تمایز آشکاری با برنامه‌های نمایشی تلویزیونی دارد. فیلم‌ها و داستان‌ها، اغلب،

1. role-playing games

2. Nack

3. Lindley

4. immersion

مخاطبان خود را به‌عنوان ناظرانی که دنبال کردن روایت به دلایلی می‌تواند برایشان جذاب و پاداش‌دهنده باشد، به آغاز ارتباط با متن فرامی‌خوانند. «آنها به طور فراگیری درباره انسان‌ها یا اشیای انسان‌دوسی شده‌ای^(۷) هستند که تماشاگر-خواننده با آنها هم‌هویت می‌شود. اساساً مطالعه یا دیدن داستان، بدون شخصیت‌های انسان‌دوسی شده، کسالت‌بار خواهد بود. تماشاگر-خواننده همواره به یک محرک عاطفی برای صرف انرژی در فیلم یا کتاب و یک کنشگر انسانی (انسان‌دوسی شده) برای همذات‌پنداری با آن نیاز دارد. اما در بازی‌ها، این کنشگر بدون هیچ تلاش از پیش طراحی‌شده‌ای، همواره حاضر است؛ او خود کاربر است. کاربر برانگیخته می‌شود که برای بازی، انرژی صرف کند؛ چون بازی، عملکرد او را مورد ارزیابی قرار می‌دهد و دلیل اینکه بازی‌ها می‌توانند بسیار انتزاعی‌تر از فیلم یا داستان باشند (و قهرمان در بازی‌های رایانه‌ای می‌تواند ناپدیدار باشد یا به طور کل وجود نداشته باشد)^(۸) این است که بازی‌ها کاربر را به طور مستقیم مشارکت می‌دهند» (ژول، ۲۰۰۱).

به طور مثال بازی‌های «تتریس»^(۹) و «نینجای میوه‌ها»^(۱۰) که کاربران در آنها انتزاعی از کنشگری فعال خود را در فضای بازی تجربه می‌کنند و برای همراه شدن با بازی، نیازی به دنبال کردن شخصیت یا روایت مشخصی ندارند.

تفویض نقش و جایگزینی هویت مجازی با هویت واقعی کاربر، پیش از آغاز بازی و در آغاز برقراری ارتباط با متن، شکلی متفاوت از تعامل استفاده‌کننده و متن را پیش می‌آورد که در حکم مقدمه‌ای برای خلق استعاره عاملیت کاربر در بازی‌های رایانه‌ای عمل می‌کند. می‌توان با استفاده از تمهیداتی، میزان مشارکت مخاطب را در پیشبرد ارتباط با فیلم به مثابه متن افزایش داد، اما به هر حال این یک احساس مشارکت کاذب خواهد بود. درام‌های جنایی - معمایی را در نظر بیاورید که چگونه مخاطب خود را به چالش گمانه‌زنی برای یافتن قاتل ترغیب می‌کنند. این روال، نمونه‌ای از توهمی است که حس مشارکت در متن فیلم را پدید می‌آورد و در ضمیر خود برای مخاطبان تلویزیون رضایت‌بخش است. در چنین شرایطی مخاطب برنامه تلویزیونی ممکن است برای لحظاتی، احساس مشارکت در متن داشته باشد؛ اما این تنها یک مشارکت ذهنی و غیرمؤثر در شکل و محتوای متن است.

باید توجه داشت که یک برنامه نمایشی تلویزیونی به طور مشخص، تمام ویژگی‌های پیام یک‌طرفه را دارد. به این معنا که در حین پخش برنامه هیچ امکانی برای تعدیل و اصلاح محتوای آن مطابق نظر مخاطب وجود ندارد؛ برنامه از پیش نوشته و ضبط شده و تنها می‌شود با یک فاصله زمانی طولانی مدت از آغاز تولید، میزان اقبال عموم مردم را نسبت به برنامه اندازه‌گیری کرد. از طرف دیگر، مخاطب نیز نمی‌تواند هیچ نقشی در ایجاد تغییر در روند ارتباط با متن ایفا کند. روند ارتباط با متن در مورد برنامه‌های نمایشی تلویزیون، تابعی از همان روایتی است که از پیش برای متن، طراحی و اجرا شده است. تنها امکانی که در اختیار مخاطب قرار دارد، خاموش کردن تلویزیون یا عوض کردن کانال آن است که در حکم قطع ارتباط با متن خواهد بود؛ بنابراین، برنامه‌های نمایشی تلویزیونی هیچ اختیاری برای تصرف در متن به مخاطبان خود تفویض نمی‌کنند.

اما در مورد بازی‌های رایانه‌ای وضع به طور کامل برعکس است؛ «بازی‌های رایانه‌ای، سطوح جدیدی از قابلیت تعامل رقمی را بسط داده‌اند. سطوحی که در آن «خواننده متن» همواره نقش قهرمان تعامل‌گر را ایفا می‌کند و به عنوان دستیار مؤلف، در محقق شدن داستان بازی مشارکت می‌کند. در واقع، روایت در بازی‌های رایانه‌ای، حاصل همدستی تعاملی بین مؤلفان و خوانندگان متن است. مؤلفان زیرساخت‌های پویایی را فراهم می‌آورند که قابلیت تعاملی دارند و خوانندگان، این داستان‌ها را به‌جاهایی می‌برند که در روایت آنها پیش‌بینی نشده بود» (دیویدسون، ۲۰۰۸، ص ۲۰). به این ترتیب، بازی‌ها می‌توانند سطح بالایی از امکان تصرف در متن را در اختیار کاربر قرار دهند. «کلید این کار، ارتباط دادن خط کلی قصه به کنش‌های کاربر بازی است؛ تعامل آنها و انتخاب‌هایشان در بازی، بر داستانی که در حال نقل شدن است، تأثیر می‌گذارد. به این ترتیب، کاربران در خلق داستان شریک می‌شوند. نقش کاربران در خلق روایت، می‌تواند طیف متنوعی از داشتن کنترل کامل (که در این حالت داستان، توصیف کنش‌های آنهاست) تا تأثیری ظریف‌تر را (که داستان از انطباق یا به هم پیوستن شیوه‌های بازی کاربران با لحظه‌های کلیدی بازی شکل می‌گیرد) شامل شود» (سویتسر^۱، ۲۰۰۸، ص ۳۳۲).

با توجه به مباحث طرح شده در این بخش، روشن می‌شود که بازی‌ها، اختیارات بیشتری در حوزه مشارکت دادن کاربر در فرایند ارتباط با متن تفویض می‌کنند؛ هر چند که این اختیارات تا آن اندازه که به نظر می‌رسند اصیل و حقیقی نیستند. برخلاف بازی‌ها، متن فیلم (برنامه نمایشی تلویزیون) در قبال تصرف مخاطبان آن، کاملاً بسته و تغییرناپذیر است. پیامدهای ناشی از تفاوت‌های این دو ژانر از متون رسانه‌ای در این سطح از تحلیل، در حوزه تفسیرپذیری متن، قابل پیگیری است.

اختیارات مخاطب در سطح تفسیر متن

ما در تمام لحظات، مشغول تفسیر نشانه‌ها و پیام‌های اطرافمان هستیم. نشانه‌هایی که هرکدام به نوعی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهند و با ما ارتباط برقرار می‌کنند. حجم این ارتباطات به قدری بزرگ و روابط آنها، به قدری در هم تنیده است که افراد ناچارند برای درک محیط پیرامون، شیوه‌های مختلفی را برای تفسیر شبکه‌های ارتباطی و نشانه‌ای به کار برند.

دو شیوه بنیادین در عمل تفسیر پدیده‌ها وجود دارد که اساس کارمان را در تحلیل اختیارات مخاطب در سطح تفسیر متن رسانه‌ای، بر مبنای آنها پیش می‌بریم: شیوه «رقمی» و شیوه «قیاسی». شیوه رقمی تفسیر، بر نامگذاری قراردادی پدیده‌ها استوار است و شیوه قیاسی تفسیر بر مطالعه نسبت‌ها و شباهت‌ها.

در شیوه رقمی تفسیر، تنها بر اساس نامگذاری، دو مورد را از هم جدا می‌کنیم. ارتباط رقمی بر پایه کاربرد قراردادهاست. «واژگان و ارقام نسبت ماهوی و طبیعی با چیزها ندارند، بلکه بنا به قراردادی اجتماعی به کار می‌روند و بر چیزها دلالت می‌کنند. ... نشانه‌های رقمی می‌گویند: من همینم که هستم! یا مرا می‌شناسی یا نمی‌شناسی! اما علامت‌های ارتباط قیاسی، راهی برای تأویل مخاطب می‌گشایند، دلالت‌های ضمنی را ممکن می‌کنند و می‌توان بر اساس گونه‌ای استدلال، آنها را شناخت یا دست‌کم دلالت‌هایشان را به بحث گذاشت» (احمدی، ۱۳۸۹، ص ۲۰۶).

نکته قابل توجه اینجاست که نمودهای ارتباطات و تفسیرهای مبتنی بر قیاس و رقم (نامگذاری) به طرز قابل ملاحظه‌ای، قابلیت تبدیل و تبدل و جانشینی به‌جای یکدیگر را دارند. «می‌توان گفت که نشانه‌های دیداری در گوهر و بنیان خود بر وجه قیاسی استوارند،

مگر در مواردی که به عمد از روی قصد، نیت و نقشه‌ای به وجهی رقمی تبدیل شده باشند. اگر نمایی سینمایی به عمد، به یک وجه دلالت‌گون به ذهن مخاطب آید، در نظام ارتباط رقمی جای می‌گیرد. تصویر تا لحظه‌ای که «مجموعه‌ای از نشانه‌ها» دانسته می‌شود، وجه رقمی دارد، اما زمانی که «نسبت میان نشانه‌ها» دانسته شود، در وجه قیاسی جای می‌گیرد» (همان، ص ۲۰۷). در این صورت از «نسبت» میان نشانه‌ها، برای تصویر معنایی متصور می‌شویم، نه از خصلت دلالت‌گون و اطلاقی نشانه‌های موجود در تصویر.

مبنای تفسیر متن در هر دو ژانر بازی و فیلم (برنامه نمایشی)، تفسیر بازنمایی‌هایی^۱ است که در این متون ارائه می‌شود و اختلاف اساسی که وضعیت دو رسانه را از حیث مهیا کردن امکان تفسیر، برای استفاده‌کننده به وجود می‌آورد، نحوه‌های متفاوت بازنمایی در این دو گونه متن است.

همان‌طور که در قبلاً اشاره شد، بسیاری از عناصر ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی متن رسانه‌ای، در بازی‌ها و فیلم‌ها، مشترک یا به دلیل مشابهت و نزدیکی، قابل مقایسه‌اند (از قبیل جنبه‌های مربوط به روایت و جنبه‌های مضمونی که از طریق تصویر و صدا خلق می‌شوند). این عناصر ساختار زبانی متن به مثابه ابزارهای بازنمایی، در خلق گفتمان متن عمل می‌کنند و در حقیقت، بازنمایی در متن رسانه‌ای، از طریق همین عناصر ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی متن محقق می‌شود. از ترکیب همین عناصر زبانی که به مثابه ابزارهای بازنمایی عمل می‌کنند، رمزها و قراردادهای تولید متن خلق می‌شوند. اما این ابزارهای بازنمایی مشابه یا مشترک در این دو گونه متن رسانه‌ای، به شیوه‌های متفاوتی مورد استفاده قرار می‌گیرند که توجه به آنها بویژه از منظر تحلیل نشانه‌شناختی حائز اهمیت است.

بازنمایی روایی در بازی‌ها به شکلی پسینی عمل می‌کند. به این معنی که روایت بازی، پس از کامل شدن با عملکرد موفق یا ناموفق کاربر، معانی ضمنی خود را تولید می‌کند. در حالی که بازنمایی روایی در فیلم‌ها، به طور خودبسنده و پیشینی، بی‌نیاز از کنشگری بیننده، خود را در طول زمان برقراری ارتباط با مخاطب و به صورت از پیش طراحی شده، تکمیل و عرضه می‌کند. به این ترتیب، اگر چه روایت به عنوان یکی از

عناصر ساختاری هم در بازی رایانه‌ای و هم در فیلم وجود دارد، نوع استفاده این دو ژانر از متون رسانه‌ای، از ابزار روایت و عناصر تشکیل دهنده آن (نظیر، شخصیت‌ها، پیرنگ، زمان، فضا و نظایر آن) به عنوان یکی از ابزارهای بازنمایی، به کلی با یکدیگر متفاوت است. «اهمیت روایت در مورد رویدادهای رخ داده در خلال بازی چندان که در فیلم اهمیت دارد، زیاد نیست. در هنگامی که بازی توسط رایانه و کاربر به پیش می‌رود، معانی و عواطف روایی متن بازی، کاربر بازی را متوجه خود نمی‌کند. این در حالی است که عواطف و معانی موجود در متن فیلم، عملاً از طریق بازنمایی روایی انتقال می‌یابد. این فقدان یا کمرنگی اهمیت روایی در بازی‌ها به این دلیل است که بازنمایی روایی در بازی، از خلال کنش کاربر با رویدادهای بازی خلق می‌شود» (محسنی آهویی، ۱۳۸۸، ص ۵۶). بازی‌شناسان^۱ بر مبنای همین تفاوت کلی از بروز اشکال روایتی در بازی‌های رایانه‌ای، آن را شکلی نوین و بازی‌گونه شده از عمل روایتگری می‌شمرند و این موضع را اتخاذ می‌کنند که «شکل کلاسیک روایتگری یک‌سویه که در ادبیات و سینما به خدمت گرفته می‌شود، از اساس، ضد بازی‌پذیری متن عمل می‌کند و برای طراحی بازی‌های رایانه‌ای غیرقابل استفاده است» (ژول، ۲۰۰۱).

از سوی دیگر، بازنمایی تصویری^۲ به عنوان یکی دیگر از ابزارهای بازنمایی مشترک در فیلم و بازی رایانه‌ای، به اشکال متفاوتی به خدمت گرفته می‌شود. بازنمایی‌های تصویری در بازی‌های رایانه‌ای، به طور مشخص ارزشی نمادین دارند و به تعبیر احمدی (۱۳۸۹) دلالت‌گون‌اند و در قالب نظامی از نشانه‌ها با معناهای پذیرفته شده (بر اساس رمزگذاری تولیدکننده متن و رمزیابی استفاده‌کننده آن) قابل مطالعه‌اند. اگر از ادبیات سوسور^۳ برای روشنگری این معنی استفاده کنیم، نشانه‌ها در بازی‌های رایانه‌ای، به نشانه‌های اختیاری نزدیک هستند. فیسک^۴ در گزارشی که از آرای سوسور در خصوص رمزها ارائه می‌دهد، می‌نویسد: «رمزهای اختیاری ثابت‌اند، بسته هستند و معنی را در درون متن نگه می‌دارند. در نتیجه خواننده متن را در روند مذاکره فرامی‌خوانند تا چیزی به آن بیفزاید؛ بنابراین، تنها کار خواننده دانستن رمز است» (ترجمه غبرایی، ۱۳۸۸، ص ۱۲۰). در واقع بازی از طریق همین رمزهای اختیاری پیش

1. Ludologists

2. visual representation

3. Saussure

4. Fiske

می‌رود. نمودی تصویری یا گرافیکی، نماد پاداش است و نمود دیگری خطر را خاطرنشان می‌کند؛ پس کاربر باید برای کسب کردن اولی، تلاش و تا حد ممکن از نمود دومی احتراز کند؛ این روال به همین ترتیب تداوم می‌یابد. نمود دیگر، نماد نیروی دشمن است، پس کاربر باید آن را نابود کند و دیگری نمودی است که با او همیاری می‌کند و باید با او همراه شود. در تمام این فرایندها، هیچ اثری از تفسیر به روش قیاسی نیست؛ بلکه بار معنایی نمادها در جریان بازی بر کاربر مکشوف می‌شود و تا انتهای بازی، بدون تغییر در همان معنای آیینی باقی می‌ماند.

بر این پایه، حدود تفسیر متن از سوی استفاده‌کننده، در مورد بازی‌ها، محدود به تفاسیر جزئی از معانی متقن نشانه‌های دیداری و حاشیه‌های شنیداری آنهاست که از عناصر صوری بازنمایی در متن به حساب می‌آیند. این امر بویژه از آنجایی حایز اهمیت است که کاربر با تبعیت از نظام رویه‌ای بازی، نقش «عامل»، در شکل‌بخشی به روایت بازی ایفا می‌کند و در بسط معانی جزئی نشانه‌ها در مسیر توسعه روایی و مضمونی بازی مشارکت فعال دارد. بر این اساس، خود نظام رویه‌ای در بازی محدودکننده اختیارات تفسیری مخاطب در قبال جهان بازی است.

اما در مورد بازنمایی تصویری در فیلم به مثابه متن رسانه‌ای، شرایط کمی متفاوت است. به این معنی که تصاویر، در قالب این ژانر از متن، گذشته از اینکه واقع‌نمایی در کار بازنمایی را بسیار بیشتر از بازی‌ها محقق می‌نمایند، می‌توانند واحد تحلیلی برساخته از نسبت نشانه‌ها باشند؛ و نه تنها هم‌نشینی نمادین نشانه‌ها و رمزهای اختیاری. به این ترتیب، در به روی تأویل آزاد معانی برای مخاطب باز می‌شود.

در ادبیات نظری مطالعات مخاطب و دریافت متن، دست‌کم از دهه ۸۰ میلادی به این سو، مخاطبان فیلم بیش از یک موجود منفعل توصیف شده‌اند. آنان هستند که به تصاویر و صداها معنا می‌بخشند. «هر چند این در ذات سینماست که عمدتاً اطلاعات بیشتری درباره کاراکترها بدهد (دست‌کم در مورد سینمای روایی رسمی و رایج)، اما از این نمی‌توان نتیجه گرفت که بیننده در قبال این کاراکترها تنها یک موضع را اتخاذ می‌کند. ... مطالعات مربوط به دریافت تماشاگر که با مطالعه پیرامون تلویزیون آغاز شد، حاکی از ترکیب ناهمگون تماشاگران است و خوانش‌های مختلفی از فیلم را که بسته به

طبقه، سن، نژاد، مذهب، جنسیت و ملیت اتفاق می‌افتد، می‌پذیرد» (هیوارد^۱، ترجمه محمدی، ۱۳۸۸، صص ۳۶-۳۷). مخاطب می‌تواند معنای شخصی خود از تحلیل شباهت‌ها و تفاوت‌های نشانه‌ای موجود در تصاویر را به متن اطلاق کند و کیفیت خلاقانه کشف معنا را تجربه کند. اتفاقی که اغلب در خصوص بازی‌ها نمی‌تواند رخ دهد؛ چرا که نه تنها نشانه‌های تصویری حامل معنایی جزمی‌اند، بلکه کاربران در تأیید، پذیرش و نیز اطلاق آن معانی جزمی به نشانه‌ها، با روایت بازی، همدستی و مشارکت فعال دارند. پذیرفتن معنای جزمی نشانه‌ها و عمل کردن در راستای تحقق فرایندهای رویه‌ای بازی که بر مبنای معانی جزمی نشانه‌های دیداری (و نیز شنیداری) طراحی شده‌اند، به طور قطع، راه را بر تأویل و تفسیر آزاد نشانه‌ها و به تبع آن، مضامین بازی‌ها می‌بندد. «روایت‌ها (اعم از داستان و فیلم) اساساً تفسیرپذیرند، درحالی‌که بازی‌ها قراردادی‌اند؛ داستان‌ها شاخصه تفسیری دارند، در حالی‌که بازی‌ها از شاخصه سازندگی و شکل بخشی برخوردارند. مخاطبان فیلم و کتاب آشکارا فعال‌تر از آن چیزی هستند که نظریه‌های قدیمی‌تر انگاشته‌اند، اما آنها به شیوه متفاوتی از شیوه کاربران بازی، فعال هستند» (ژول، ۲۰۰۱).

باید توجه داشت که تصاویر فیلم هم می‌توانند حاوی معانی جزمی و نمادین برای مجموعه‌ای از نشانه‌ها باشند.

این نکته را هم باید اضافه کرد که در برخی از بازی‌های متأخر، گرایش‌های تازه‌ای به ایجاد نوعی ساخت تفسیری در تولید نشانه‌ها دیده می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

ساختار زبانی و زیبایی‌شناختی رسانه، از طریق رمزها و قراردادهای تولید متن رسانه‌ای، قراردادهای استفاده از متن رسانه‌ای را خلق می‌کند. تفاوت ژانرهای مختلف متن رسانه‌ای، از تفاوت‌های آن‌ها در ساختارهای زبانی و رمزها و قراردادهای تولیدشان به وجود می‌آید و این تفاوت‌ها، هرکدام قراردادهای منحصر به خود را برای استفاده مخاطب از متن رسانه‌ای به بار می‌آورند. قراردادهایی که برقراری ارتباط مخاطب با متن رسانه‌ای، درگرو یادگیری، پذیرش و رعایت آنهاست.

قراردادهای استفاده از متن، از یک منظر حاوی اختیاراتی است که متن رسانه‌ای به مخاطب خود تفویض می‌کند و این اختیارات در ژانرهای مختلف متون رسانه‌ای متفاوت است. با توجه به تنوع فعالیت رسانه‌ای افراد در زندگی روزانه، تداخل این اختیارات و قراردادهای متنوع استفاده از متن، بر انتظارات مخاطبان از رسانه‌های مختلف تأثیرگذار خواهد بود. به طوری که مخاطبان رسانه‌ها می‌توانند از طریق بروز دادن نیازها و تمایلات تازه، به مرور، تغییراتی را در رمزها و قراردادهای تولید متون رسانه‌ای مختلف و حتی ساختارهای زبانی و زیبایی‌شناختی آنها ایجاد کند؛ تا جایی که حتی موجبات بروز و ظهور رسانه‌هایی جدید برای پاسخگویی به انتظارات تازه مخاطبان از فعالیت رسانه‌ای فراهم شود.

در جمع‌بندی مطالب طرح شده در این مقاله (جدول ۱)، در خصوص مقایسه اختیارات مخاطب در استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و برنامه‌های نمایشی تلویزیون، چنین نتیجه می‌گیریم که میزان اختیارات مخاطب در سطح «مواجهه با متن»، در مواجهه با بازی‌های رایانه‌ای بیشتر است. حق انتخاب کاربر در مورد زمان شروع بازی، مدت ادامه پیدا کردن و زمان خاتمه دادن به ارتباط با بازی، شواهد اساسی ما در این رابطه‌اند. همچنین قابلیت تکرار و احضار مجدد مراحل پیشین، ذخیره‌سازی مراحل برای از سرگیری در زمان دلخواه و امکاناتی نظیر آن، نمودهای دیگری از گستردگی دامنه اختیارات استفاده‌کننده در سطح مواجهه با متن بازی رایانه‌ای است. برنامه‌های نمایشی تلویزیونی در بسیاری از این ابعاد اختیارات کمتری به مخاطب خود می‌دهند. تنها فناوری‌های کمکی همراه با برخی دستگاه‌های گیرنده، ممکن است برخی از انتخاب‌ها، نظیر ذخیره‌سازی و احضار مجدد متن را برای مخاطب فراهم کنند، اما این تجهیزات قادر به رفع کردن محدودیت‌های ذاتی برنامه نمایشی (برای مثال، مدت زمان از پیش تعیین شده برنامه نمایشی تلویزیون) نیستند.

از طرف دیگر در تحلیل اختیارات مخاطب در سطح «تصرف در متن»، دیدیم که بازی‌ها از طریق خلق استعاره «عاملیت»، کاربر را به شکلی فعال در تکمیل روایت بازی سهیم می‌کنند. البته این آزادی و ابتکار عمل محدود به رعایت دقیق رویه‌های بازی است و از این بابت سطحی و صوری به نظر می‌رسد، اما به هر حال اختیار مداخله و مشارکت تأثیرگذار بر روند ارتباط با متن که برای مخاطب برنامه تلویزیونی قابل تصور نیست، برای کاربر بازی فراهم می‌کند.

سرانجام در آخرین سطح تحلیل مشاهده کردیم که اختیارات و امکانات استفاده‌کنندگان متن «در سطح تفسیر» آن، در ارتباط با فیلم (برنامه نمایشی تلویزیون) گسترده‌تر از بازی‌هاست. بازی‌ها جهانی مبتنی بر ارتباط رقمی فراهم می‌آورند و نظامی از نشانه‌ها را تولید می‌کنند که در آن هر نشانه، هویت خود را دارد. کاربر بازی نیز به همین نسبت در تفسیر متن بازی، به تفسیر رقمی اکتفا می‌کند. چرا که تفکیک نامگذارانه عناصر خیر از شر، در جهت نیل به اهداف غایی بازی تنها چیزی است که بازی از او می‌خواهد. این شکل از مناسبات نشانه‌ای رقمی در خصوص فیلم (برنامه نمایشی تلویزیون) نیز می‌تواند اتفاق بیفتد. اما فیلم (برنامه نمایشی تلویزیون) به لحاظ ماهیت، قادر به عرضه نشانه‌های خود در چارچوبی قیاسی نیز هست. فیلم (برنامه نمایشی تلویزیون) می‌تواند پدیدارها را «در نسبت با یکدیگر» برای مخاطب تبیین کند و معنایی را به قدرت تفسیر ذهن مخاطب واگذارد. فیلم (برنامه نمایشی تلویزیون) این قابلیت را دارد که مخاطب را از طریق ترغیب به اندیشیدن در نسبت نشانه‌ها، به جهان آزاد تفسیر متن هدایت کند.

جدول ۱- یافته‌های پژوهش

اختیارات مخاطب در فرایند ارتباط با فیلم (برنامه نمایشی)	اختیارات مخاطب در بازی‌های رایانه‌ای	ژانر یا گونه متن رسانه‌ای سطح برقراری ارتباط با متن
محدود به زمان پخش برنامه است.	آزاد است.	در سطح مواجهه با متن
مشارکت ذهنی دارد ° تصرف عملی در ساختارهای روایی فیلم (برنامه نمایشی) ناممکن است.	مشارکت عملی و ذهنی دارد ° تصرف در متن به شرط پیروی از نظام رویه‌ای بازی، ممکن و درواقع مطلوب است.	در سطح تصرف در متن
قیاسی است - نامحدود (شخصی) و در پاره‌ای موارد محدود به نظام نشانه‌ای و روایتی (جزمی)	قراردادی است. - محدود به نظام نشانه‌ای و رویه‌ای (جزمی)	در سطح تفسیر متن

در مجموع، به نظر می‌رسد تحولاتی نظیر ارائه برنامه‌های تلویزیونی، از طریق خدمات تلویزیون‌های اینترنتی^۱ و تعاملی که چند سالی است بحث احتمال عرضه انبوه آن از طریق رسانه ملی مطرح شده است، خود نشان‌دهنده تلاشی در راه برآوردن نیاز رسانه‌ای نسل جدیدی از مخاطبان فعال تلویزیون است. تلویزیون‌های اینترنتی و تعاملی، برنامه‌ها را به صورتی بسیار انعطاف‌پذیر ارائه می‌دهند. در حقیقت تلویزیون‌های اینترنتی و تعاملی تلاشی برای بازی‌پذیر کردن رسانه‌ای محسوب می‌شوند که تا پیش از این، چندان به برقراری تعامل دوطرفه با مخاطبان خود، تمایلی نداشت. انتظار می‌رود این خدمات نوین رسانه‌ای، ضمن اینکه بسیاری از کیفیات ماهوی برنامه‌های نمایشی تلویزیون، به مثابه متن رسانه‌ای را حفظ می‌کنند، جذابیت‌های بیشتری برای نسل جدید مخاطبان فعال رسانه‌ای داشته باشند.

در پایان، بر اساس نگاه‌های پیشین و با فرض اینکه آن دسته از مخاطبان برنامه‌های نمایشی تلویزیون که به بازی‌های رایانه‌ای نیز می‌پردازند، در تعامل خود با متن برنامه نمایشی، آگاهانه یا ناآگاهانه، تمایل دارند خود را در وضعیتی مشابه با وضعیت ارتباط با بازی‌های رایانه‌ای قرار دهند، با توجه به نتایج نظری برآمده از یافته‌های پژوهش، می‌توان فرضیه‌های بنیادی زیر را مطرح کرد:

- آن دسته از مخاطبان برنامه‌های نمایشی تلویزیون که استفاده از بازی‌های رایانه‌ای را به عنوان یک فعالیت رسانه‌ای روزانه تجربه می‌کنند، به احتمال زیاد ترجیح می‌دهند برنامه‌های نمایشی موردعلاقه خود را در قالب‌های از پیش ذخیره شده (مانند دی.وی.دی‌ها یا انواع حافظه‌های رایانه‌ای و یا خدمات تلویزیون‌های تعاملی و اینترنتی و نظایر آن) دنبال کنند؛ چرا که تمایل به افزایش اختیارات برای شروع ارتباط با متن و خاتمه دادن به آن در مخاطبان رشد پیدا می‌کند و آنان به این ترتیب، سطح اختیارات خود را در سطح مواجهه با متن افزایش می‌دهند.

- برای این دسته از مخاطبان، ممکن است دنبال کردن روایت در برنامه‌های نمایشی تلویزیون، بدون امکان تصرف در آن، ملال‌آور باشد. آنان بیشتر تمایل دارند که در ساختن روایت سهم فعال داشته باشند و برنامه نمایشی تلویزیون به طرز مایوس‌کننده‌ای چنین امکانی را در اختیار آنها قرار نمی‌دهد. این خلأ را می‌توان با استفاده از القای واکنش‌های هیجانی آنی (مانند فیلم‌های پرماجرا و حادثه‌ای) تا حدودی جبران کرد.

- این دسته از مخاطبان برنامه‌های نمایشی تلویزیونی، به انواعی از فیلم‌ها و سریال‌هایی که در خلال روایت خود، دارای پیام‌های ارزشگذارانه آشکار هستند، تمایل بیشتری نشان می‌دهند؛ فیلم‌هایی که نشانه‌هایشان حامل معانی جزئی هستند و روایتشان از طریق تقابل نمادین این معانی جزئی شکل می‌گیرد. دلیل چنین تمایلی این است که نظام معنایی ساخته شده در این ساختار، با تجربیات پیشینی این دسته از مخاطبان در ارتباط با بازی‌ها همخوانی بیشتری خواهد داشت. در این صورت آنها از امکان تفسیر نشانه‌ها به روش رقمی، در حین دنبال کردن روایت، لذت بیشتری خواهند برد؛ مانند تفسیرهایی از نشانه‌های تصویری و شنیداری که در فیلم‌های ژانر ابرقهرمان، علمی - تخیلی و آخرالزمانی، مخاطبان به انجام آن ترغیب می‌شوند.

پی‌نوشت‌ها

۱. اصطلاح «فیلم» در این مقاله در کلی‌ترین معنایی که از آن در مطالعات تلویزیون استفاده می‌شود، به کار می‌رود که همان Live-Action Scripted Drama است. استفاده از اصطلاح «فیلم»، در تمام بخش‌های مقاله حاضر، به «برنامه‌های نمایشی تلویزیون» اشاره دارد.
۲. Live-Action Scripted Drama: مقصود از برنامه‌های نمایشی تلویزیون، به طور مشخص، برنامه‌هایی است که دارای متن از پیش نوشته شده نمایشی (دراماتیک) هستند که در قالب سری‌ها و سریال‌های داستانی، تله تئاتر و فیلم‌های تلویزیونی ارائه می‌شوند؛ این دایره مفهومی همچنین شامل آن دسته از فیلم‌های سینمایی است که از طریق تلویزیون پخش می‌شوند.
۳. Adventure Games: ژانری در بازی‌های رایانه‌ای است که در آن کاربر نقش یک شخصیت در داستان بازی را به عهده گرفته و به اکتشاف و حل معماهای موجود در روایت بازی می‌پردازد.
۴. Casual Games: دسته‌ای از بازی‌های رایانه‌ای با هزینه‌های تولید پایین و قوانین ساده که به انجام رساندن آنها نیاز به مهارت‌های بالایی ندارد ولی در عین سادگی جذاب و سرگرم‌کننده هستند.
۵. Puzzle Games: ژانری از بازی‌های رایانه‌ای که تمرکز آنها بر حل معماست. برای انجام این بازی‌ها به مهارت‌هایی نظیر منطق، تشخیص الگو، پیشبرد قدم‌به‌قدم و یا تکمیل حروف، کلمات و یا اعداد نیاز است.

۶. First-Person Shooter Games: ژانری از بازی‌های رایانه‌ای است که بر روی تفنگ و سلاح‌های پرتاب‌کننده از دیدگاه تیرانداز متمرکز بوده و کاربر از نقطه دید چشم تیرانداز، بازی را تجربه می‌کند.
۷. Anthropomorphic Things: اشیا یا حیواناتی که در جریان روایت داستانی یک کتاب یا فیلم و نظایر آن‌ها جان‌بخشی می‌شوند و مانند انسان‌ها، فکر می‌کنند، حرف می‌زنند و رفتار می‌کنند.
۸. در ژانرهای مختلف بازی‌های رایانه‌ای، بازی‌های بسیاری وجود دارد که فاقد شخصیت محوری‌ای هستند که روایت بازی به آن‌ها متکی باشد، برای نمونه می‌توان به بازی‌هایی چون Tetris و Fruit Ninja اشاره کرد.
۹. Tetris: یک بازی رایانه‌ای پرتعداد در ژانر بازی‌های فکری است. در این بازی کاربر می‌بایست قطعات ۴ تکه‌ای نامنظم را که به‌صورت تصادفی در اختیارش قرار می‌گیرند، با گردش‌های ۹۰ درجه‌ای به صورتی در کنار هم قرار دهد که یک ردیف کامل از مربع‌ها به وجود بیاید.
۱۰. Fruit Ninja: یک بازی محبوب رایانه‌ای است که معمولاً بر روی دستگاه‌های رایانه‌ای با صفحه لمسی نصب می‌شود. کاربر باید با لمس سریع صفحه، برای برش دادن میوه‌هایی که از پایین صفحه نمایش به بالای آن پرتاب می‌شوند، تلاش کند.

منابع

- احمدی، بابک. (۱۳۸۹). از نشانه‌های تصویری تا متن: به‌سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری. تهران: مرکز. *گناه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*
- کوثری، مسعود. (۱۳۸۹). عصر بازی: بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای در جامعه معاصر. تهران: دریاچه نو. *رساله جامع علوم انسانی*
- محسنی آهویی، ابراهیم. (۱۳۸۸). رسانه نوین و امر جدید: بازی رایانه‌ای یا رسانه بازی‌پذیر. در بازی‌های رایانه‌ای: مجموعه مقالات. تهران: همشهری.
- مک کوئیل، دنیس. (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی (ترجمه پرویز اجالالی). تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- منطقی، مرتضی. (۱۳۷۳). بررسی پیامدهای بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای. تهران: فرهنگ و دانش.

فیسک، جان. (۱۳۸۸). درآمدی بر مطالعات ارتباطی (ترجمه مهدی غبرایی). تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

هیوارد، سوزان. (۱۳۸۸). مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی (ترجمه فتاح محمدی). زنجان: هزاره سوم.

Bogost, I. (2008). The Rhetoric of Video Games. In Katie Salen (ed.), **The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning**. Cambridge, MA: The MIT Press, pp. 117-139.

Davidson, D. (2008). **Stories in Between Narratives and Mediums**. Halifax, NS. Canada: ETC Press.

Genette, G. (1980). **Narrative Discourse: An Essay in Method**. Ithaca: Cornell University Press.

Juul, J. (2001). Games Telling Stories? A Brief Note on Games and Narratives. **The International Journal of Computer Game Research**. Vol. 1, issue 1. From: <http://www.gamestudies.org/0101/juul-gts/>

Kellner, D. & Sahre, J. (2005). Toward Critical Media Literacy: Core Concepts, Debates, Organizations, and Policy. **Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education**. Vol. 26, No. 3, pp. 369- 386.

Nack, L. & Lindley, C. (2009). Affective Ludology, Flow and Immersion in a First- Person Shooter: Measurement of Player Experience. **The Journal of the Canadian Game Studies Association**, Vol. 3. From: <http://www.journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/view/72>

Sweetser, P. (2008). **Emergence in Games**. Boston: Charls River Media, Inc.

Thorne, S.; Jensen, L.; Kearney, M.H.; Noblit, G. & Sandelowski, M. (2004). Qualitative Metasynthesis: Reflections on Methodological Orientation and Ideological Agenda. **Qualitative Health Research**, Vol. 14, No. 10, pp. 1342-1365.



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی