

بازی، بازی نیست!

به گرم‌ترین و از کم‌اثرترین به بیش‌اثرترین مرتب شده‌اند. همان‌طور که می‌بینید، بازی‌های رایانه‌ای به‌عنوان گرم‌ترین و پراثرترین رسانهٔ جمعی در رأس این هرم قرار گرفته‌اند. اما سؤال اینجاست که چرا بازی‌های رایانه‌ای چنین جایگاهی دارند؟

امروزه چندرسانه‌ای‌ها تمام حواس و تخیل ما را درگیر کرده‌اند. از طریق رسانه‌های جمعی امکان تولید در فضای مجازی، نشر ایده‌ها، بحث و نقد ایده‌های دیگران و مشارکت اجتماعی برای ما فراهم شده و ظاهراً هیچ ظرفیتی باقی نمانده است که بازی‌های رایانه‌ای بتوانند آن را فتح کنند. کتاب‌ها به‌ما می‌آموزند داستان‌ها تخیل ما را پرورش می‌دهند، تلویزیون و سینما ما را در معرض تجربه‌های گوناگون قرار می‌دهند و اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها ما را به هم متصل می‌کنند.

آنچه باید دانست این است که بازی‌ها تمام امکانات سایر رسانه‌ها را با خود دارند؛ به آن‌ها عمق می‌بخشند و به‌خوبی آن‌ها را کنار هم می‌چینند. امروزه بازی‌های رایانه‌ای یا شبکهٔ اجتماعی دارند یا به یک شبکهٔ اجتماعی متصل می‌شوند. محتواهای متنی بسیاری در بازی‌ها هستند و همین‌طور صدا، تصویر و موسیقی با قدرت در بازی‌ها حضور دارند. همچنین، داستان و روایت‌های متعددی در بازی‌ها هستند که بسیاری از فیلم‌ها و کتاب‌های داستانی را به چالش می‌کشند.

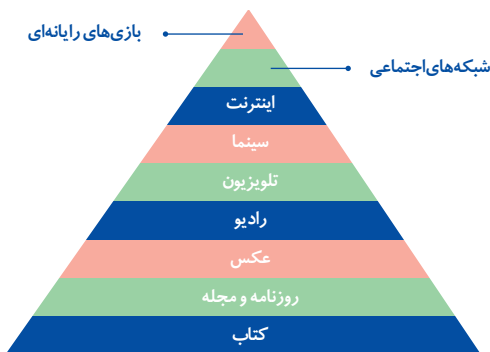
بازی‌های رایانه‌ای یک دنیا می‌سازند و بازیکن را درون خود می‌کشند. در این دنیا تصویر هست، نوشته هست، داستان و روایت هست. در نهایت، بزرگ‌ترین اتفاق و ویژگی خاص بازی یعنی تعامل نیز هست. بازیکنان باید در این دنیا

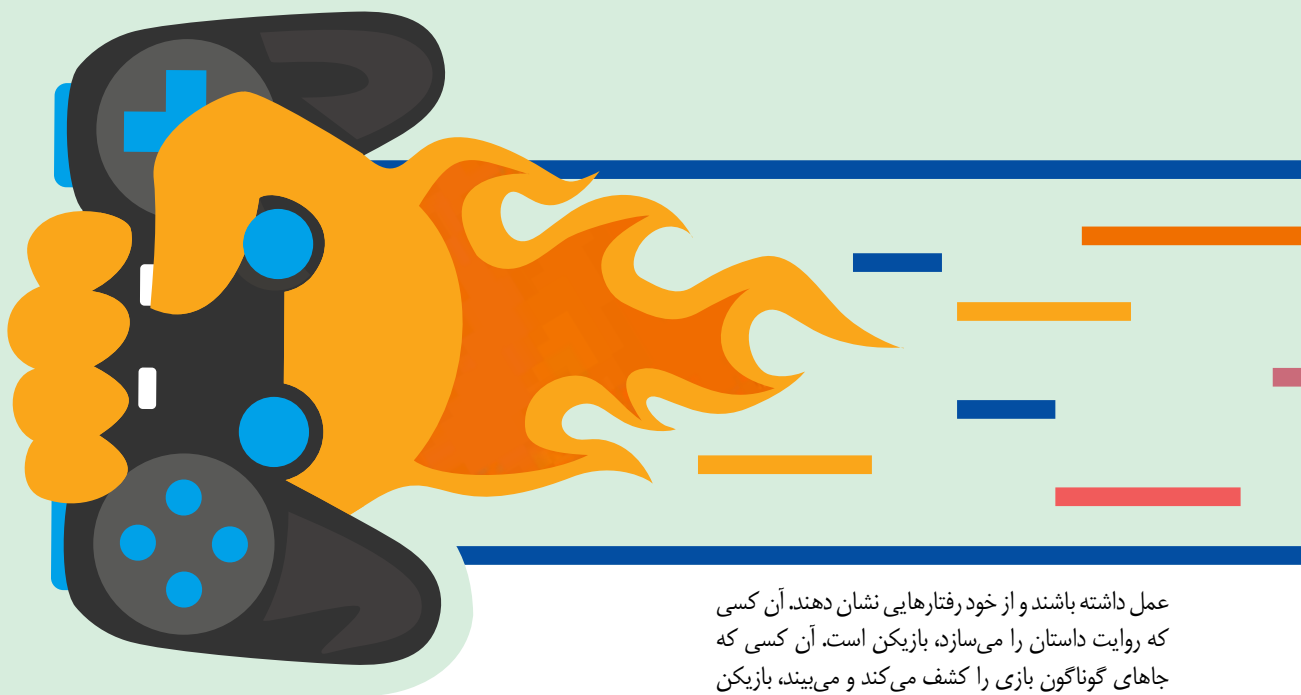
اشاره

از این شماره، ستون «بازی پژوهی» در بخش تربیت رسانه‌ای مجلهٔ رشد فناوری آموزشی، به نگاهی تربیتی نسبت به بازی‌های رقی (دیجیتال) اختصاص می‌یابد. در هر شماره، پژوهشگر ارجمند جناب آقای محسن رزاقی از نگاه یک محقق و معلم سواد رسانه، یکی از ابعاد تربیتی بازی‌های رایانه‌ای را باز می‌کند تا همکاران گرامی بتوانند نسبت به این پدیدهٔ فرهنگی، هنری و صنعتی رویکرد درستی اتخاذ کنند.

کلیدواژه‌ها: بازی، بازی‌های رایانه‌ای، بازی‌های آموزشی

متخصصان علم ارتباطات بر اساس قدرت رسانه‌ها در اثرگذاری و ساده‌بودن درک پیامشان برای مخاطبان، آن‌ها را در هرمی مرتب کرده‌اند. در هرم رسانه‌ها، رسانه‌های جمعی از سردترین





عمل داشته باشند و از خود رفتارهایی نشان دهند. آن کسی که روایت داستان را می‌سازد، بازیکن است. آن کسی که جاهای گوناگون بازی را کشف می‌کند و می‌بیند، بازیکن است. بازیکن است که تصمیم می‌گیرد با چه خودرویی وارد مسابقه شود و آن خودرو چطور سفارشی‌سازی^۲ شده باشد. بازیکن فقط در معرض یک تجربه نیست، بلکه به‌طور مستقیم وارد آن می‌شود. در دنیای بازی‌های رایانه‌ای بازیکن می‌تواند فکرها، سلیقه‌ها و حتی خود را به‌صورت بیرونی و عینی از طریق بازی ببیند و تجربه‌های ناممکن را تجربه کند.

بازیکنان در آن دنیا کار می‌کنند، پول در می‌آورند و برای خرج کردن پول‌های خود تصمیم می‌گیرند. آن‌ها در دنیای بازی‌ها زندگی می‌کنند. حتی نقش‌های اجتماعی گوناگون را تجربه می‌کنند و به عنوان سرباز، پلیس، دزد، دکتر، یا حتی حیوان نقش‌آفرینی می‌کنند. در تمام طول این تجربه‌ها بازیکنان هستند که تصمیم می‌گیرند.

حال می‌توان پرسید، بازیکنان که فرزندان ما و آینده‌سازان ما هستند، چه جهانی را تجربه می‌کنند؟ آن‌ها در این جهان چطور پیشرفت می‌کنند؟ برای اینکه به پیروزی برسند؟ چه کارهایی را تکرار می‌کنند اگر قرار است نقش یک سرباز را تجربه کنند، این سرباز چه ویژگی‌هایی دارد؟ با اسیر چطور برخورد می‌کنند؟

در جهان بازی‌های رایانه‌ای، دیگر کسی در مورد ویژگی‌های سرباز خوب برای آن‌ها صحبت نمی‌کند، بلکه بازیکنی که در نقش یک سرباز قرار گرفته است، باید کارهایی انجام دهد تا پاداش بگیرد و بازی پیش برود. به همین خاطر، حالا خودش می‌داند برای سرباز خوب و

موفق‌بودن باید چه کارهایی انجام داد! پس مهم است که بازیکن در چه جهانی قرار می‌گیرد و آن جهان چه قواعدی دارد.

این جهان‌ها، به‌خصوص در سبک‌هایی مانند «نقش‌آفرینی»^۳ یا «سندباکس»^۴، گاهی آن‌قدر بزرگ و پیچیده می‌شوند که بازیکن‌ها فکر می‌کنند در جهانی لایتناهی زیست می‌کنند و از اینکه این یک جهان ساخته شده است، غافل می‌شوند، چه برسد به اینکه به سازنده بازی توجه کنند. بازیکنان در دنیایی که در محدوده‌خواست و توان بازی‌ساز ساخته شده است زندگی می‌کنند و با آن در تعامل هستند. هرچه بازی بتواند ظرفیت‌های تعاملی بیشتری در خود ایجاد کند و انتخاب‌های بیشتری به بازیکن بدهد، دنیای کامل‌تری خواهد ساخت و بازیکن در توهم آزادبودن فرو خواهد رفت و در بازی غوطه‌ور خواهد شد.

این موضوع، علاوه بر اینکه حساسیت‌هایی را در مورد میزان و نحوه مصرف برمی‌انگیزد، ما را به یکی از محوری‌ترین موضوعات در مواجهه با رسانه‌ها راهنمایی می‌کند: «بازنمایی». هنگام ارائه مباحث سوادسازانه‌ای، معمولاً مثال‌های بازنمایی در مورد انتخاب کلمات در عنوان‌ها و قاب‌بندی دوربین‌هاست. اما این در مورد بازی‌های رایانه‌ای کافی نیست. همان‌طور که گفته شد، بازی‌ساز جهانی را می‌سازد که قواعدی دارد و بازیکن به آن‌ها پایبند است و آن‌ها را تکرار می‌کند. بازی‌ساز قواعد



بازی‌های رایانه‌ای مهم‌ترین بخش صنعت سرگرمی هستند که جمعیتی میلیاردی در جهان را درگیر خود کرده‌اند و گردش مالی عظیمی دارند. «تیوزو»^۱ معتبرترین منبع آمار صنعت بازی‌های رایانه‌ای، گزارش می‌دهد که در سال ۲۰۲۱ در جهان حدود سه میلیارد بازیکن (گیمر) وجود داشته است. حدود ۷۳۰ میلیون نفر مخاطب پخش زنده^۱ بازی‌های رایانه‌ای بودند. گزارش‌های اقتصادی مرکز پژوهش‌های بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای نیز تقریباً همین وضع را در داخل کشور تأیید می‌کنند و نشان می‌دهند حتی در بحرانی‌ترین شرایط اقتصادی کشور، بازیکن‌های ایرانی از هزینه کردن برای بازی کردنشان دست برنداشته‌اند. سالانه چند هزار میلیارد تومان صرف بازی کردن می‌شود که البته بیشتر این هزینه برای تهیه سخت‌افزارها و بازی‌های خارجی صرف می‌شود. موجی که از سال‌های پیش به تدریج داشت قدرت می‌گرفت، حالا در اوج قرار گرفته است و در بسیاری موارد، اولین تجربه‌های بشری را شکل می‌دهد. امیدواریم در یادداشت‌های بعد بتوانیم ابعاد این جهان وسیع را شناسایی کنیم و با ویژگی‌ها و پیامدهای تربیتی آن بیشتر آشنا شویم.

پی‌نوشت‌ها

1. MultiMedia
2. Tune
3. Roleplaying game
4. Sandbox
5. Battle Royale
6. Fortnite
7. PUBG
8. Metaverse - 9. Newzoo - 10. Live streaming

این جهان را چطور و با چه منطقی ایجاد می‌کند؟ او یا به‌ناچار از خزانه فرهنگی خودش استفاده می‌کند که معمولاً برای ما تناقض فرهنگی ایجاد می‌کند، یا این قواعد با هدف مثبتی مثل بازی‌های آموزشی یا منفی مثل بازی‌های ارتش ایالات متحده تولید شده‌اند. به هر حال، باید توجه کرد که بازیکن با عمل کردن مکرر به روند بازی که چنین چیده شده است، ارزش‌های مورد نظر بازی‌ساز را درونی می‌کند و به مرور نگاهش به جهان تغییر می‌کند. برای مثال، بازی‌های سبک «بتل رویال»^۵ مانند «فورت‌نایت»^۶ یا «پابجی»^۷ که بین بازیکنان ایرانی بسیار رواج دارند، بر اساس قاعده حذف و غارت رقیب پیش می‌روند که همین باعث نگرانی‌های تربیتی در مورد نگاه بازیکنان این بازی‌ها به پیشرفت می‌شود.

وجه دیگر این صنعت، حرکت روی لبه فناوری است. اساساً بازی‌های رایانه‌ای جزو پیشرفته‌ترین صنایعی هستند که می‌شناسیم. مهم‌ترین نمود این موضوع «متاورس»^۸ است. متاورس یا **فراجهان** سه ضلع دارد که یکی از آن‌ها بازی‌های رایانه‌ای است. فراجهان از مسیر جهان‌های بازی‌های رایانه‌ای می‌گذرد. در فراجهان، کاربر دیگر نه در نقش کسی قرار می‌گیرد و نه زمینه روایی خاصی برایش وجود دارد، بلکه نسخه و بدل، هویتی مجازی از اوست که در آن جهان زیست می‌کند. با بقیه کاربرها ارتباط می‌گیرد و زندگی عادی خودش را دارد؛ منتها باز هم در همان جهان محدود ولی توهم‌آوری که یک تولیدکننده ساخته است و عناصر و قوانین آن متناسب با خواست و توان او شکل گرفته‌اند. به همین خاطر ضروری است برای آماده‌شدن خودمان و آماده کردن نسل بعد برای آینده فضای مجازی، با این جهان آشنا شویم.

بازی‌های رایانه‌ای یک دنیا می‌سازند و بازیکن را درون خود می‌کشند. در این دنیا تصویر هست، نوشته هست، داستان و روایت هست. در نهایت، بزرگ‌ترین اتفاق و ویژگی خاص بازی یعنی تعامل نیز هست