



اجتماعی

عبدالمهدی آگامنش



زیردکمه‌های گیم‌پر

اشاره

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

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

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





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



تصاویری از محیط بازی (Screen shat) را ارائه می کنند. اجرای جلوه های خاص نوری (نور خورشید، بازتاب نور و ...) و جلوه های محیطی (خاک، ابر، دود و ...) از اجزای اصلی گرافیک بازی هستند. بالا بودن سطح گرافیک بازی از این لحاظ مهم است که تقریباً هیچ کس بازی ای با سطح گرافیک پایین را بازی نمی کند و در نتیجه به شکستی محتوم در همه زمینه ها دچار می شود. افزون بر این تعریف خاص، تصویر به تمام چیزهای دیدنی در بازی دلالت می کند. نحوه نفوذ بازی های رایانه ای از این گذرگاه به طور معمول عبارتند از: پوشش کلی - نمادهای تصویری.



پوشش شخصیت ها از مواردی است که تأثیری فراوان بر مخاطب بازی می گذارد. پس از عرضه یک بازی، شرکت مزبور مبادرت به عرضه لباس ها و لوازم شخصیت های آن می کند و این کار علاوه بر سودآوری اقتصادی، در گسترش شیوه پوشش و در نهایت تفکر خاص القا کننده آن پوشش مؤثر است. نزدیکی مخاطب با شخصیت بازی تا آن جا پیش می رود که بسیاری از مخاطبان علاوه بر استفاده از لباس های شخصیت، می کوشند حتی مدل

استفاده از آنها نیاز دارد. این ابزار عبارتند از:

۱. تصویر: تصویر عبارت از هر چیز دیدنی است، و در بازی های رایانه ای علاوه بر مؤلفه های تصویری رسانه های بصری دیگر مانند سینما و عکاسی، شامل سطح گرافیک بازی (با کمی اغماض، واقع نمایی) نیز هست. سطح گرافیک در بازی های رایانه ای به طور معمول با نزدیکی به جهان واقعیت ارزیابی می گردد. محیط، افراد، حرکت ها و فیزیک بازی (تأثیر اشیای جنسی بر بازی و حرکت های طبیعی آنها در افتادن، شکستن و ...) در این دسته اند. تأثیر این مورد در اقبال مخاطبان تا آن جا است که اکثر بازی ها برای تبلیغ خود، قبل از هر چیز

مو و ظاهر خود را نیز شبیه آن کنند. از نکات بسیار مهم دیگر، نمادهای تصویری است. بازی با هدف قرار دادن نمادهای خاص و استفاده هوشمندانه، احساسات خاصی را درباره آن نمادها برمی انگیزد. برای مثال، در بازی های سیاسی چند سال اخیر، به طور معمول خانه های گنبدی شکل و یا مکان های بزرگی که دارای گنبد هستند (مساجد) از مکان های حساس و کلیدی به شمار می آیند.

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

۲. صوت: صوت یعنی هر چیز شنیدنی در بازی. موارد صوتی در بازی های رایانه ای را می توان به بخش های زیر تقسیم کرد:

دیالوگ، موسیقی و صداهای بازی. دیالوگ، آسان ترین و پیش پا افتاده ترین وسیله برای القای مفهومی خاص است. در دیالوگ ها است که ما اطلاعات ضروری را درباره شخصیت ها، مکان ها و چیزهای دیگر به دست می آوریم.

موسیقی بیش تر برای القای حس و حال در بازی به کار می رود. ترس، دلهره و آرامش با موسیقی حالتی شدت یافته پیدا می کند. علاوه بر این، خود موسیقی می تواند به تنهایی القا کننده مفهومی ویژه باشد. این مورد به طور معمول زمانی رخ می دهد که یا از موسیقی آشنا استفاده می شود که از پیشینه آن آگاهی داریم و یا در بازی، از این موسیقی تعریفی خاص ارائه شده است.

از مثال های مورد نخست می توان به موسیقی متن فیلم ها و استفاده از آنها در بازی ها اشاره کرد که یادآور حس و حال فیلم است. مورد دوم حالتی شبیه به لایت موتیف (مضمون تکرار شونده) دارد. برای نمونه، در یک بازی همزمان با صدای اذان، موسیقی خاصی پخش می شود. در چند مرحله بعد



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



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

اعمال دینی آن‌ها مصون نمی‌ماند. برای مثال، در بازی Hitman ۲ عملیات هنگام نماز انجام می‌شود؛ یعنی درست زمانی که نگهبانان به نماز مشغولند و این غفلت (!) فرصت ایجاد عملیات را فراهم می‌کند. مواردی این چنین بسیارند و بحث موردی در این زمینه ما را به جایی نخواهد رساند. ب: نگرش آخر الزمان: در بازی‌هایی که این نگرش در آن‌ها وجود دارد، با پایان جهان و از بین رفتن تمدن بشری مواجهیم. این پایان یا بمبی عظیم است که بشریت را نابود می‌کند و یا موجوداتی هستند که از کرات دیگر برای نابودی تمدن بشری آمده‌اند. این نگرش و معرفی قهرمانانی زمینی و ارتباط نداشتن با ماوراء، نشان دهنده امدادگری غربی است که برای برقرار ماندن تمدن بشری نیازمند اویم. به عبارت دیگر، منجی آن علایم و مشخصاتی را دارد که صاحبان سرمایه برایمان معرفی می‌کنند.

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

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

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

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

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

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

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