



۳+

**دکتر محمد سعید ذکایی / جامعه‌شناس و پژوهشگر مطالعات جوانی**  
این استاد دانشگاه در یادداشتی کارکرد بازی‌های ویدئویی را در تکامل شخصیت و تقویت قوه تخیل و حل مسئله نوجوانان و جوانان بررسی کرده است



## بازی‌های ویدئویی عرصه‌ای پویا

## خلاق و تعاملی

## برای نوجوانان و جوانان

# چرا بازی می‌کنیم؟

را به فعالیتی ذهنی بدل می‌کند که متضمن برنامه‌ریزی، تخیل، شبیه‌سازی و «بازی نقش» است. از سوی دیگر واقعی بودن کمتر قهرمانان داستان با شکستن و فراتر رفتن از مرز واقعیت و فراواقعیت، حسی از هیجان و سرخوشی متمایز از دیگر تجارب زندگی روزمره برای آنها فراهم می‌کند. فراواقعی بودن و قدرتی فراانسانی داشتن، به‌طور موقت تسکینی برای فرار از چالش‌ها، نگرانی‌ها و اضطراب‌ها پیش روی بسیاری از جوانان قرار می‌دهد. بدیهی است در سویه منفی افراط در توجه به این بازی‌ها می‌تواند به خصوصی‌کردن دنیای زندگی و تحمیل کردن حسی از «بیگانگی اجتماعی» و فردگرایی و در حالت تشدید یافته بروز تعارضاتی در زندگی و ابهام و دسویگی در آنها بینجامد. علاوه بر آن، برخی روانشناسان نسبی‌گرایی، جزء شدن هویت، کسب زودرس تجارب دنیای بزرگسالان

سرعت برقراری ارتباط، استفاده از شخصیت‌ها و داستان فیلم‌ها و چهره‌های سرشناس، طراحی جذاب، تولیدات چندرسانه‌ای (ترکیب بازی کامپیوتری با برنامه تلویزیونی، فیلم، بازی‌های کارتی، کتاب، کمدی و اسباب‌بازی)، از جمله مشوق‌های اولیه هستند با این حال آنچه به‌طور خاص بازی‌ها را جذاب می‌کند، نقش آن در اعطای حسی از عاملیت و استقلال به نوجوانان و جوانان است؛ بازی میدانی است که نویسنده، کارگردان، بازیگر و طراح صحنه آن خود جوانان هستند و روایت خود را در آن می‌سازند. «گیم‌رها» عموماً مصرف‌کنندگانی منفعل نیستند و توانایی دخل و تصرف در بازی و دستکاری فضا و میدان بازی ویدئویی آن را از هر تجربه سرگرمی دیگری همچون فیلم و رمان متفاوت می‌کند. در این معنا بازی‌های ویدئویی را باید مصداق بارز «کار کردن روی رسانه» دانست. بازی‌های ویدئویی به تخیل و قدرت داستان‌پردازی نوجوانان می‌افزاید و بازی

صحنه پناه بردن مسافران خسته و خاموش اتوبوس یا مترو در پایان یک روز کاری به بازی‌های ساده کامپیوتری تا رسیدن به مقصد یا عادت رایج بسیاری از دانش‌آموزان و دانشجویان به انجام دقایقی بازی بعد از کمی کار درسی و یا به‌عنوان مقدمه‌ای برای یافتن آمادگی ذهنی برای کار جدی برای همه ما به صحنه‌هایی آشنا بدل شده است. فرهنگ بازی‌های ویدئویی همه ما را مستقیم و غیرمستقیم تحت تأثیر خود قرار داده و به بخش مهمی از اقتصاد سرگرمی نظام‌های سرمایه‌داری و غیرسرمایه‌داری بدل شده است؛ فرآیندهایی که ذیل «مک‌دونالدی شدن»، «دیسنیایی شدن» و «مک‌دیسنیایی شدن»



ظرافت و خلاقیت‌های نهفته در طراحی یا روایت‌پردازی بسیاری از این بازی‌ها، ممکن ساختن نمایش و عمل به هواداری‌ها (مثلاً به تیم‌های فوتبال) و حتی امکان‌پذیر بودن انجام نمایش‌هایی منطبق با خلق و خوی و عادت‌واره‌های کودکان و نوجوانان هم دلیلی بر جاذبه‌های روزافزون آن است و هم مسیری برای هویت‌یابی‌ها و عاطفه‌ورزی‌هایی که پیش از این تجربه‌ناپذیر جلوه می‌کردند.

+

رشد تکنولوژی‌های دیجیتال با پیوند دادن سرگرمی و ارتباط، بسیاری از رفتارهای فراغتی را به موضوعی برای ارتباطات توده‌وار تبدیل کرده‌اند و به تناسب شرایط تازه‌ای را در اقتصاد عاطفی کودکان و نوجوانان رقم زده‌اند.



و در نتیجه بلوغ زودرس را از عوارض افراط در پرداختن به این بازی‌ها می‌پندارند. ارضای کاذب حس قهرمان بودن در دنیای مجاز و عدم تلاش برای مبارزه در جهان واقعی، توجه افراطی به ارتباط و مورد توجه واقع شدن، پناه بردن به فانتزی و تخیل و امتناع یا تأخیر در درونی‌ساختن برخی تجارب (مانند حل مسأله گروهی، مدیریت تنش‌های روزمره) و سرانجام میل به تمایزجویی و ارزشمند شدن آن از جمله نگرانی‌ها و آسیب‌هایی است که بویژه در رویکرد روانشناسانه به بازی‌ها انعکاس می‌یابند. با این حال به‌رغم غلبه نگرش‌های بدبینانه، فضا و فرهنگ بازی‌های ویدئویی می‌تواند عرصه‌ای پویا، خلاق و تعاملی باشد که در آن جوانان فرصتی برای آزمایش‌گری‌های هویتی، ارتقای خلاقیت‌های خود، افزایش مهارت‌های دیجیتال و رسانه‌ای و البته تجربه‌ای فرحبخش از سرگرمی و هیجان را می‌یابند. در سویه‌ای دیگر بازی ویدئویی حسی از تعلق به «خرده فرهنگ جهانی» از سرگرمی به جوانان می‌بخشد که ممکن است مشوق تلاش بیشتر برای موفقیت در تکمیل مهارت‌های بازی و در مواردی حتی تولید آنها باشد.

خواننده می‌شوند برای چندین دهه توانسته‌اند به نیروی مصرفی قدرتمندی در زندگی نوجوانان و جوانان بدل شده و چشم‌اندازهای تازه‌ای را در فراغت پیش روی آنها قرار دهند؛ داده‌ها و برآوردهای موجود گویای این است که نزدیک به ۳۰ میلیون ایرانی در سطحی به بازی‌های دیجیتال می‌پردازند. رشد تکنولوژی‌های دیجیتال با پیوند دادن سرگرمی و ارتباط، بسیاری از رفتارهای فراغتی را به موضوعی برای ارتباطات توده‌وار تبدیل کرده‌اند و به تناسب شرایط تازه‌ای را در اقتصاد عاطفی کودکان و نوجوانان رقم زده‌اند. ظرافت و خلاقیت‌های نهفته در طراحی یا روایت‌پردازی بسیاری از این بازی‌ها، ممکن ساختن نمایش و عمل به هواداری‌ها (مثلاً به تیم‌های فوتبال) و حتی امکان‌پذیر بودن انجام نمایش‌هایی منطبق با خلق و خوی و عادت‌واره‌های کودکان و نوجوانان هم دلیلی بر جاذبه‌های روزافزون آن است و هم مسیری برای هویت‌یابی‌ها و عاطفه‌ورزی‌هایی که پیش از این تجربه‌ناپذیر جلوه می‌کردند. تکنولوژی بازی‌های دیجیتال، تجربه کودکی را به تجربه‌ای متفاوت با مختصات شناختی، عاطفی و ابرازی خاص خود بدل ساخته است. دلایل و انگیزه‌های زیادی را می‌توان در پس این استقبال گسترده از بازی‌های ویدئویی یافت؛ دسترسی سهل و آسان،