



ششمین کنفرانس بین‌المللی

«بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ - دانشگاه اصفهان

## بررسی طراحی شخصیت بازی‌های آموزشی رایانه‌ای تولید ایران برای کودکان ۴ تا ۶ سال

سعیده قزوی\*<sup>۱</sup>، پریسا دارویی<sup>۲</sup>

۱- کارشناس ارشد ارتباط تصویری دانشگاه غیرانتفاعی سپهر اصفهان

Email: (parvin.ghazavi.89@gmail.com)

۲- استادیار گروه ارتباط تصویری دانشگاه هنر اصفهان

Email: (P.darouie@au.ac.ir)

### چکیده

بازی رایانه‌ای فعالیتی آگاهانه است که تحت فرآیند مکانی و زمانی و تحت یک قوانین و قواعد خاص به استمرار می‌رسد که با استفاده از طراحی مناسب و جذاب فضاها و ترکیب بندی‌ها و شخصیت‌ها از تاثیر به‌سزایی بر روی مخاطب برخوردار خواهد بود. در واقع نیازی که در این زمینه احساس شده است، بیشتر به علت وجود بازی‌هایی می‌باشد که اکنون در بخش بازی‌های کودکان در بازار وجود دارند که درصد بیشتر این بازی‌ها از لحاظ تصویری و گرافیکی و طراحی شخصیت در سطح پایینی بوده و یا ارتباط چندانی با فضای کلی آموزشی بازی‌ها ندارند. بعضی از این بازی‌های عرضه شده در بازار از لحاظ آموزش و محتوا و برنامه‌ی آموزشی موفق عمل کرده‌اند ولی با توجه به تصاویر بی‌کیفیت و طراحی نادرست و نامرتب‌ی که در محیط بازی وجود دارد، از میزان جذب مخاطب خود کاسته‌اند و نتوانسته‌اند آن‌چنان که باید در ذهن مخاطب ماندگار بمانند. این پژوهش تلاش بر این دارد تا بتواند گامی رو به جلو در جهت پیشرفت این صنعت و هنر مدرن بردارد. در حقیقت هر زمان که تحقیقی صورت می‌گیرد می‌بایست پاسخ‌گو به نیازی از احتیاجات جامعه باشد و با توجه به موضوع این پژوهش که بررسی طراحی بصری شخصیت‌های بازی‌های رایانه‌ای است، تحقیقاتی انجام شد تا این نتیجه به دست آید که طراحی شخصیت مرتبط و صحیح و مناسب می‌تواند سبب ماندگاری و بقای بازی در ذهن کودک شود.

کلمات کلیدی: طراحی شخصیت، بازی‌های آموزشی رایانه‌ای، کودکان ۴ تا ۶ سال.

### ۱- مقدمه

رشد و تحول کودکان، یک فرآیند تدریجی است و در این فرآیند اهمیت و ضرورت بازی به عنوان مهمترین و تاثیرگذارترین عامل برای رشد همه جانبه آنان را هیچ‌گاه نمی‌توان از نظر دور داشت. از این رو در طول تاریخ در جوامع بشری ابداع، ساخت و تهیه انواع بازی‌ها و اسباب بازی‌ها همواره از نظر تربیتی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده است. تاجایی که اکثر روانشناسان و کارشناسان تعلیم و تربیت بر این باور هستند که بازی زندگی کودک است و کودک با بازی رشد می‌کند [۱]. بازی‌های رایانه‌ای طی چندین دهه اخیر به طور فزاینده‌ای یکی از اشکال پرطرفدار سرگرمی شده‌اند. در واقع، امروزه بازی‌های الکترونیکی یک بخش عادی از زندگی کودکان به حساب می‌آیند.



ششمین کنفرانس بین‌المللی

## «بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ - دانشگاه اصفهان

### ۱-۱- بازی‌های رایانه‌ای و مفهوم شناسی بازی دیجیتال

یکی از بازی‌های رایج امروزی بازی با رایانه است. این بازی‌ها نه تنها ابزاری برای سرگرمی و تفریح است بلکه یکی از بزرگ‌ترین صنایع دنیای فناوری و ارتباطات هستند. صنعتی که تاثیرات عظیمی برسخت افزارها مورد استفاده در سراسر جهان به جای گذاشته است [۲]. بازی‌های دیجیتال در واقع نوعی از «بازی‌های رایانه‌ای» محسوب می‌شوند ولیکن به سبب ویژگی‌های خاصی که دارند کاملاً با آنها تفاوت دارند. «بازی‌های رایانه‌ای» به هر نوع بازی گرافیکی و یا متنی گفته می‌شود که از طریق رایانه‌ها (یا سایر وسایل الکترونیک) مجهز به پردازشگر یا میکروکنترل‌های مخصوص انجام می‌شود. «بازی‌های رایانه‌ای» عمده‌تاً به صورت تک نفره یا چند نفره صورت می‌گیرد و بازی همزمان بازی کنندگان با یکدیگر محدود به وسایل و سیستم‌های موجود است [۳].

### ۱-۲- تصویرسازی چیست؟

در طول تاریخ زندگی بشر، هنر تصویرگری به گونه‌های مختلف حضور داشته است. آثار به جا مانده از انسان‌های ما قبل تاریخ تاکنون گویای این واقعیت است که انسان جهت بیان تصویری مسائل مختلف مورد نظرش از دوران غارنشینی تا کنون، روی اشیاء مختلف و وسایل و ابزار مورد استفاده اش به تصویر پرداخته است. تصویرسازی یا تصویرگری یکی از زیرشاخه‌های هنرهای تجسمی است و به نوعی از اثر خلاقانه‌ی تصویری گفته می‌شود که القاکننده‌ی تجسمی یک مفهوم یا روایت با فرم بصری است. این مفهوم و روایت می‌تواند داستان، شعر، مقاله‌ای در روزنامه و کتاب و حتی تبلیغات تجاری، طراحی بازی‌های رایانه‌ای، سرگرمی‌ها و اشکال و فرم‌های روی کالاها و لباس‌ها باشد [۴].

### ۱-۳- طراحی شخصیت

شخصیت به یه یک موجود خیالی در یک اثر هنری (رمان، فیلم، نمایش، قصه‌های کتاب، بازی‌های رایانه‌ای و انیمیشن و ...) گفته می‌شود که زاینده‌ی ذهن هنرمند است. معمولاً صنعت‌های مختلف جهت معرفی بهتر و هم‌چنین به خاطر سپاری محصولات خدمات خود به عنصری در طراحی گرافیک به نام طراحی شخصیت روی می‌آورند. این شخصیت‌ها در ارتباط با بازار و هدف آن در اشکال و ابعاد گوناگون ظاهر می‌شوند. شخصیت‌ها می‌توانند در قالب اسباب بازی، هیولا‌های بازی‌های رایانه‌ای، ربات، ماشین و ... نمایان شوند. بدون یک شخصیت مناسب محصولات نیاز به سرمایه‌گذاری بیشتری برای ماندگاری در ذهن مشتریان دارند. با استفاده از شخصیت‌ها می‌توان داستان‌های جالبی به خدمات و محصولات ارائه داد و بدون شخصیت‌ها این داستان‌ها شکل نمی‌گیرند. در کل یک شخصیت خوب شخصیتی است که با اطراف خود هم‌شکل و هم‌سان باشد و یک شخصیت مناسب و به یادماندنی، هم باید از لحاظ ظاهری جذاب باشد و هم توانایی این را داشته باشد که بتواند بیننده و مخاطب را از لحاظ روحی و احساسی با موضوع مورد نظر درگیر سازد. شخصیت‌ها می‌توانند زیبا، زشت، بسیار پیچیده و یا ساده باشند و خوبی شخصیت‌ها باعث می‌شوند که مخاطبان آن را دنبال کنند و به تبع آن محصول و یا بازی را نیز ببینند و به خاطر بسپارند [۵].



ششمین کنفرانس بین‌المللی

## «بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ - دانشگاه اصفهان

### ۲- بیان مساله

در جهان معاصر پیشرفت علوم نه تنها بر سطح زندگی و فضا و محیطی که انسان‌ها در آن‌ها زندگی می‌کنند تاثیر گذاشته بلکه قوانین و مقررات حاکم بر ارتباط و تعامل بین انسان‌ها و نگرش آن‌ها را نسبت به خود و به دیگران و جهان تغییر داده است. دنیای کودکان نیز از این تغییرات مصون نمانده است و یکی از جلوه‌های این تغییر و دگرگونی، تغییر در نوع سرگرمی‌ها و یا گذراندن اوقات فراغت این قشر از جامعه است که نمود بارز آن را می‌توان در ظهور و گسترش بازی‌های رایانه‌ای مشاهده کرد و همزمان با بروز و شیوع این بازی‌ها نگاه‌های کنجکاو و نگران به این پدیده متوجه گشته است. امروزه بازی‌های رایانه‌ای جایگاه ویژه‌ای را بین کودکان به عنوان یک سرگرمی پیدا کرده است و با رواج روز افزون این رسانه در میان خانواده‌ها و مخاطبان آنها یعنی کودکان، محققان بر آن شدند که هر یک از منظرهای به بررسی آثار این رسانه‌ها بر مخاطبان خود بپردازند. از علل عمده کشش کودکان به این بازی‌ها جذاب بودن و قابلیت دسترسی آسان آن‌ها، نبودن برنامه ریزی‌های مناسب از طرف مسئولان و خانواده‌ها برای پرکردن اوقات فراغت کودکان است. با توجه به تعداد بازی‌هایی که در دسترس کودکان است این سوال مطرح می‌شود که طراحی شخصیت بازی‌های موجود در ایران تا چه میزان در روند یادگیری و آموزش کودکان تاثیرگذار بوده و در ذهن آن‌ها ماندگاری داشته است. در این پژوهش این مساله مورد بررسی و تحقیق قرار گرفته شد تا بتوان به کمک کارشناس‌ها و خود کودک دلایل موفقیت و عدم موفقیت بازی‌های رایانه‌ای ایرانی را تشخیص داد. در واقع طراحی بصری شخصیت که در رشته‌ی تصویرسازی جایگاه ویژه‌ای دارد و در هنر و صنعت بازی‌سازی به جهت رسالت آموزشی و تفریحی آن دارای اهمیت است، هدف اصلی و مهم این پژوهش است.

### ۳- پیشینه‌ی تحقیق

با توجه به تحقیقات و جستجوهای که در حوزه‌ی طراحی بصری شخصیت بازی‌های آموزشی رایانه‌ای انجام گرفت، پژوهش و مواردی که مستقیماً این موضوع را مورد تحقیق قرار داده باشند و در رابطه با این مطلب باشند یافت نشد و عنوانی که در این زمینه پیشنهاد داده شده، بدیع و تازه است. البته فقط در بعضی از تحقیقات ارائه شده در گذشته می‌توان موارد مشابهی را مشاهده نمود که در زمینه‌ی تصویرسازی کتاب‌های کودکان بوده‌اند و یا در ارتباط با پرداختن به موضوع ابر قهرمان‌های شخصیت بازی‌ها و داستان‌ها بوده که از منظر بصری به آن‌ها پرداخت نشده است.

### ۴- اهداف کلی

بررسی طراحی شخصیت بازی‌های آموزشی رایانه‌ای تولید ایران برای کودکان ۴ تا ۶ سال  
بررسی تاثیر بصری طراحی شخصیت بازی‌های آموزشی رایانه‌ای تولید ایران بر کودکان ۴ تا ۶ سال

### ۵- سوالات

سوالاتی که در این باره پیش آمده در دو سوال کلی می‌باشد با دو هدف کلی مطرح شده که در ادامه به آن‌ها اشاره شده است:

سوال اصلی شماره یک: طراحی شخصیت بازی‌های آموزشی رایانه‌ای برای کودکان ۴ تا ۶ سال چگونه است؟  
سوال اصلی شماره دو: تاثیر بصری طراحی شخصیت بازی‌های آموزشی رایانه‌ای بر کودکان ۴ تا ۶ سال چگونه است؟



ششمین کنفرانس بین‌المللی

## «بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ - دانشگاه اصفهان

### ۶- روش و شیوه‌ی اجرای پژوهش

از نظر ماهیت و هدف، این تحقیق از نوع کیفی و کاربردی می‌باشد و بیشتر معلومات و اطلاعاتی که در طی مدت پژوهش جمع‌آوری شده به روش اسنادی، منابع علمی معتبر و نیز مصاحبه بوده و به همراه پرسشنامه‌ای که محقق در طول پژوهش ساخته و فراهم نموده مورد بررسی قرار گرفته است. در آغاز تحقیقات علاوه بر نظرسنجی که از جمعی از کارشناسان مرتبط با حوزه‌ی بازی‌سازی و تصویرسازی و گرافیک صورت گرفت، کودکان نیز نقش بسیار مهمی در این نظرسنجی داشتند. برای انجام این پژوهش تصاویر ۱۰ نمونه از بازی‌های آموزشی رایانه‌ای مخصوص کودکان ۴ تا ۶ سال موجود در کافه بازار با عنوان بیشترین دانلود و کمترین دانلود و با هدف بررسی طراحی شخصیت‌های بازی‌های رایانه‌ای که در حال حاضر در دسترس کودکان بوده، انتخاب شد و به صورت دقیق و متمرکز مورد پژوهش قرار گرفت. کودکان شرکت‌کننده در نظر سنجی در حال حاضر با این بازی‌ها و فضای آموزشی آن آشنایی داشته و جزء مخاطبین این بازی‌ها بوده‌اند. ابتدا تعداد مشخص ۵ بازی با میزان بیشترین نصب و ۵ بازی با میزان کمترین دانلود در قالب پرسشنامه‌ای توسط کارشناس طراحی تصویرسازی و بازی‌سازی مورد نقد قرار گرفت تا علت موفقیت هر بازی و میزان استقبال مخاطب را با توجه به اصول اولیه‌ی طراحی بصری زیبایی‌شناسانه و هنری شخصیت بازی‌ها بتوان مشخص نمود و نمره‌ای را به عنوان معیار برای هر ویژگی و شاخص در نظر گرفت و بهترین بازی‌ها را از نگاه متخصصین حوزه‌ی هنر انتخاب کرد و برای بخش بعدی در اختیار کودک قرار داد. کارشناس مربوط پس از نمره‌دهی ویژگی‌ها در پرسشنامه بهترین و ضعیف‌ترین بازی‌ها را مشخص نمود و به پژوهشگر معرفی کرد. ملاک انتخاب بازی‌ها بر این اساس بود که بازی‌هایی در دسته‌ی آموزشی کودکان در کافه بازار و در رده‌ی برترین‌ها وجود داشتند برای بخش پر دانلود و بازی‌هایی که در طول مدت حضورشان در بازار و در دسته‌ی آموزشی از میزان درصد نصب کمتری برخوردار بودند برای قسمت بازی‌های با دانلود کمتر انتخاب شده‌اند.

پس از انجام این مرحله از پژوهش نوبت به همکاری کودک با این موضوع رسید که بخش بسیار حائز اهمیتی در طول تحقیق بود. در قسمت شراکت کودک در نظر سنجی از او خواسته شد تا بعد از آشنایی با محیط و استفاده‌ی هر کدام از بازی‌ها (بهترین و ضعیف‌ترین)، تصویر آن بازی و شخصیتی را که در ذهن خود نگه داشته و به یاد می‌آورد را بر روی کاغذ نقاشی کند.

هم‌چنین در کنار اطلاعاتی که از کارشناسان در این تحقیق به دست آمد، برای پنج کودک ۶ ساله‌ی دختر که به عنوان شرکت‌کننده در این پژوهش حضور داشتند خلاصه‌ای کوتاه و مشخص توضیح داده شد تا پس از بررسی و استفاده از بازی برتر و ضعیف‌تر بتوانند شخصیت بازی ماندگار و ثبت شده در ذهن خود را توسط کشیدن نقاشی به پژوهشگر نشان دهند. کودکان در این رابطه می‌بایست پس از اجرای بازی‌های رایانه‌ای و استفاده از فضای بازی‌ها و پس از گذشت یک هفته از استفاده‌ی از بازی، آن شخصیت موفق و ماندگار بازی را که در بازی دیده و در ذهن خود ثبت نموده بودند را نقاشی کنند. تا با کمک این روش بتوان نشان داد که کدام یک از بازی‌ها از لحاظ تصویری و بصری موفقیت بیشتری داشته است و تا چه میزان توانسته در ذهن مخاطب خود پایداری داشته باشد.

ملاک‌های گزینش کودکان جهت پرسشنامه‌ی آماری نیز به این شرح است که سن کودک باید بین ۴ تا ۶ سال باشد، هیچ‌گونه اختلال در کودک اعم از اختلال یادگیری، اختلال نقص توجه، بیش‌فعالی وجود نداشته باشد، رضایت والدین کودک برای حضور در نظرسنجی و هم‌چنین ابراز تمایل کودکان در این پژوهش را به همراه داشته باشد.



ششمین کنفرانس بین‌المللی

## «بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ – دانشگاه اصفهان

آخرین آمار و میزان بیشترین و کمترین دانلود مربوط به ماه فروردین سال ۱۳۹۸ هجری شمسی است که نام بازی‌ها به همراه تصویر شخصیت موجود در بازی در جدول به نمایش گذاشته شده‌اند (جدول ۱-۱).

جدول ۱-۱. آمار میزان دانلودهای بازی‌های آموزشی رایانه‌ای مخصوص کودکان در کافه بازار و تصاویر شخصیت‌ها

کمترین دانلود	شخصیت و نام بازی	رتبه	بیشترین دانلود	شخصیت و نام بازی	رتبه
نصب‌های فعال +۲۰۰	 بازی جهان جیبی	۱	نصب‌های فعال +۱۰۰'۰۰۰	 شادی لند	۱
نصب‌های فعال +۵۰۰	 جنگل شاد الفبا	۲	نصب‌های فعال +۵۰'۰۰۰	 مدرسه ی شادی	۲
نصب‌های فعال +۱'۰۰۰	 شکلات	۳	نصب‌های فعال +۲۰'۰۰۰	 زبان کوچولو	۳
نصب‌های فعال +۲'۰۰۰	 چوب شور	۴	نصب‌های فعال +۲۰'۰۰۰	 دنایای پیا کوچولو	۴
نصب‌های فعال +۲'۰۰۰	 فرنگستون	۵	نصب‌های فعال +۲۰'۰۰۰	 ریبو و رابی	۵



ششمین کنفرانس بین‌المللی

## «بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ - دانشگاه اصفهان

### ۷- پرسشنامه و نظریه‌ها و پاسخ کارشناسان حوزه‌ی هنر

در این پرسشنامه چندین ویژگی و خصوصیت مهم که جهت طراحی شخصیت می‌بایست در نظر داشت را عنوان کرده و به صورت مشخص در ستون‌های این پرسشنامه قرار داده تا با توجه به بررسی بازی‌های انتخابی از لحاظ تصویری و اصول طراحی استاندارد و صحیح هر کدام را بتوان نقد و بررسی کرد و رقم مشخصی را برای هر ستون به عنوان نمره در نظر گرفت.

برای ایجاد و طراحی بصری شخصیت در بازی‌های رایانه‌ای ویژگی‌ها و شاخص‌های مهم بصری و زیبایی‌شناسانه‌ای مورد نیاز است که در پرسشنامه برای کارشناسان مطرح شد که شامل مواردی از جمله: متناسب بودن با سن کودک، رنگ، شکل، تناسب، جذابیت و ماندگاری، حجم، حرکت و قابلیت استخوان بندی می‌باشد (جدول ۱-۲). پس از مشاهده و تحلیل هر کدام از بازی‌ها، برای هر ستون نمره‌ای از عدد ۱ تا ۱۰ در نظر گرفته شده که تعداد ۵ نفر کارشناس مرتبط باید برای هر ردیف از شاخص‌ها نمره‌ای را در نظر بگیرد و پس از جمع بندی نمرات درصدی را به عنوان رتبه‌ی بازی اعلام کنند. هر پرسشنامه در اختیار یک کارشناس قرار گرفت و بعد از بررسی کامل ویژگی‌های بازی‌ها نظریه و نمره‌ی خود را در اختیار پژوهشگر قرار دادند. (اعتبار صوری) این پرسشنامه توسط کارشناسان حوزه هنر اخذ شد و تاریخی که پس از این پرسشنامه به دست آمد به این گونه بود:

بازی‌هایی که در حال حاضر در کافه بازار موجود هستند و در ردیف برترین‌های بازار قرار دارند نیز از نظر کارشناسان حوزه‌ی بازی‌سازی و تصویرسازی نیز موفق بوده‌اند و از دیدگاه بصری از امتیاز بیشتری برخوردار شدند و در مجموع نمره‌ی بیشتری را کسب نمودند. بازی که در این پرسشنامه از امتیاز بیشتری برخوردار شد بازی شادی لند بود که میزان درصد نمره‌ی آن به ۶۷٪ رسید و بازی که نمره‌ی کمتری را به خود اختصاص داد هم با آمار موجود در کافه بازار برابری میکند که نام بازی به دلایل اخلاقی و حرفه‌ای در متن ذکر نشده است و به رتبه‌ی دانلود آن در (جدول ۱-۱) اشاره شده است. بنابراین براساس نمرات به دست آمده از این پرسشنامه می‌توان این نتیجه را بیان کرد که بازی که دارای تصاویر قوی‌تر و گرافیک مناسب‌تر بوده و مبانی هنرهای تجسمی را اصولی‌تر رعایت کرده توانسته است در روند رشد و موفقیت بازی و میزان دانلود آن نیز تاثیرگذار باشد. البته در تمام بازی‌های انتخابی حاضر به طور مشخص و واضحی طراحی خاصی متناسب با فرهنگ و هویت ایرانی صورت نگرفته است و شخصیت‌بارزی را به عنوان شخصیت اصلی بازی به کودک نشان نمی‌دهد ولی با این حال بازی که اکنون از میزان استقبال بیشتری برخوردار است و میزان دانلود آن بالاتر است به علت موفقیت و تنوع تصویری و متفاوت بودن فضای بازی آن بوده که به عنوان بازی برتر برگزیده شده است. در این بازی یعنی بازی (شادی لند) به علت گوناگونی و فراوانی تصاویر و طراحی شاد به نسبت بازی‌های دیگر ما شاهد استفاده‌ی بهتر از مبانی هنرهای تجسمی هستیم و این امر گویای این موضوع است که اگر اصول طراحی شخصیت به مقدار بیشتری مورد توجه هنرمندان و مسئولان بازی‌ساز قرار بگیرد می‌تواند هر بازی را به صورت شاخص‌تری در ذهن مخاطب خود ماندگار کند.



## ششمین کنفرانس بین‌المللی

# «بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ – دانشگاه اصفهان

### جدول ۱-۲. پرسشنامه‌ی استفاده شده در جهت سنجش طراحی بصری شخصیت بازی‌ها

فرم نظر سنجی از متخصصین مربوط به طراحی و تهیه‌ی بازی‌های آموزشی رایانه‌ای توسط ایران مخصوص کودکان  
آثار و میراث ناملموسها در کنگره بازی مربوط به سه ماهه‌ی اول سال ۱۳۹۸ می‌باشد که این اثر مسابقه است در زمینه‌ی نام‌های مختلف آثار چاپی غیر و چاپی نمود.  
امتیاز نمره به هر بخش از عدد ۱ تا عدد ۵ است.

نام و شخصیت بازی بیشترین دغدغه	متناسب با سن کودک	رنگ	شکل	تناسب	جذابیت و ماندگاری	متناسب با فرهنگ و هویت ایرانی	حجم	حرکت	قابلیت رنگ بندی
۱. بازی کله									
۲. بازی ماهی									
۳. بازی ماهی									
۴. بازی ماهی									
۵. بازی ماهی									
۶. بازی ماهی									
۷. بازی ماهی									
۸. بازی ماهی									
۹. بازی ماهی									
۱۰. بازی ماهی									
۱۱. بازی ماهی									
۱۲. بازی ماهی									
۱۳. بازی ماهی									
۱۴. بازی ماهی									
۱۵. بازی ماهی									
۱۶. بازی ماهی									
۱۷. بازی ماهی									
۱۸. بازی ماهی									
۱۹. بازی ماهی									
۲۰. بازی ماهی									



تصویر ۱-۱ بهترین و ضعیف بازی انتخاب شده در پرسشنامه توسط کارشناسان

### ۸- نقاشی‌های کشیده شده توسط کودک برای سنجش تأثیر طراحی شخصیت بازی‌ها

در قسمت نقاشی و ترسیم تصاویر توسط کودک پس از انتخاب بازی برتر و ضعیف تر توسط کارشناس که میزان امتیاز آن‌ها در پرسشنامه مشخص شد، بازی در اختیار کودک قرار گرفت. کودک هر قسمتی از بازی را که در یاد خود حفظ کرده بود به تصویر کشید. این تصاویر به شکل‌های مختلف بودند و هر کودک با توجه به ذهن خود یک بخشی از بازی را نقاشی کشید. در یکی از نقاشی‌ها یکی از کودکان شخصیت بازی شادی لند را در حافظه‌ی خود نگه داشته بود و همان شخصیت مورد علاقه‌ی خود را مستقیماً روی کاغذ کشید و بسیار واضح و گویا نشان دهنده‌ی یکی از شخصیت‌های موجود در بازی بود و کودکی دیگر تصویری را ترسیم نمود که نشان دهنده‌ی فضای دیگری از بازی بود. البته در بین نقاشی‌هایی که تحویل



ششمین کنفرانس بین‌المللی

## «بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ - دانشگاه اصفهان

گرفته شد مواردی نیز بودند که خیلی با محیط بازی شادی لند شباهت نداشتند و کودک بر اساس سلیقه‌ی خود آنچه را که از کلیت بازی‌ها دوست داشته بود به تصویر کشیده ولی به هنگام معرفی نقاشی خود، اشاره‌ای به یکی از شخصیت‌های حاضر در بازی داشت. در ادامه نیز برای به تصویر کشیدن بازی با امتیاز کم هم کودک اشاره‌ای مستقیم به مورد مشخصی نداشت چون در واقع در محیط بازی با گرافیک ضعیف‌تر ما شاهد وجود طراحی شخصیتی مستقل نبودیم. در پایان بالاخره تمام تصاویری که جمع‌آوری شد و نتیجه‌ی مطلوبی را در برداشت، نقاشی‌ها نشان‌دهنده‌ی این موضوع بود که کودک با بازی و محیطی توانسته ارتباط برقرار کند که دارای طراحی شخصیت بوده است.



تصویر ۱-۲ نمونه نقاشی‌های کشیده شده توسط چند کودک

### ۹- نتیجه‌گیری

۱- چنین بر می‌آید با توجه به توسعه بازی‌های رایانه‌ای در ایران، شخصیت‌پردازی‌ها به مرور بهتر و قوی‌تر شده ولی هنوز دارای نقاط ضعف در ساختار طراحی و شکل بصری شخصیت‌ها در بازی‌ها هستیم. با توجه به مطالبی که گفته شده این نتیجه به دست آمد که در بیشتر بازی‌هایی که در ایران ساخته می‌شوند معمولاً هیچ طراحی برای شخصیت اصلی و ثابتی وجود ندارد که در مورد طراحی آن فکر و ایده‌ای وجود داشته باشد و در تمام مسیر داستان بازی دنبال شود و یا روبه‌تکامل پیش برود. در بازی‌هایی که بررسی شد تنها طراحی به خصوصی صورت نگرفته بلکه شخصیت‌ها نیز از فضاهای بازی‌های آموزشی کشورهای دیگر استفاده شده و در فضای بازی‌های ایرانی گنجانده شده است که متأسفانه اکثر آنها ارتباط کمی با سن و سلیقه کودک و به خصوص با فرهنگ ایرانی دارد.





ششمین کنفرانس بین‌المللی

## «بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ - دانشگاه اصفهان

۲- از مهم‌ترین اصول طراحی شخصیت در بازی‌های آموزشی، ایجاد ارتباط شخصیت با محتوای برنامه آموزشی در بازی و تاثیر بصری آن بر مخاطب خود که کودکان ۴ تا ۶ سال هستند، می‌باشد. که البته در بازی‌های رایانه‌ای برای کودکان ایرانی این امر خیلی رعایت نشده است. بنابراین پس از انجام بازی‌ها و استفاده‌ی کاربر از فضای بازی چندان ماندگاری در ذهن کودک نخواهند داشت و پس از نقاشی‌هایی که از کودکان تحویل گرفته شد اکثر شخصیت بازی‌ها را به صورت مشخصی به خاطر نمی‌آوردند و یا اگر چیزی در ذهن آن‌ها باقی مانده بود مربوط به این بخش از طراحی شخصیت در بازی نبوده است و به صورت کلی مجموعه تصاویر خود بازی را در ذهن خود به یاد می‌آورده‌اند.

در بازی‌های رایانه‌ای ایرانی معمولاً شخصیت در حالتی که بتواند به انتقال مفاهیم آموزشی کمک نماید، طراحی نمی‌شود و آن حالت و موقعیت و زاویه‌ی طراحی شده در آن تا آخر بازی در قسمت‌های مختلف صفحه‌ها و در ترکیب بندی‌های متفاوت به صورت تکراری استفاده می‌شود و به دلیل یکنواختی و تکرار در یک حالت خاص به سرعت برای مخاطب خسته کننده می‌شود. یعنی با اینکه تلاش شده است شخصیت در بازی‌های ایرانی با موضوع و محتوای بازی کمی تناسب داشته باشد اما نتوانسته است در جلب توجه مخاطب خود که یک کودک است، چندان موفق باشد. زیرا شخصیت‌ها برای ایجاد ارتباط مناسب با مخاطب خود باید دارای یک سری خصوصیات باشند. این خصوصیات شامل دارا بودن تکنیک متناسب با محتوا و مخاطب می‌باشد. البته ناگفته نماند در سال‌های اخیر بازی‌سازان و طراحان گرافیک سعی بر این دارند تا بتوانند کار بهتری را در اختیار مخاطبان به خصوص کودکان خود قرار دهند.

طبق تحقیقات و نتایجی که به دست آمد در طول این پژوهش پیشنهاد می‌شود برای کسانی که علاقه مند و مشتاق به حضور و فعالیت در این زمینه‌ی هنری و تجاری هستند این راه را ادامه دهند چون از لحاظ جذابیت و پویایی طرحی بسیار نو و تازه بوده و هم چنین آینده‌ای بسیار روشن در انتظار این بخش از طراحی بازی‌های رایانه‌ای در کشور است و اگر این برنامه و هدف در ساخت بازی‌های رایانه‌ای رعایت شود می‌توان کارهایی تاثیرگذار با رنگ و بوی ایرانی و متناسب با سن کودک ارائه داد تا در این زمینه و در جهت آموزش و پیشرفت کودکان خود حرفی برای گفتن داشته باشیم. البته در آینده‌ی نه چندان دور این رشته‌ی پر از هیجان و جذاب می‌تواند مسیری باشد برای آنان که دغدغه و دلمشغولیشان ارزش بخشیدن به کودک و تعلیم و تربیت کودک است.

### ۱۰- قدردانی

مراتب سپاس را بر تمام کسانی که اینجانب را در پیشبرد فعالیت‌های علمی و زندگی همراهی کرده‌اند به جا می‌آورم.

### ۱۲- مراجع

۱. برزگر، آتنا، طراحی صفحات بازی رایانه‌ای با موضوع آموزش حروف الفبا برای کودکان پیش دبستانی و اول ابتدایی، پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه شاهد دانشکده هنر، ۱۳۹۲
۲. سمیعی، فاطمه، بازی‌های رایانه‌ای و تربیت شغلی کودکان و نوجوانان، ۱۳۹۴
۳. حنائی، محمدرضا، بررسی مراحل شکل‌گیری یک شخصیت از متن تا تصویر، پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد، تهران، ۱۳۷۵
۴. تایکندی، پگاه، مقاله‌ی پنج توصیه‌ی ساده برای حرفه‌ای کردن شخصیت، [www.agerin.ir](http://www.agerin.ir)، ۱۳۹۶



ششمین کنفرانس بین‌المللی

## «بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ – دانشگاه اصفهان

۵. دادجو، محسن، بازی‌های رایانه‌ای، هوش کلامی و عملی در کودکان پیش دبستانی، ۱۳۹۷.

3. Johnston, Ollie & Thomas, Frank, *the Illusion of Life: Disney Animation*, Walt Disney, New York, 1981.

4. Piaget, Zhuan, *play, Dreams and Imitation in Child Hood*, London, 1987.

5. Sheldon, Lee, *Character Development and Storytelling for Games*, Thomson Course Technology, Boston, 2004.