



ششمین کنفرانس بین‌المللی

«بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ – دانشگاه اصفهان

نقد و تحلیل فرهنگی بازی‌های رایانه‌ای (مطالعه موردی: بازی زولا)

ندا برومندی*^۱، علی خدایار^۲، نسرین مقدم^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی صنعتی دانشگاه تهران

Email: neda.broumandi@gmail.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی صنعتی دانشگاه تهران

Email: alikhodayar3731@gmail.com

۳- استادیار طراحی صنعتی دانشگاه تهران

Email: nmoghadam@ut.ac.ir

چکیده

دردنیای امروز بازی‌های رایانه‌ای از پرمخاطب‌ترین پدیده‌های دوران مدرن هستند که همراه با خود فرصت‌ها و تهدیدهایی را مطرح کرده‌اند. تولید درصنعت بازی‌سازی فرصت مغتنمی برای حضور در بازارهای داخلی، رقابت در عرصه جهانی و توسعه اقتصادی است. اما کاربری بازی‌های خارجی در کنار گرده برداری از آنها در تولیدات داخلی مسائل و چالش‌های فرهنگی و اخلاقی را مطرح کرده است. پژوهش حاضر با هدف تحلیل ابعاد و عناصر فرهنگی و هویت ایرانی در طراحی بازی‌های رایانه‌ای در ایران صورت گرفته است. در این راستا روش پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای بوده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد با توجه به این که بازی‌های رایانه‌ای در بین افراد جامعه تبدیل به پرکاربردترین ابزار سرگرمی شده‌اند و جای خود را به عنوان تفریح در میان افراد با سنین مختلف باز کرده‌اند، می‌توانند به عنوان گزینه‌هایی مناسب در فرهنگ‌سازی و ثبات هویت ایرانی مؤثر باشند. آن چه در این پژوهش به عنوان مطالعه موردی بررسی شد «بازی زولا»^۱ بود و نشان داد که در طراحی بازی‌های ایرانی می‌توان از گنجینه‌های غنی فرهنگی همچون پهلوانان و اسطوره‌های ایران استفاده کرد و از این طریق منش اسطوره‌ای ایرانی را به مخاطبان آموزش داد. جایگزینی منش جوانمردی و شفقت به جای جنگ و خونریزی می‌تواند بر ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی صحنه گذاشته و آنها را تداوم بخشد. استفاده از فرهنگ غیربومی به جز گمراه کردن بازیکنان این بازی‌ها، دردرازمدت آسیب جدی به فرهنگ غنی ایران زمین می‌زند.

کلمات کلیدی: بازی رایانه‌ای، هویت ایرانی، فرهنگ، بازی زولا، نقد.

¹ ZULA



ششمین کنفرانس بین‌المللی

«بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ - دانشگاه اصفهان

۱- مقدمه

بازی‌های رایانه‌ای به واسطه رشد شگرف در مسیر توسعه و اینکه به صورت غیرقابل انکاری در ارتباط مستقیم با زندگی بشری قرار گرفته‌اند، نه تنها به ابزاری برای سرگرم نمودن اقشار مختلف جامعه تبدیل شده‌اند بلکه در جهت آموزش و فرهنگ سازی برای تمامی رده‌های سنی نیز کاربرد پیدا کرده‌اند و ظرفیت‌های خود را بسته به نیازهای جدید سازمانها، نهادها و به طور کلی انسانها، روز به روز افزایش می‌دهند [۱].

بررسی تنوع بازی‌های رایانه‌ای در دنیا نشان می‌دهد که از لحاظ اقتصادی صنعت بازی‌های رایانه‌ای به سرعت رو به رشد است. از طرف دیگر، با وجود نوآوری با تغییرات شدید و ظهور فناوری جدید در صنعت بازی‌های رایانه‌ای، امکان شکوفایی سبک جدیدی از این بازی‌ها به وجود آمده است. با این اوصاف، مهمترین چالش حوزه صنعت بازی‌سازی، بازی‌های رایانه‌ای هستند. عده‌ای معتقدند چالش‌های موجود در بازی‌های رایانه‌ای تأثیرات فرهنگی بازی‌های خارجی است: اقتضای فرهنگی این بازی‌ها با اقتضای فرهنگی جامعه‌ی ما در تضاد است و در راستای نظام فرهنگی کشور ما تولید نشده است. ریسک بالای سرمایه‌گذاری در تولید بازی‌های رایانه‌ای و خطر عدم برگشت سرمایه و سود کافی در بازارهای داخلی نیز از چالش‌های مهم دیگر در این زمینه است. به رغم هزینه بالای بازی‌های رایانه‌ای، می‌توان به سودآوری آن امید داشت. بازی‌های داخلی با قیمت پایین عرضه می‌شوند و در آنها کپی رایت بسیار صورت می‌گیرد. بازار تولیدات داخلی بازی‌های رایانه‌ای تحت تأثیر عرضه غیرمجاز بازی‌های خارجی است و به دلیل نبود نظارت قوی بر ورود بازی‌های رایانه‌ای خارجی، در دسترس بودن این بازی‌ها با نازلترین قیمت یکی از مشکلات بازی‌های رایانه‌ای است. مشکل دیگر در این زمینه کیفیت پایین بازی‌های داخلی در مقابل بازی‌های خارجی است [۲]. این مقاله شامل چند بخش می‌باشد که بخش اول شامل مقدمه، بخش دوم تعاریف و پیشینه نظری پژوهش، بخش سوم نقد بازی‌زولا به عنوان یک بازی بومی سازی شده و بخش چهارم نتیجه‌گیری می‌باشد.

۲- پیشینه نظری پژوهش

۱-۲- هویت

چگونگی یک فرد و مجموعه صفات، روحیات، نگرش‌ها و آنچه وی را از دیگران قابل شناسایی می‌کند، هویت یا کیستی آن فرد را شکل می‌دهد. ساخت معنا یا هویت، فرایندی است که بر بنیان‌های جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی، دینی و سیاسی و اجتماعی استوار بوده و از سوی دیگر به موجب سیالیت آن، در بستر زمان فراز و فرودهایی پیدا کرده است. از این رو، تحول و تداوم مهم‌ترین خصوصیات هویت به شمار می‌آیند [۳]. هویت دارای انواع، سطوح و سلسله مراتب مختلفی است. هویت فردی، هویت ملی، هویت دینی، هویت خانوادگی، هویت اجتماعی، هویت جنسیتی، هویت فرهنگی، هویت تمدنی. هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی است. مهمترین عناصر و نمادهای ملی که سبب شناسایی و تمایز می‌شوند عبارتند از: سرزمین، دین و آیین، آداب و مناسک، تاریخ، زبان و ادبیات، مردم و دولت. در درون یک اجتماع ملی، میزان تعلق و وفاداری اعضا به هر یک از عناصر و نمادهای مذکور، احساس هویت ملی آنها را مشخص می‌سازد. هویت دینی، عبارت است از تعریف شخص از خود براساس داشتن تعلق نسبت به دینی خاص به همراه ملاحظات ارزشی و احساسی مرتبط با آن. منظور از هویت خانوادگی، تعیین نسبت میان نوجوان و خانواده اوست و این که چه پیوندهایی میان آنها وجود دارد. هویت فردی به معنای ادراک شخص از نگرش‌ها، تواناییها و استعدادها می‌باشد. هویت جنسیتی



ششمین کنفرانس بین‌المللی

«بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ - دانشگاه اصفهان

نیز شامل آگاهی از نقش جنسیتی خود و آشنا شدن با مسؤولیت‌ها و وظایفی که به واسطه جنسیت فرد بر عهده فرد گذاشته خواهد شد، می‌شود [۴]. هویت موجب خودشناسی است، به طوری که، اگر فردی نتواند، به یک هویت موفق دسترسی پیدا کند، دچار آشفتگی در نقش‌ها و وظایفی می‌شود که از او به عنوان یک بزرگسال انتظار می‌رود و در نتیجه او مستعد بسیاری از اختلالات روانی خواهد شد. از نظر اریکسون، موفقیت در زندگی و دستیابی به اهداف و آرمان‌های انسانی در دوره بزرگسالی به نحوه شکل‌گیری هویت وابسته است که بیشتر در دوران نوجوانی و جوانی روی می‌دهد. در دنیای معاصر به واسطه رخنه کردن وسایل ارتباطی که میتوان آن را نوعی بریکولاژ^۲ رسانه‌ای نوین در تار و پود جامعه قلمداد کرد، هویت که قبلاً محول و معین بود، اینک دایماً در حال تغییر، تحول و بحران است. بر اساس نظریه آنتونی گیدنز، رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی نقش فعالی در تغییر دادن یا نهادینه شدن هویت نوجوانان دارند [همان].

۲-۲- فرهنگ

شناخت فرهنگ به طور واضحی متأثر از روند طراحی است. براساس نظر مایکا سولومون، فرهنگ، دریچه گسترده‌ای است که مردم از میان آن محصولات را می‌بینند. این فرهنگ است که به محصول معنا می‌دهد، تشریفات را برای استفاده از آنها ایجاد می‌کند و ارزش‌هایی را که اغلب در فرم و عملکرد آنها دیده می‌شود، خلق می‌کند. در فرهنگ امروزی، تفاوت همه چیز است. به ویژه در میان جوامع جوان می‌توان تفاوت‌های زیرفرهنگی بسیاری را مشخص کنیم که براساس طبقه، جنس، قومیت و تمایلات جنسی تعریف می‌شوند [۵].

همان‌گونه که خانواده، مدرسه و همسالان به عنوان عوامل تأثیرگذار بر هویت جوانان شناخته می‌شود، رسانه‌های جمعی نیز نقش مهمی در شکل‌گیری هویت آنها ایفا می‌کنند که یکی از این رسانه‌ها بازی‌های رایانه‌ای است؛ رسانه‌ای تعاملی و دوطرفه با جذابیت‌های فراوان که کیفیت و نوع خاصی از مناسبات ارتباطی را در فضای رایانه‌ای شکل می‌دهد. بازی‌های رایانه‌ای هویت افراد کاربر را می‌سازند، این هویت‌سازی بدون آگاهی افراد شکل می‌گیرد. بازی‌های رایانه‌ای به عنوان یکی از ابزارهای جهانی شدن ضمن مکان‌زدایی از روابط اجتماعی، آفق‌های فرهنگی ما را به روی آداب و رسوم و روش‌های گوناگون زندگی باز کرده و درک جدیدی از جهان به عنوان یک بافت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی معنادار ایجاد می‌کنند [۶].

۲-۳- بازی‌های رایانه‌ای

بازی یکی از دیرینه‌ترین رفتارهای بشری است و از دیرباز به عنوان بخشی از فرهنگ شناخته شده است. بازی مجموعه فعالیت‌هایی است که با جنب و جوش و تحرک همراه است و کودک شور و شوق و علاقه به انجام آن داشته و تحت هیچ فشار و تحمیل اراده‌ای نیست [۷].

بازی‌های رایانه‌ای یکی از پر مخاطب‌ترین و جذاب‌ترین رسانه‌ها در بین کودک و نوجوانان می‌باشد، به طوری که این بازی‌ها، از اجزای شکل‌گیری هویت آنها شده‌اند. با توجه به اهمیت بازی در زندگی اجتماعی این قشر سنی، بازی‌های رایانه‌ای به صورت اجتناب‌ناپذیری بخش عمده‌ای از جامعه‌پذیری کودکان و نوجوانان را به خود اختصاص داده‌اند و به علت ماهیت تعاملی خود، نیروی جاذبه‌ای مسحورکننده دارند و بازیکنان را به قدری مشغول خود می‌کنند که با رویدادهای بازی و اعمال کنترل بر آن، رابطه‌ای متقابل ایجاد می‌کنند. اهمیت این رسانه‌های نوظهور تا حدی است که حتی برخی ادعا

² Bricolage



ششمین کنفرانس بین‌المللی

«بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ - دانشگاه اصفهان

کرده اند، اگر کسی بخواهد چیزی درباره فرهنگ یک کشور بداند، باید به این رسانه؛ یعنی، بازی رایانه ای توجه کند [۴]. خصوصیات اساسی بازی های رایانه ای مواردی مانند: وفاداری، باز بودن، کاهش هزینه های نرم افزاری، افزایش انعطاف پذیری، افزایش نوآوری، افزایش پیچیدگی، کاهش امنیت و ... است. مهمترین وجه بازی ها این است که نشان می دهند بازی کردن تنها به یک عمل سرگرم کننده صرف ختم نمی شود. بازی ها تنها یک رسانه صرف برای انتقال فرهنگ و یا یک محتوای معین به بازیکن نیستند، بلکه بیش از هر چیز بازی ها یک دنیای اجتماعی اند که در آن در اثر تعاملات مکرر و پیچیده فرهنگ ها ساخته می شوند [۷].

امروزه بیش از هر زمانی کودکان و نوجوانان ما به قصه ها و افسانه های کهن که عموماً از ادبیات حماسی سرچشمه می گیرند، نیازمند هستند. آشفته گی ذهنی آنها در مواجهه با انواع بازی های رایانه ای و انیمیشن های خشونت آمیز و بعضاً بی سرو ته بیگانه، اهمیت بازیابی در این قصه ها را دو چندان می کند. ناگفته پیداست که بازی های رایانه ای و کارتون هایی که بیشتر، محصول کمپانی های غربی اند، ذهنیت کودکان و نوجوانان را دستخوش تغییر و دگرگونی ناپسندی می کنند که کم کم از فضای تفکر و اندیشه اسلامی و ایرانی دور می شوند. بازگویی متون حماسی کهن برای کودک و نوجوان در واقع نوعی گفتگو، تعامل و انتقال آنها به دنیای امروز و برآوردن نیازهای کودک و نوجوان شیفته تخیل است؛ از این طریق می توان پلی بین دنیای تخیل و دنیای واقعیات ایجاد کرد و با تلخی ها و سختی های زندگی آشنا کرد [۸].

حضور عناصر بومی در تصویرگری بازی های رایانه ای، در گونه های متفاوت آن، نشانگر دلبستگی تصویرگر بازی ها به آیین ها، باورها و ویژگیهای سرزمینی است که به آن تعلق دارد. حضور این عناصر بومی در یک بازی، گاه از نگاه جغرافیایی تصویرگر نیز فراتر می رود و با فرهنگ ها و آیین های متن غیروبومی همراه می شود [۹].

فضاسازی، ساده ترین و آشکارترین عنصر دیداری است و که با نیم نگاهی به تصویرهای کتاب، مساجد، بناهای قدیمی و تاریخی ایران میتوان به حوزه ی جغرافیایی سرزمین مادری پی برد. استفاده از این ویژگی ها در تصویرگری بازی های رایانه ای نشان دهنده ی بازی با هویت ایرانی و مرز و بوم ایران می باشد [۱۰].

آن چه که به عنوان دشمن در یک بازی حادثه ای تعریف می شود شامل جمعیت ها، نژادها، کشورها و جوامع متضاد، بیگانه و مخالفی هستند که به عنوان منبع شرارت و وحشت معرفی شده و با شکست و تخریب آن ها صلح، امنیت و پیروزی حاصل می شود. چنین نگرشی سال ها در فیلم های سینمایی هالیوودی به منظور القای سیاست ها و اهداف راهبردی کشورهای غربی مورد استفاده بوده است و اکنون در قالب بازی های تعاملی رایانه ای نیز دنبال می شود. ویژگی تعاملی بازی های رایانه ای امکان درگیری فعالانه و عمیق تر بازیکن را در راستای اهداف تولیدکننده فراهم می کند. بنابراین بدون آن که خود بتواند پیش بینی کند، مدافع دیدگاهی خاص و باوری شاید متضاد با زمینه فرهنگی اش می شود و منطبق بر اهداف از پیش تعیین شده عمل می کند و در این تعامل تحت تأثیر قدرت و قابلیت های قهرمان علیه دشمنان ظالم قرار خواهد گرفت [۱۱].

۳- نقد و بررسی بازی زولا

برای ارائه نقد باید از الگوی تفکر انتقادی پیروی کرد که در سه بخش توصیف، آنالیز و داوری مطرح می گردد. در بخش توصیف باید ابتدا اثر هنری به صورت یک حقیقت مجزا از ارزش و بدون جهت گیری ارزشی به صورت دقیق تجزیه و عناصر آن شناسایی



ششمین کنفرانس بین‌المللی

«بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ – دانشگاه اصفهان

شوند. در مرحله آنالیز منتقد بدون جهت گیری شخصی وجوه مثبت و منفی اثر را مطرح می نماید و در بخش داوری باید ارزش اثر را بیان و درجه بندی آن را نسبت به سایر آثار مشخص و ارزیابی کند.

۱-۳- توصیف بازی

نام بازی: زولا (شکل ۱)

شرکت سازنده: شرکت ترکیه ای مدبایت گیمز^۳

سبک بازی: شوتر آنلاین

سال تولید: ۲۰۱۶

طراحان بازی: استودیو سورنا گیمز^۴



شکل ۱: پوستر منتشر شده بازی زولا [۱۲].

در سایت رسمی استودیو سورنا گیمز در مورد بازی زولا چنین آمده است: "زولا یک بازی تیراندازی اول شخص آنلاین و رایگان است. در زولا شما مکانهای منحصر به فرد واقعی مانند استانبول، شمال عراق و مکانهایی دیگر در خاورمیانه را مشاهده می کنید و در آن ها به رقابت می پردازید. در حال حاضر ده نقشه در دسترس بازیکنان است و همه آنها با ویژگی های خاص خود یک چالش بی نظیر را به بازیکنان ارائه می دهند. شما به لطف گرافیک های بسیار واقع گرایانه بازی کاملاً خود را غرق در دنیای بازی پیدا خواهید کرد. به عنوان یک بازیکن، شما قادر خواهید بود بین دو جناح مختلف از مبارزان انتخاب کنید: زولا، گروهی از سربازان که اشتباها به عنوان سندیکای جرایم سازمان یافته شناخته شده اند و گلا دیو، یک نیروی نظامی بین المللی که تقریباً در هر سازمان نظامی در جهان نفوذ کرده است. این بازی حالت های مختلف بازی مانند تیمدمج^۵، کپچردفلگ^۶،

³ Mad Byte Games

⁴ Sourena Games

⁵ Team Death match

⁶ Capture the Flag



ششمین کنفرانس بین‌المللی

«بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ – دانشگاه اصفهان

فریفرآل^۷، واتند^۸ را دارد. حالت‌های بیشتری نیز در به روز رسانی‌های آینده به بازی اضافه خواهند شد! شانزده شخصیت قابل بازی، که الهام گرفته شده از قهرمانان محبوب تلویزیون و با یک داستان زمینه‌ای منحصر به فرد هستند، در دسترس بازیکنان قرار دارند. برای دستیابی به یک احساس واقعی، کلیه لباس‌ها و تجهیزات شخصیت‌ها بر اساس مشخصات دقیق نظامی طراحی شده‌اند. علاوه بر این، شما حق انتخاب بین بیش از ۱۵۰ سلاح را خواهید داشت و وسایل جدید نیز به طور مرتب به بازی اضافه می‌شوند [۱۳]. این بازی توسط شرکت سورنا گیمز با تغییرات اندکی بومی‌سازی شده و نقشه تهران، پرسپولیس، سلاح‌های ایرانی و منوی فارسی در آن گنجانده شده است. همچنین به دلیل استفاده از سرورهای کاملاً داخلی، کاربران ایرانی می‌توانند بدون نیاز به اینترنت پر سرعت، از تجربه بازی با اینترنت نیم بها لذت ببرند. در سایت رسمی شرکت سورنا گیمز عنوان شده است: بازی زولا پس از چهار سال فعالیت در ایران، نزدیک به ۷۰۰ هزار کاربر فعال دارد که نزدیک به ۲۰ درصد آنان را زنان تشکیل می‌دهند [۱۴]. همچنین آمار کلی کاربران به چهار دسته تقسیم شده است:

- کاربران ۱۸ تا ۲۴ ساله: ۳۶ درصد
- کاربران ۲۴ تا ۳۴ ساله: ۴۷ درصد
- کاربران ۳۵ تا ۴۴ ساله: ۱۱ درصد
- کاربران ۴۵ تا ۵۴ ساله: ۴ درصد [۱۳].

۲-۳- آنالیز بازی؛ فرصت‌ها، چالش‌ها

۱-۲-۳- نقاط قوت بازی:

- حضور یک بازی شوتر آنلاین با کاربری داخلی و حداقل سرعت اینترنت.
- بازی بر پایه دو گروه ضربت و تبهکار می‌باشد و امکان شخصی‌سازی اسلحه و شخصیت بازی وجود دارد.
- پرداخت در بازی با واحد پولی ریال می‌باشد.
- بازی دارای ۶ حالت مختلف و ۲۰ نقشه می‌باشد که هر کدام از آنها از ویژگی‌های جغرافیایی خاصی بهره‌مند هستند.
- امکان بازی فردی یا گروهی و ساخت گروه و دعوت دیگران وجود دارد.
- پیشرفت در بازی و مسابقات به صورت نشان‌های نظامی به کاراکتر داده می‌شود تا دیگران نیز از سطح و میزان حرفه‌ای بودن بازیکن آگاه شوند.
- پشتیبانی تیم سازنده در به روز رسانی‌های پی‌در پی وجود دارد.

⁷ Free for All

⁸ Wanted



ششمین کنفرانس بین‌المللی

«بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ – دانشگاه اصفهان

۲-۲-۳- نقاط ضعف

- سیستم تجاری بازی تقریباً سعی در فروش تمام عناصر بازی دارد از فروش اسلحه مختلف تا ارتقاء آنها. سیستم بازی طوری طراحی شده که فقط با خریدهای درون برنامه ای بازیکن بتواند به پیروزی برسد.
- شباهت بازی زولا به یکی از قدیمی ترین و پرتیرترین بازی های شوتر آنلاین به نام کانتر استرایک^۹
- نبود هیچ گونه آموزش برای حالت های مختلف بازی از خلاء های این بازی است.
- نبود توازن بین بازیکنان در مسابقات عادی که منجر به خراب کردن سابقه بازیکن می شود.
- گرافیک بازی در مقایسه با سال تولید آن چندان کیفیت بالایی ندارد.
- با وجود فارسی سازی شدن قسمت صوتی بازی، صدا گذاری شخصیت ها نمی تواند به خوبی اتمسفر بازی را القاء کند.
- عدم اشاره به کهن الگوهای فرهنگی و نبود شخصیت های اسطوره ای و در پی آن رفتارهای جوانمردی و منش پهلوانان ایرانی.

۳-۲-۳- داوری

کسب درآمد از طریق فروش داخل برنامه ای، یکی از چالشهای اصلی بازی های رایانه ای آنلاین رایگان می باشد. در این حالت محتوا، به کاربر بازی فروخته می شود تا بازیکن احساس کمبود قدرت و یا تجهیزات نداشته باشد در حالی که این مورد، با عنوان "بازی آنلاین رایگان" مغایرت دارد. و پرداخت مستمر برای دریافت تجهیزات، تجربه کاربری را در سطح پایین نگه می دارد و بازی زولا از این قاعده مستثنی نیست. در این بازی از طریق خرید مستقیم طلا و یا کسب پول داخل بازی، می توان تجهیزاتی را برای مدت محدود دریافت کرد اما این دسترسی محدود می تواند موجب حس عدم دریافت پاداش کافی در قبال پول پرداختی شود و به نظر می رسد در آینده این شرکت باید به یک سیستم برد-برد تغییر کند. در این بازی خبری از رشادت ها و دلوریهای ایرانی نیست. بخش فارسی سازی شده بازی نتوانسته به خوبی فرهنگ و هویت ایرانی را در دل بازی بگنجاند و فقط با اضافه کردن چند سلاح ایرانی و نقشه تهران و پرسپولیس این کار را انجام داده است. شخصیت های نامدار ترکی جای خود را به شخصیت های ایرانی نداده اند و بازیکن در این بازی بعد از چندین قتل، به وضوح با زبان فارسی "قصاب" یا "قاتل حرفه ای" خطاب می شود. با توجه به آمار شرکت سورنا گیمز و مشارکت ۲۰ درصدی بانوان در این بازی، جای خالی زنان قهرمان و جنگاور ایران باستان بسیار خالی است. الهه غریب زاده پژوهشگر تاریخ ایران باستان نقش تاثیرگذار زنان در تاریخ ایران را یادآوری نموده است: در زمان هخامنشیان، یک زن برای نخستین بار در تاریخ به مرتبه دریا سالاری و فرماندهی نیروی دریایی خشایارشا رسید که نامش آرتامیس بود. اما حکایت به آرتامیس ختم نمی شود، بلکه تعداد بی شماری از زنان آن دوره مسئولیت هایی را به عهده داشتند که نه تنها در دوره های بعد از حکمرانی کوروش، بلکه در شرایط کنونی نیز، شاهد

⁹ Counter Strike



ششمین کنفرانس بین‌المللی

«بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ - دانشگاه اصفهان

چنین رویدادی نخواهیم بود. فرمانده آرسیاب زنی داشت به نام پانته آ، که فرمانده گارد جاویدان بود. استاتیرا، دختر داریوش سوم فرمانده نیروهای جنگی آن زمان بود. آرتونیس، یکی از شجاع‌ترین فرماندهان جنگی زمان داریوش بود و پری ساتیس، زن داریوش دوم در زمان حکمرانی شوهرش از ارتشبدان آن زمان به شمار می‌رفت. همچنین، در دوره ساسانی چند تن از پادشاهان ایرانی زن بودند که از جمله آنان آذرمیدخت، دختر خسرو پرویز را می‌توان نام برد [۱۵]. هرودوت^{۱۰} (۴۸۴-۴۲۵ پیش از میلاد) در کتاب جنگ‌های ایران و یونان به نام آرتامیس و چگونگی نبرد او در کنار خشایارشا اشاره کرده است [۱۶]. این زنان همگی، دلیری، هوش و شجاعت یک قهرمان را داشتند. آنان برای اهداف والایشان جنگیدند و افتخار کسب کردند. با این حال در ادبیات و رسانه‌ها و بازی‌های رایانه‌ای ایران کمتر نامی از آنها برده شده است که این امر باعث فراموشی آنها در گذر زمان خواهد شد.

۴- نتیجه‌گیری

هم زمان با گسترش انواع بازی‌های رایانه‌ای، جستجو در پیامدهای حاصل از این بازی‌ها امری مهم به شمار می‌آید. روان‌شناسان و جامعه‌شناسان معتقدند بازی‌ها و اسباب بازی‌ها در روحیه و شخصیت زندگی کودکان و نوجوانان اثرات عمیقی بر جا می‌گذارند. بازی‌های رایانه‌ای دارای چالش‌های جسمانی، روانی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی هستند و بخش زیادی از این بازی‌ها متناسب با فرهنگ جامعه ایرانی ساخته نشده است. امروزه نفوذ بازی‌های رایانه‌ای به مراتب بیشتر از رسانه‌های دیگر بوده که این اثرات از طریق شخصیت بازی‌ها به بازیکن منتقل می‌شوند. محصولات داخلی بازی‌های رایانه‌ای در مقایسه با محصولات خارجی، کیفیت پایین‌تری دارند. محصولات خارجی بازی‌های رایانه‌ای پیامدهایی از قبیل پرخاشگری، انزوا و فقر فرهنگی را به همراه می‌آورد. در هر جامعه‌ای بازی‌ها بر اساس فرهنگ و ارزش‌های همان جامعه طراحی می‌شوند و استفاده از بازی‌هایی با فرهنگ بیگانه می‌تواند جامعه را دچار فقر فرهنگی-اجتماعی کند و این پدیده‌ای است که بازی‌های رایانه‌ای با کیفیت بالای داخلی، می‌توانند آن را جبران کنند. بازی‌هایی که از طریق به کارگیری هنر شخصیت پردازی و تصویرگری، فرهنگ بومی و ملی ایرانی را به مخاطب منتقل می‌کنند، در جایگاه بالاتری از ارزش‌ها قرار دارند. طراحان بازی می‌توانند با به کارگیری عناصر هویتی و بومی، اسطوره‌ها و قهرمانان ایرانی، فضاهای معماری و ... با بهره‌گیری از خلاقیت و نوآوری، باعث افزایش آگاهی افراد جامعه در کنار بازی شوند.

۵- قدردانی

بدین وسیله از مشاوره تخصصی آقای مهندس دانیال خسروجردی در زمینه بازی‌های رایانه‌ای صمیمانه قدردانی می‌گردد.

¹⁰ Herodotus



ششمین کنفرانس بین‌المللی

«بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»

۳۰ بهمن و ۱ اسفند ۱۳۹۹ - دانشگاه اصفهان

۶- مراجع

- ۱- محمد ابراهیم زاده سپاسگزار، صانع و دیگران، نقش شرکت‌های دانش بنیان در تولید محتواهای آموزشی و جلوگیری از نفوذ استانداردهای غربی در بازی‌های رایانه‌ای، پنجمین کنفرانس بین‌المللی بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها، بهمن ۱۳۹۸.
- ۲- مرکز پژوهش‌های مجلس، چالش‌های هفت‌گانه صنعت بازی‌های رایانه‌ای، روزنامه دنیای اقتصاد، شماره ۴۲۴۲، بخش بازار دیجیتال، شماره خبر: ۳۳۴۰۵۷۵، ۱۰/۲۵/۱۳۹۶.
- ۳- دیلم صالحی، بهروز؛ اسطوره و حماسه، دو بنیاد هویت ایرانی. فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۲۷، ۱۳۸۵.
- ۴- فلاح، وحید و دیگران؛ تأثیر بازیهای رایانه‌ای غیربومی بر تغییر هویت دانش‌آموزان. فصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، شماره ۴، ۱۳۹۲.
- ۵- کاکانزادی فرد، سارا؛ طراحی و فرهنگ مصرف‌کننده، نشریه تخصصی طراحی صنعتی دستاورد شماره ۲۶ و ۲۷، ۱۳۸۷.
- ۶- حاجیانی، ابراهیم، محمدزاده، حمیدرضا؛ بررسی تأثیر فضای مجازی (اینترنت) بر هویت ملی دانشجویان. فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۶۱، ۱۳۹۴.
- ۷- یوسفی اردبیلی، فرهاد؛ بازی‌های رایانه‌ای و بازی‌کردن فرهنگ‌ها، اولین همایش ملی راه‌کارهای توسعه و ترویج علوم تربیتی، روان‌شناسی، مشاوره و آموزش در ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل، ۱۳۹۴.
- ۸- باوی، فهیمه و دیگران؛ بررسی بازآفرینی شخصیت‌های نمادین و اسطوره‌های شاهنامه در ادبیات کودک و نوجوان. مطالعات ادبیات عرفان و فلسفه، شماره ۲، ۱۳۹۶.
- ۹- کامالن، الیاس؛ تصویرسازی کهن‌الگوها، در راه پل‌های هنر امروز. کتاب ماه کودک و نوجوان، شماره ۱۷۶، ۱۳۹۱.
- ۱۰- براتی، نازنین؛ ویژگیهای تصویرسازی در ساخت و تولید بازی‌های رایانه‌ای برای بازار ایران، پایان‌نامه، ۱۳۹۶.
- ۱۱- بابایی فرد، اسداله و خدا کریمان گیلان، ندا؛ چالش‌های بازی‌های رایانه‌ای، چهارمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین‌المللی بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها، اسفند ۱۳۹۷.

[12] www.nket.ir

- ۱۳- شعبانی، بهزاد؛ هر آنچه که باید از بازی آنلاین زولا بدانید، سایت رسانه سرگرمی، ۱۳۹۹/۶/۷.
- ۱۴- خلیل زاده، میثم؛ بازی زولا دو میلیون کاربر ثبت شده در ایران دارد، سایت زومجی، ۱۳۹۸/۱۱/۲۹.
- ۱۵- غریب زاده، الهه؛ نقش تاثیر گزار زنان در ادوار تاریخی ایران، نخستین کنگره ملی زنان موفق ایران، تهران، سایت سیویلیکا، کد ۶۳۲۸۷۰، ۱۳۹۵، صفحات ۶-۱۲.
- ۱۶- هردودت، جنگ‌های ایران و یونان، ترجمه از یونانی به انگلیسی؛ ویلیام شپرد، مترجم فارسی؛ حسن افشار، تهران، نشر مرکز، ۱۳۹۴.