

بررسی میزان استفاده جوانان از بازی‌های رایانه‌ای و عوامل موثر بر آن

دکتر محمد مهدی فرقانی*

عبدالرحمان علیزاده**

تاریخ دریافت: ۸۵/۱۱/۲۹

تاریخ پذیرش: ۸۷/۲/۱۰

چکیده

اولین رسانه رایج مبتنی بر رایانه، بازی‌های رایانه‌ای بوده‌اند که، در دهه‌های پایانی قرن بیستم، شیوع و گسترش حیرت‌انگیزی داشته‌اند. این رسانه که از تلفیق تلویزیون و رایانه به وجود آمده، کم‌کم به رقیب پر قدرت تلویزیون تبدیل شده و جای آن را در فعالیت‌های فراغتی بسیاری از مخاطبان، به ویژه کودکان و جوانان، گرفته است. هدف این تحقیق، شناخت نحوه و میزان استفاده جوانان از بازی‌های رایانه‌ای و نیز علل و انگیزه‌های آنان برای استفاده از این بازی‌ها و نقش عوامل زمینه‌ای در این باره بوده

* عضو هیأت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی
** کارشناس ارشد علوم ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی

است.

روش به کار رفته در این پژوهش، پیمایش است و جامعه آماری آن، شامل تمام دبیرستان‌های دورهٔ متوسطه نظری شهر تهران است که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای، تعداد ۴۳۲ دانش آموز به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند که پس از کنار گذاشتن پرسشنامه‌های مخدوش، تعداد ۴۰۰ پرسشنامه تحلیل شد.

طبق یافته‌های پژوهش، ۸۰/۷ درصد پاسخگویان از بازی‌های رایانه‌ای استفاده می‌کردند که اکثر آن‌ها (حدود ۴۶ درصد) همه روزه و یا چند روز در هفته، این بازی‌ها را انجام می‌دادند. همچنین یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بین دلایل و انگیزه‌های موثر بر استفاده پاسخگویان از بازی‌های رایانه‌ای، آموزشی بودن بازی‌ها و گریز از محدودیت‌های زندگی واقعی، بیشترین میزان همبستگی و فشار هنجاری گروه‌های همسال، کمترین میزان همبستگی را با گرایش پاسخگویان به بازی‌های رایانه‌ای داشته است. به طور کلی، کسانی که از رسانه‌های جدید استفاده می‌کنند، عموماً گرایش بیشتری هم به استفاده از بازی‌های رایانه‌ای دارند.

واژه‌های کلیدی: بازی‌های رایانه‌ای، جوانان، انگیزه‌های انجام بازی‌های

رایانه‌ای، دانش آموزان دبیرستان‌های تهران

مقدمه

تحولات صورت گرفته در سالیان گذشته و گذار از جامعهٔ صنعتی به جامعهٔ اطلاعاتی، بسیاری از عرصه‌های زندگی بشری را نیز دستخوش تغییر ساخته است. در واقع، تحولات صورت گرفته در ساخت فناوری‌های جدید، عادات و شیوه‌های زیست انسانها را نیز به تغییر واداشته‌اند. ساخت رایانه‌ها و دیگر فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در اواسط سده پیشین، همچنان که تأثیر فراوانی بر عرصه‌های مختلف علمی، صنعتی و... گذشته‌اند، بر عرصه‌های فرهنگی جوامع، به خصوص فرهنگ فراغت آن‌ها نیز تأثیر به سزایی داشته‌اند و شیوه‌های جدیدی را در گذران اوقات فراغت انسان‌ها پدید آورده‌اند.

اما اولین رسانه رایج مبتنی بر رایانه، بازی‌های رایانه‌ای بوده است (Lister et al., 2005: 260) که شیوع و گسترش آن‌ها در دهه‌های پایانی قرن بیستم، حیرت‌انگیزه بوده است. این

رسانه، که از تلفیق تلویزیون و رایانه به وجود آمده، کم کم به رقیب پر قدرت تلویزیون تبدیل شده و جای آن را در فعالیت‌های فراغتی بسیاری از مخاطبان، به ویژه کودکان و جوانان، گرفته است.

طرح مسأله

بازی‌های رایانه‌ای که در قلب تحولات تکنولوژیک دهه‌های پایانی قرن بیستم ظهور یافتند و با جاذبه‌های فراوان خود، توجه طیف کثیری از کاربران رسانه‌های جدید را جلب کردند، امروزه به رقیب پر قدرت رسانه‌های پرمصرف گذشته تبدیل شده‌اند و استفاده از آن‌ها، در صدر فعالیت‌های فراغتی اکثر کاربران، به ویژه کودکان و نوجوانان، قرار گرفته است.

پیدایش این پدیده جدید، موجی از نویدها و نگرانی‌ها را به دنبال داشته است؛ در حالی که برخی بشارت‌گشایش دنیایی جدید و خلاق را برای کودکان و جوانان داده‌اند و این بازی‌ها را مقدمه‌ای برای آشنایی بیشتر با رایانه، افزایش مهارت‌های هماهنگی چشم و دست و سر و سامان بخشیدن به اوقات فراغت کودکان و جوانان می‌دانند، عده‌ای دیگر، با نگرانی به محتوای بازی‌ها چشم دوخته‌اند که با افزایش کیفیت بازی‌ها، سعی در هر چه بیشتر مجذوب ساختن مخاطبان خود به دنیای بازی‌ها دارند. از آن جا که این بازی‌ها حالت تعاملی دارند و فرد را درگیر ماجرا و سناریو بازی می‌کنند، نگرانی‌ها دوچندان می‌شود.

در واقع، از ویژگی‌های جوامع مدرن، گذران اوقات فراغت بخش اعظمی از مردمان آن در دنیای مجازی است. در این بین، کودکان و جوانان، بیش از دیگر طیف‌های سنی، برای گذران فراغت خود از رسانه‌های جدید استفاده می‌کنند. برخی محققان، رسانه‌ای شدن و خانگی شدن را توصیف‌کننده گذران بخش عمده‌ای از فراغت جوانان در جوامع مدرن می‌دانند؛ به طوری که جوانان، فراغت خود را بیش از پیش در خلوت سپری می‌کنند و برای سرگرم شدن، به طور فزاینده‌ای به رسانه‌های جدید متکی هستند (ذکایی، ۱۳۸۳: ۲) و در بین رسانه‌های جدید، این بازی‌های رایانه‌ای هستند که سهم عمده‌ای از فراغت جوانان را به خود اختصاص می‌دهند.

بازی‌های رایانه‌ای، نه تنها نقش چشمگیری در تبدیل فناوری رایانه به رسانه خانگی ایفا کرده‌اند، بلکه از طریق ایجاد حالت‌های جدید تعامل با اطلاعات و ارتباطات مبتنی بر صفحه رایانه، وارد بسیاری از فناوری‌ها و رسانه‌های روزمره دیگر شده‌اند (Lister et al.,)

بازی‌های رایانه‌ای در کشور ما نیز با یک فاصله ده پانزده ساله پس از اختراع و استفاده در دیگر کشورها (از دهه ۱۳۶۰) مورد استفاده قرار گرفتند و به سرگرمی‌ای جدید و جذاب مورد توجه نوجوانان و جوانان تبدیل شدند؛ به گونه‌ای که اکنون با کاهش قیمت دستگاه‌های بازی و رایانه و به دنبال آن، گسترش رایانه‌های شخصی در بین اقشار مختلف جامعه، استفاده از این بازی‌ها در بین نوجوانان و جوانان، به خصوص دانش‌آموزان، رواج گسترده‌ای پیدا کرده است و در بین دیگر رسانه‌ها، به رسانه‌ای غالب از لحاظ ایفای نقش سرگرمی تبدیل شده است. مسأله اصلی در تحقیق حاضر، این است که «عوامل مؤثر بر استفاده دانش‌آموزان دبیرستان‌های تهران از بازی‌های رایانه‌ای چیست و آن‌ها به چه میزان و به چه نحوه‌ای و با چه دلایل و انگیزه‌هایی از بازی‌های رایانه‌ای استفاده می‌کنند؟»

بازی‌های رایانه‌ای: تاریخچه، مفاهیم و ویژگی‌ها

در این که چه کسی اولین بازی رایانه‌ای را ابداع کرد، اختلاف نظر وجود دارد؛ اما ویلیام هیگین بوتام^(۱)، رالف بییر^(۲) و نولان بوشنل^(۳) را جزو اولین‌ها می‌دانند. در سال ۱۹۵۸، هیگین بوتام یک بازی تنیس برای دو نفر ساخت. هر چند در واقع این بییر بود که اولین بازی را در سال ۱۹۵۱ طراحی نمود (Wiki-Media, 2005)؛ اما این بازی‌ها چیزی جز ایده‌های اولیه نبودند و کاربرد عمومی پیدا نکردند.

تاریخچه بازی‌های رایانه‌ای در واقع از سال ۱۹۷۲ شروع می‌شود. در این سال، بوشنل در شرکت امریکایی آتاری^(۴)، بازی پونگ^(۵) را ساخت و به بازار عرضه کرد. بازی پونگ که توسط کنسول^(۶) آتاری بازی می‌شد، اولین بازی بود که در کلپ‌ها بازی می‌شد و شرکت آتاری، ۳۵ هزار دستگاه را در ۱۸ ماه اولیه ساخت آن، در آمریکا به فروش رساند (Wiki-Media, 2005).

1- William Higinbotham

2- Ralph Baer

3- Nolan Bushnell

4- Atari

5- Pong

6- Consol

سونیا لیوینگستون^(۱)، محقق ارتباطی بریتانیایی، تاریخچه بازی‌های رایانه‌ای را به سه دوره تقسیم می‌کند (Livingston, 2002: 44-46). این دوره‌ها در واقع بر اساس فاصله‌های میان دو شکستی که در سال‌های ۷۷-۱۹۷۶ و ۸۴-۱۹۸۳ در بازار تجاری بازی‌های رایانه‌ای به وجود آمد، تقسیم‌بندی شده‌اند. در واقع، ما اکنون در دوره سوم بازی‌های رایانه‌ای که از سال ۱۹۸۵ شروع می‌شود، قرار داریم. از تحولات اخیر در این بازی‌ها می‌توان به ابداع بازی‌های آن‌لاین، مانند "زندگی دوم" و استقبال گسترده جوانان از این بازی‌ها اشاره کرد.

محققان بازی‌های رایانه‌ای را به سه دسته تقسیم می‌کنند که با رایانه و دستگاه‌های بازی (کنسول)، اینترنت و تلفن همراه، بازی می‌شوند (Reassens, 2006: 54). در واقع، این دسته‌بندی بر اساس نوع وسیله‌ای که بازی توسط آن صورت می‌گیرد، انجام شده است و ماهیت بازی‌ها تفاوتی با هم ندارند، مگر در محدودیت امکانات وسیله بازی.

بازی‌های رایانه‌ای امروزه، رقابتی تنگاتنگ با تلویزیون دارند و همان‌گونه که در دهه‌های پیش، تلویزیون توانست بیشتر اوقات فراغت کودکان و نوجوانان را به خود اختصاص دهد، بازی‌های رایانه‌ای نیز هم اکنون دارند جای تلویزیون را حتی در اتاق خواب کودکان و نوجوانان می‌گیرند. مثلاً، مطابق نتایج پژوهش لیوینگستون، ۸۲ درصد کودکان و نوجوانان آمریکایی، در منزل و ۴۵ درصد، در اتاق خواب خود و نیز ۶۷ درصد کودکان و نوجوانان انگلیسی، در منزل و ۳۴ درصد، در اتاق خواب خود به این بازی‌ها دسترسی دارند.

اما دیدگاه محققان به استقبال کودکان و جوانان از بازی‌های رایانه‌ای، چندان خوش بینانه نبوده است. نگاهی به مطالعات انجام شده و متون موجود درباره بازی‌های رایانه‌ای نشان می‌دهد که حجم بزرگی از این متون، به بحث درباره آثار منفی بازی‌های رایانه‌ای اختصاص داده شده است. برخی از دغدغه‌هایی که از سوی محققان معمولاً درباره تلویزیون ابراز می‌شد، اکنون درباره این رسانه جدید بیان می‌شوند. بنابراین، به رسانه‌های دیجیتالی عموماً به عنوان رسانه‌هایی نگاه می‌شود که تأثیرات بدی بر رفتار کودکان دارند، به ویژه از آن جهت که باعث خشونت تقلیدی می‌شوند. وقایعی چون تیراندازی در دبیرستانی در کلرادوی آمریکا در سال ۱۹۹۹، اغلب به بازی‌های رایانه‌ای خشونت‌بار یا دسترسی کودکان به «سایت‌های

نفرت‌انگیز»^(۱) اینترنتی نسبت داده می‌شوند. به نظر محققان، جلوه‌های تصویری «واقعی‌تر» به احتمال بسیار زیاد، چنین رفتارهای مقلدانه‌ای را تشویق می‌کنند. همچنین محققان معتقدند که این رسانه‌های جدید برای سلامتی فرد، مضرند. به همین دلیل، بررسی‌های کلینیکی زیادی بر روی پدیده‌هایی از قبیل مشکلات دست و حملات صرع که گفته می‌شود ناشی از بازی‌های رایانه‌ای است، انجام گرفته و تحقیقاتی نیز دربارهٔ «اعتیاد»^(۲) به رایانه و تأثیرات منفی آن بر تصورات و خیالات کودکان و موفقیت تحصیلی آنان، به عمل آمده است. رسانه‌های جدید، به غیراجتماعی ساختن کودکان و مختل کردن تعاملات انسانی و زندگی خانوادگی نیز متهم شده‌اند (Buckingham, 2002: 78).

همچنین کریگ امس^(۳) روان‌شناس کانادایی، با بررسی نتایج سیزده تحقیق برجسته آمریکایی به این نتیجه رسیده است که رفتار پرخاشگرانه ممکن است ناشی از رواج بازی‌های رایانه‌ای در میان کودکان باشد. طبق یافته‌های وی، کودکان کم‌سال‌تر، همانند تماشاگر تلویزیون، پس از تماشا یا انجام بازی‌های رایانه‌ای خشونت‌آمیز، پرخاش‌جوتر می‌شوند. با این وجود، به نظر وی مانند ادبیات خشونت تلویزیونی، یافته‌های متناقضی دربارهٔ بازی‌های رایانه‌ای وجود دارد که باعث می‌شود قابلیت اطمینان و اعتبار برای اندازه‌گیری سطوح خشونت را نداشته باشند. از این رو، تحقیق بیشتر دربارهٔ تأثیرات بلندمدت بازی‌های رایانه‌ای، امری ضروری است (Kline, 2000: 46).

اما در مقابل، برخی دیگر از محققان، به بازی‌های رایانه‌ای نگاه خوش‌بینانه‌ای دارند. آن‌ها معتقدند این، بازی‌های رایانه‌ای هستند که فناوری رایانه را به رسانه‌ی خانگی تبدیل کرده‌اند و از طریق ایجاد حالت‌های جدید تعامل با اطلاعات و ارتباطات مبتنی بر صفحه رایانه، وارد بسیاری از فناوری‌ها و رسانه‌های روزمرهٔ دیگر شده‌اند (Lister et al., 2005: 264).

مرتضی منطقی، محقق روان‌شناسی، نیز آثار مثبت بازی‌های رایانه‌ای را به ابعاد آموزشی، علمی و درمانی تقسیم می‌کند. به نظر وی، بازی‌های رایانه‌ای به سبب برخورداری از گرافیک سطح بالا، صوت، سطوح مختلف ساده تا دشوار، به کارگیری حواس مختلف و ... در قیاس با

1- Hate sites

2- Addiction

3- Craig Emes

تعلیم سنتی، از کارایی و اثربخشی بهتری برخوردار است (منطقی، ۱۳۸۰: ۲۱۴). بازی‌های رایانه‌ای، علاوه بر نقش مؤثر و سازنده‌ای که در مسائل آموزشی دارند، در قلمروهای دیگری نیز که به کار گرفته شده، آثار مثبت داشته‌اند که از آن جمله می‌توان به افزایش هماهنگی چشمی و دستی، ادراکی - حرکتی، ادراک فضایی و کاهش زمان واکنش افراد اشاره کرد (همان: ۲۲۵). از مسائل دیگری که در مطالعات رسانه‌های جدید به طور پیوسته بدان پرداخته شده، شکاف جنسیتی در این باره بوده است. در تمامی موارد، این زنان بوده‌اند که دسترسی کمتری به رسانه‌ها و فناوری‌های جدید داشته‌اند و کمتر، کاربر آن‌ها بوده‌اند. اما در بازی‌های رایانه‌ای، این مسأله تشدید شده و این شکاف جنسیتی، دو بعد یافته است. از یک سو، دخترها نسبت به پسرها دسترسی کمتری به بازی‌های رایانه‌ای دارند و از سوی دیگر، مسأله تصویر زنان در این بازی‌ها است؛ به طوری که در اکثر بازی‌ها، زنان یا غایب هستند و یا حضوری کلیشه‌ای دارند که باید توسط مردان نجات داده شوند.

علاقه کمتر دخترها به بازی‌های رایانه‌ای، شاید از علاقه کمتر آنان به رایانه، ناشی شده باشد. زیرا محققان دریافته‌اند که دخترها نسبت به پسرها، دسترسی و علاقه کمتری به رایانه دارند، و وقت کمتری را برای استفاده از رایانه صرف می‌کنند. هم دخترها و هم پسرها عقیده دارند که رایانه‌ها عمدتاً «برای پسرها» هستند. حتی در میان خانواده‌های نسبتاً پسرانه، دخترها به احتمال کمتری دارای رایانه‌های شخصی یا کنسول‌های بازی بوده و دسترسی کمتری به آن‌ها در اتاق خواب خود دارند. این تفاوت‌ها تنها به دسترسی مربوط نمی‌شود، بلکه به هدف و محتوا نیز ربط دارد: دخترها بیش از پسرها علاقه دارند از رسانه‌های جدید برای اهداف ارتباطی استفاده کنند و ذائقه آن‌ها در نرم‌افزار نیز کاملاً متفاوت از ذائقه پسرها است (Buckingham, 2002: 79).

البته نفع اقتصادی بازی‌های رایانه‌ای، مهمترین دلیل تولیدکنندگان آن‌ها برای سرمایه‌گذاری بیشتر در این صنعت است و در واقع، نفع اقتصادی، جنبه مهمی از صنعت بازی‌های رایانه‌ای است که از دید محققان پنهان مانده و آن‌ها در تحقیقات خود، کمتر به نقش آن در رشد و گسترش این بازی‌ها توجه کرده‌اند.

همان‌گونه که آمار نشان می‌دهد، صنعت بازی‌های رایانه‌ای در حال رشدی سریع‌اند و به کسب پرسودی تبدیل شده‌اند. درآمد این صنعت در سال ۱۹۹۸، حدود ۱۸ بیلیون دلار در

سراسر جهان برای شرکت‌های تولیدکننده و طراحان بازی‌ها، فروش کنسول‌های بازی، کامپیوترهای خانگی به منظور بازی، سایت‌های اینترنتی بازی‌ها و گیم‌نت‌ها تخمین زده شده است. در ایالات متحده، سرگرمی‌های دیجیتال در گیم‌نت‌ها در سال ۱۹۹۸، سهم بیشتری از هالیوود و ده برابر هزینه تولید برنامه‌های کودک تلویزیونی، به خود اختصاص داده‌اند. البته ژاپن، در صنعت بازی‌های رایانه‌ای در جهان پیشرو محسوب می‌شود. در سال ۱۹۹۹، صنایع ژاپنی بالای ۱۰ میلیون کنسول و در حدود ۱۰۰ میلیون کپی از نرم‌افزارهای رایانه‌های خانگی فروخته‌اند. که کل فروش آن‌ها بالای ۵۰۰ بلیون یین (۵ بلیون دلار) برای نرم‌افزارها بوده است (Feilitzen, 2000: 13-14).

پیشینه تحقیق

سابقه پژوهش درباره‌ی بازی‌های رایانه‌ای به اواخر دهه ۷۰ و اوایل دهه ۸۰ میلادی می‌رسد؛ یعنی چند سال پس از رواج این گونه بازی‌ها، محققان در رشته‌های مختلف، به خصوص روان‌شناسی، درباره‌ی تأثیرات آن‌ها شروع به بحث و بررسی کرده‌اند. پژوهشی تحت عنوان «جوانان و رسانه‌های جدید»^(۱)، توسط لیوینگستون و باویل^(۲)، محققان علوم ارتباطی بریتانیایی، در سال ۱۹۹۹، در انگلستان انجام شده است. طبق یافته‌های این پژوهش، ۶۷ درصد پاسخگویان در خانه خود، دستگاه بازی‌های رایانه‌ای (مثل رایانه و کنسول‌های بازی) داشته‌اند که این نسبت برای پسرها ۷۸ درصد و برای دخترها ۵۶ درصد بوده است. همچنین، ۷۲ درصد پاسخگویان با پایگاه اقتصادی - اجتماعی پایین و ۶۱ درصد با پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالا، این دستگاه‌ها را در خانه خود داشته‌اند (Livingstone, 2002: 62-23).

در پژوهشی که استفان کلاین^(۳)، محقق کانادایی، دو سال‌های ۱۹۹۷-۱۹۹۶ انجام داده است، به بررسی میزان و نحوه انجام بازی‌های رایانه‌ای توسط ۶۵۰ دانش‌آموز ۱۱ تا ۱۸ ساله کانادایی پرداخته است.

1- Young people and New Media

2- Livingstone and Bovill

3- Stephen kline

طبق یافته‌های پژوهش کلاین، ۹۳ درصد آزمودنی‌ها، بازی‌های رایانه‌ای انجام می‌داده‌اند. کلاین در این پژوهش، حرفه‌ای را (کسانی که دست کم یک ساعت در روز بازی می‌کرده‌اند)، از غیر حرفه‌ای‌ها جدا کرده است. طبق یافته‌های او، بیش از نصف بازیکنان غیر حرفه‌ای بوده‌اند، در حالی که یک چهارم، متوسط و تقریباً یک چهارم دیگر، حرفه‌ای بوده‌اند. در بین بازیکنان حرفه‌ای، پسرها اکثریت را داشته‌اند.

پژوهش کلاین همچنین نشان می‌دهد که اکثر پاسخگویان، به بازی‌های رایانه‌ای، نمرات مثبت داده و آن‌ها را بی نهایت لذت بخش و سرگرم‌کننده خوانده‌اند. طبق نظر پاسخگویان، بازی‌های رایانه‌ای، هیجان‌انگیز (۹۸ درصد بازیکنان حرفه‌ای)، جالب (۹۶ درصد)، خوشایند (۹۲ درصد) و سرگرم‌کننده (۹۰ درصد) هستند. ۶۰ درصد بازیکنان حرفه‌ای در مقایسه با ۳۰ درصد بازیکنان غیر حرفه‌ای و ۴۰ درصد بازیکنان متوسط، بازی‌های رایانه‌ای را بسیار لذت بخش و بسیار هیجان‌انگیز طبقه‌بندی کرده‌اند. همچنین بازیکنان حرفه‌ای، بازی‌های رایانه‌ای را نسبت به بازیکنان غیر حرفه‌ای، کمتر خسته‌کننده خوانده‌اند (Kline, 2000: 53-55).

«موسسه تحقیقات فرهنگی رادیو و تلویزیون ان.اچ.کی»^(۱) ژاپن، برای بررسی میزان استفاده کودکان ژاپنی از بازی‌های رایانه‌ای، تحقیقی میان دانش‌آموزان مقطع ابتدایی مدارس ژاپن انجام داده است. حجم نمونه این تحقیق، ۱۵۰۰ نفر و در یک دوره ۱۰ ساله شامل سال‌های ۱۹۸۴، ۱۹۸۹، ۱۹۹۴ بوده است. در این بررسی از دانش‌آموزان خواسته شده است که پنج فعالیت اول خود را در زمان فراغت نام ببرند.

نتایج این بررسی که به تفکیک جنس بیان شده است، نشان می‌دهد در سال ۱۹۸۴ بازی‌های رایانه‌ای جزو پنج فعالیت اول فراغتی پاسخگویان پسر نبوده است. اما در سال ۱۹۸۹ این بازی‌ها در اولویت دوم پاسخگویان پسر قرار گرفته‌اند و ۳۴ درصد پاسخگویان اظهار داشته‌اند که به بازی‌های رایانه‌ای می‌پردازند. در سال ۱۹۹۴ نیز این بازی‌ها جزو اولویت دوم پسران بوده است و ۴۲ درصد به این بازی‌ها می‌پرداخته‌اند. اما در سال‌های ۱۹۸۴ و ۱۹۸۹ بازی‌های رایانه‌ای جزو پنج اولویت اول فعالیت‌های تفریحی پاسخگویان دختر نبوده و

تنها در سال ۱۹۹۴، ۱۸ درصد دختران گفته‌اند که به بازی‌های رایانه‌ای می‌پردازند (Sakamoto, 2000: 61-77).

پیترنیکن^(۱)، محقق هلندی، در پژوهش خود پس از بررسی تحقیقات صورت گرفته دربارهٔ بازی‌های رایانه‌ای توسط محققان دیگر - به ویژه «بارنت و همکاران»^(۲) که جوانان ۱۵ تا ۱۹ ساله مورد تحقیق آن‌ها بوده است - درصدد برآمده است مشخص سازد آیا ویژگی‌هایی که دانش‌آموزان دبیرستان دربارهٔ بازی‌های رایانه‌ای در تحقیقات دیگر ذکر کرده‌اند، در دیدگاه کودکان نیز مشاهده می‌شود یا خیر؟ و اصولاً کودکان چه نظری دربارهٔ ویژگی‌های بازی‌های رایانه‌ای دارند؟ به همین خاطر نیکن تحقیق خود را در میان ۱۵۲ پسر و ۱۴۲ دختر دانش‌آموز کلاس‌های چهارم تا ششم دو مدرسه ابتدایی واقع در دو شهر کوچک در مرکز هلند انجام داده است. سن کودکان از ۷ تا ۱۲ سال (با میانگین سنی ۹/۳ سال) تفاوت می‌کند. دیدگاه‌های کودکان دربارهٔ بازی‌های رایانه‌ای با استفاده از یک پرسشنامه کتبی مربوط به پرسش‌های تحقیق، اندازه‌گیری شده است.

یافته‌های پژوهش نیکن نشان می‌دهد که تقریباً تمامی پاسخگویان به طور مرتب این بازی‌ها را انجام می‌داده‌اند. تنها ۴ درصد آن‌ها گفته‌اند که هرگز بازی‌های رایانه‌ای را انجام نداده‌اند. در واقع، از ۱۰ فعالیت تفریحی ممکن، بازی‌های رایانه‌ای برای کودکان، جالب‌ترین سرگرمی بوده است. در مقایسه با دخترها، پسرها بازی‌های رایانه‌ای را بسیار بیشتر گزارش کرده‌اند و رتبه بالاتری به بازی‌های رایانه‌ای در زمان فراغت خود، نسبت به دخترها، داده‌اند. همچنین اکثر دخترها و پسرها ابراز داشته‌اند که انجام بازی‌های رایانه‌ای به طور مساوی برای دخترها و پسرها مناسب است. اما ۲۱ درصد پسرها عقیده داشته‌اند که بازی‌های رایانه‌ای «فقط مخصوص پسرها» است.

نیکن برای یافتن این امر که آیا پسرها بیشتر به خاطر خشونت نشان داده شده، علاقه‌مند به بازی‌های خشن هستند و یا خیر، به بررسی ویژگی‌های مورد علاقه پاسخگویان دربارهٔ بازی‌های رایانه‌ای پرداخته است. در واقع نیکن به دنبال انگیزه‌های پاسخگویان از پرداختن به بازی‌های رایانه‌ای بوده است. به همین دلیل، ۳۰ ویژگی متفاوت بازی‌های رایانه‌ای را در یک

مقیاس ۵ قسمتی به پاسخگویان عرضه داشته و از آن‌ها خواسته است تا مشخص سازند که به نظر آن‌ها کدام ویژگی‌ها باید در یک بازی وجود داشته باشد.

نیکن با تحلیل عاملی گویه‌ها، ۳۰ ویژگی متفاوت را حول ۵ عامل یا استاندارد، طبقه‌بندی کرده است که عبارتند از: ۱- مبارزه‌طلبی^(۱)، ۲- خشونت^(۲)، ۳- کنترل^(۳)، ۴- تکنیک^(۴)، ۵- آموزشی بودن^(۵).

«مبارزه‌طلبی»، مهمترین استاندارد بازی‌های رایانه‌ای برای همه تلقی می‌شده است. اهمیتی که کودکان (دخترها و پسرها به طور مشترک) به هر کدام از چهار استاندارد دیگر قائل شده‌اند (خشونت، کنترل، تکنیک و آموزشی بودن) تفاوت قابل ملاحظه‌ای نداشته است، که نشان می‌دهد، کودکان این استانداردها را به طور مساوی برای بازی‌های رایانه‌ای مهم می‌پنداشته‌اند (Nikken, 2000: 93-100).

نتایج پژوهش احمدی (۱۳۷۷)، که در یک نمونه ۲۴۰ نفری از دانش‌آموزان پسر کلاس سوم راهنمایی شهر اصفهان انجام شده، نشان می‌دهد، نزدیک به ۵۷ درصد دانش‌آموزان، جهت انجام بازی‌های رایانه‌ای به مراکز ارائه این گونه بازی‌ها در سطح شهر (کلوپ‌ها) مراجعه می‌کرده‌اند. همچنین ۷۴ درصد پاسخگویان، وسایل انجام بازی‌های رایانه‌ای (همچون رایانه یا کنسول) را در منزل خود داشته‌اند.

یافته‌های پژوهش دوران (۱۳۸۰) هم نشان می‌دهد که ۸۱ درصد پاسخگویان، دارای وسیله بازی رایانه‌ای در منزل بوده‌اند. ۴۵ درصد پاسخگویان نیز اظهار داشته‌اند که پرداختن به بازی‌های رایانه‌ای، جزو سرگرمی‌های روزانه‌شان است.

نتایج حاصل از «پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان ایران» که توسط سازمان ملی جوانان در سال ۱۳۸۳ در مراکز استان‌های سراسر کشور، با یک نمونه ۱۵۶۵۰ نفری و در بین سنین ۱۴ تا ۲۹ ساله صورت گرفته، حاکی از آن است که ۴۹ درصد پاسخگویان، اصلاً بازی رایانه‌ای انجام نمی‌داده‌اند و حدود ۲۲ درصد نیز به ندرت به این امر مبادرت می‌کرده‌اند و تنها ۲۷ درصد، بازی‌های رایانه‌ای را به صورت همه روزه یا چند روز در هفته و یا ماه انجام

1- Challenge

2- Aggression

3- Control

4- Technique

5- Instructiveness

می‌داده‌اند. همچنین، مردان بیشتر از زنان و افرادی که سطح اقتصادی خانواده خود را متوسط به بالا ارزیابی کرده‌اند، بیشتر از گروهی که سطح اقتصادی خانواده خود را متوسط به پایین ارزیابی کرده‌اند، به بازی‌های رایانه‌ای می‌پرداخته‌اند.

مبانی نظری تحقیق

در بررسی تأثیرات اجتماعی و روانی رسانه‌های جدید بر جامعه، رویکردهای غالب را در دو دسته کلی تکنولوژیکی و اجتماعی قرار می‌دهند و در هر دسته نیز نظریه‌های چندی مطرح می‌شود. در رویکرد تکنولوژیکی می‌توان از نظریه‌ها و مدل‌های غنای رسانه‌ای، حضور اجتماعی، نشانه‌های تقلیل‌یافته اجتماعی و پردازش اطلاعات اجتماعی نام برد و در رویکرد اجتماعی هم نظریه استفاده و رضامندی مطرح است.

الف) رویکرد تکنولوژیکی

رویکردهای تکنولوژیکی، نقش رسانه‌های جدید را در روابط و تبعات اجتماعی آن، تعیین کننده می‌دانند و در بررسی نهایی، فناوری را شکل‌دهنده روابط اجتماعی و شکل‌های تحول آن تلقی می‌کنند (ذکابی، ۱۳۸۳: ۴). در واقع، نظریه‌های فناوری‌های ارتباطی، ماهیت فناوری را در نوع روابط اجتماعی کاربران و استفاده آن‌ها از این فناوری‌ها دخیل می‌دانند و به شرح و تبیین آن می‌پردازند.

مدل حضور اجتماعی^(۱) را برای نخستین بار «شورت، ویلیامز و کریستی» (Short, Williams and Christi, 1976) طی مقاله‌ای برای تحلیل ارتباطات غیرمستقیم پیشنهاد کردند. فرض آن‌ها این بود که تأثیر ارتباطات رسانه‌ها با درجه حضور اجتماعی شان، تغییر می‌کند و این تغییر، در تعیین کنش‌های متقابل فردی، مهم است (December a, 2006). در واقع، توسعه مدل حضور اجتماعی، به قبل از توسعه «ارتباطات با واسطه رایانه»^(۲) (CMC) و اینترنت بر می‌گردد. برای بررسی تأثیرات تلفن، کانال‌های ویدیویی و رادیویی در مقایسه با ارتباطات چهره‌به‌چهره توسعه یافته است. بنا به این مدل، عامل اساسی در رسانه ارتباطی، «حضور اجتماعی» آن است و حضور اجتماعی از چندین جنبه مربوط به درجه

تماس بین افراد، صمیمیت، رابطه مستقیم و جنبه شخصی، غیر شخصی تشکیل شده است. (Spears et al., 2000: 44).

نظریه غنای رسانه‌های^(۱) را، برای نخستین بار «داف و لنگل» (Daft & Lengel, 1984)، در سازمان به کار گرفتند تا فرایند ارتباطات سازمانی را تشریح کنند. آن‌ها بیان کردند که موفقیت یک سازمان، بر پایه توانایی آن در پردازش اطلاعات با غنای مناسب و کاهش ابهامات قرار دارد (December a, 2005).

در واقع دافت و لنگل (۱۹۸۴، ۱۹۸۶) غنای رسانه را کلیه ظرفیت‌های رسانه می‌دانستند و غنای یک رسانه را به صورت ظرفیت بالقوه انتقال اطلاعات و داده‌های آن رسانه تعریف می‌کردند. این نظریه، در حقیقت در نظریه پردازش اطلاعات سازمانی ریشه دارد که مرتفع کردن ابهامات و کاهش تردیدها را اهداف اصلی ارتباط می‌داند؛ به این معنی که هر قدر کانال‌های ارتباطی کمتر باشد، ظرفیت رسانه، محدودتر و در نتیجه، قادر به حل ابهامات و تردیدهای کمتری خواهد بود (Spears et al., 2000: 45).

نظریه غنای رسانه‌های دارای چهار بعد مهم، شامل بازخوردهای سریع، تعداد نشانه‌ها و کانال‌های مورد استفاده، شخصی‌سازی اطلاعات و تنوع زبانی است. وجود این ابعاد و ویژگی‌ها، باعث غنای رسانه می‌شوند (Meissner, 2005: 3).

بازخورد سریع، از ابعاد مهم مطرح شده در نظریه غنای رسانه‌های است. این بعد نشان می‌دهد که چرا کاربران، استفاده از یک رسانه را بر دیگری ترجیح می‌دهند. بعد دیگر این نظریه، نشان‌گر آن است که شمار و نوع کانال‌های رسانه، بر احتمال روی آوردن کاربرها به یک رسانه، تأثیر می‌گذارد. در واقع، هر چه میزان و تنوع اطلاعات دریافت شده از طریق کانال‌های مختلف رسانه بیشتر باشد، احتمال این که فرد به سوی رسانه‌ای خاص کشانده شود، بیشتر است (الیوت، ۱۳۷۹: ۶۸-۶۷).

مدل نشانه‌های تقلیل یافته اجتماعی^(۲) از یک مشاهده عمده از مراحل حاصل شده است که به وسیله آن، کاهش نشانه‌های غیر کلامی و دیگر اطلاعات متنی در ارتباطات با واسطه رایانه (CMC)، بر روی رفتار اجتماعی افراد و گروه‌ها تأثیر می‌گذارند. فرض اصلی مدل

نشانه‌های تقلیل یافته اجتماعی این است که کاهش نشانه‌های اجتماعی، حالت‌های روان‌شناختی را تحریک می‌کند که این حالت‌ها، تأثیرات عادی و اجتماعی را روی افراد و گروه‌ها تضعیف می‌کنند و منجر به رفتارهای ناهنجارتر و افراطی‌تر می‌گردند (Spears et. al., 2000: 46).

اولین بار «کیسلر» (Kisler, 1986) این مدل را برای تشریح ارتباطات سازمانی به کار برد و نشان داد که رایانه‌ها دارای تأثیراتی اجتماعی هستند که باعث تقلیل اصول، هنجارها و مرزهای سازمانی می‌شوند. (December b, 2006).

در پژوهش‌های انجام شده، این مدل به طور مستقیم به ارزیابی ارتباطات با واسطه رایانه (CMC) می‌پردازد و اینترنت را به عنوان ایجادکننده تأثیرات غیراجتماعی و غیرعادی معرفی می‌کند. این رویکرد مشخصاً بیان می‌کند که فقدان نشانه‌های اجتماعی، منجر به یک حالت «فردزدایی» می‌شود که با رفتارهای غیرعادی و مهار نشده همراه است. فردزدایی، حالتی از آگاهی محدود از خود و توانایی فرد است که معمولاً با غرق شدن و جذب شدن در گروه، همراه است. براساس مدل نشانه‌های تقلیل یافته اجتماعی، فردزدایی همراه با ناشناختگی در CMC، تأثیرات هنجاربنیاد را تضعیف می‌کند و علاقه به ارزیابی را کاهش می‌دهد؛ در حالی که آهستگی و عدم کارایی تبادل پیام، باعث افزایش حس سرخوردگی می‌شود. که این عوامل به نوبه خود باعث رفتارهای غیراجتماعی و مهار نشده، جدایی در گروه و تصمیم‌گیری‌های افراطی مشاهده شده در CMC می‌گردند (Spears et. al., 2000: 46).

از مدل پردازش اطلاعات اجتماعی^(۱) «والتر» (Walther, 1992) برای بررسی تأثیرات روان‌شناسی اجتماعی ICTها استفاده کرد. طبق یافته‌های والتر، مرحله‌ای که در CMC منجر به تأثیر می‌شوند، نمی‌توانند به طور قابل ملاحظه‌ای از مراحل ایجاد تأثیر در ارتباطات چهره‌به‌چهره، متفاوت باشند؛ بلکه فقط در یک مقیاس زمانی آهسته‌تر عمل می‌کنند. پهنای باند محدود CMC، اطلاعات اجتماعی را به یک کانال زبانی محدود سوق می‌دهد که در روند تأثیرگذاری در رابطه با تعاملات چهره به چهره وقفه ایجاد می‌کند که این امر نیز به نوبه خود، منجر به ارتباطات غیرشخصی‌تر و ارزیابی منفی دیگران در CMC نسبت به ارتباطات چهره‌به

چهره می‌شود. بنابراین، مدل تلاش می‌کند که تأثیرات محدودیت‌های پهنای باند را در CMC به عنوان مختل‌کننده روابط، روشن‌تر سازد (Spears et al., 2000: 48).

ب) رویکرد اجتماعی؛ نظریه استفاده و رضامندی

در رویکرد اجتماعی در بررسی اثرات رسانه‌های جدید، بیشتر به عوامل اجتماعی توجه می‌شود. نظریه استفاده و رضامندی از معدود نظریه‌هایی است که نیازهای روانی و اجتماعی مخاطبان را عامل اصلی استفاده از رسانه‌ها می‌داند.

نظریه «استفاده و رضامندی»^(۱) در واقع نظریه‌ای رایج در مطالعات توصیفی و اکتشافی در خصوص نحوه استفاده افراد از رسانه‌ها و تأثیر این استفاده بر رفتار آن‌ها است (ذکایی، ۱۳۸۴: ۵). این نظریه، همچنین از معدود نظریه‌های ارتباطی است که مخاطب را فعال قلمداد می‌کند. به همین جهت از آن به صورت گسترده‌ای در مطالعه رسانه‌های نو استفاده می‌شود.

پرسش اساسی این نظریه، آن است که «چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آن‌ها را برای چه منظوری به کار می‌برند؟» (مک‌کوییل، ۱۳۸۲: ۱۰۴) در واقع، رویکرد استفاده و رضامندی، متضمن تغییر کانون توجه از مقاصد ارتباط‌گر به مقاصد دریافت‌کننده است. این رویکرد می‌کوشد معلوم نماید ارتباط جمعی، چه کارکردهایی برای افراد مخاطب دارد.

در حقیقت، فرض اصلی نظریه استفاده و رضامندی این است که افراد مخاطب، کم و بیش، به صورت فعال، به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را فراهم کند. درجه این رضایت به نیازها (و علائق) فرد بستگی دارد. افراد هر قدر بیشتر احساس کنند که محتوایی، نیاز آنان را برآورده می‌کند، احتمال این که آن محتوا را انتخاب کنند، بیشتر است. الگوی این رویکرد را بلاملر و کاتز^(۲) (۱۹۷۴) در نموداری ارائه داده‌اند (ویندال و دیگران، ۱۳۷۶: ۲۷۴). در الگوی بلاملر و کاتز، نیازهای افراد از پس زمینه‌های اجتماعی و روان‌شناختی آنان ریشه می‌گیرند و افراد به جستجوی رسانه‌هایی می‌پردازند که بتوانند نیازهای آنان را برآورده سازند. برآورده شدن نیاز به رضایت مخاطب و استفاده بیشتر از آن رسانه منجر می‌شود، در غیر این صورت، مخاطبان به جستجوی رسانه دیگری می‌پردازند.

چارچوب نظری تحقیق

تاکنون، کمتر مطالعه‌ای درباره‌ی نحوه و میزان و دلایل استفاده از بازی‌های رایانه‌ای در ایران صورت گرفته است. به همین دلیل، تحقیق حاضر در واقع تحقیقی اکتشافی در این حوزه محسوب می‌شود که به دنبال درک دلایل و انگیزه‌های جوانان برای پرداختن به این بازی‌ها است. از این رو، نظریه استفاده و رضامندی، به عنوان چارچوب نظری تحقیق، انتخاب شده است. پرسش اساسی این نظریه بدین گونه مطرح شده است که «نوجوانان و جوانان، چرا و به چه منظور از بازی‌های رایانه‌ای استفاده می‌کنند؟»

بارنت و به دنبال آن نیکن، در تحقیقات خود، ویژگی‌های عمده بازی‌های رایانه‌ای را از دیدگاه کودکان و جوانان مشخص کرده‌اند. نیکن در تحقیق خود، پنج ویژگی عمده را به دست آورده است که کودکان و نوجوانان به خاطر آن‌ها به بازی‌های رایانه‌ای علاقه و افری پیدا می‌کنند. طبق یافته‌های نیکن، از نظر کودکان و نوجوانان، بازی‌هایی خوب هستند که پنج ویژگی در آن‌ها وجود داشته باشد: ۱) دارای خشونت باشند؛ ۲) فرصت مبارزه بدهند؛ ۳) کنترل بازی را در اختیار فرد قرار دهند؛ ۴) دارای تکنیک‌های خوب و متنوع باشند و ۵) جنبه آموزشی داشته باشند.

این ویژگی‌ها، به نوعی در تحقیقات دیگری مثل تحقیقات کلاین، کاسس و گریفتز و هونت نیز مطرح بوده است. دو انگیزه دیگر نیز در این تحقیقات و تحقیقات دیگر به چشم می‌خورد که به نظر می‌رسد در گرایش کودکان و نوجوانان به این بازی‌ها نقش داشته باشند. یکی، فشاری است که از ناحیه دوستان و گروه‌های همسالان، کودکان و نوجوانان، احساس می‌کنند و دیگری، پرداختن به بازی به عنوان مفری برای گریز از مشکلات زندگی روزمره.

در واقع، این دلایل و انگیزه‌ها، پس از استخراج از تحقیقات تجربی موجود، به عنوان انگیزه‌های پرداختن به بازی‌های رایانه‌ای در تحقیق حاضر فرض شده است.

در کنار دلایل و انگیزه‌های فوق، باید از میزان استفاده از رسانه‌های دیگر، به خصوص رسانه‌های جدید، از جمله عواملی نام برد که به نظر می‌رسد در گرایش نوجوانان و جوانان به این بازی‌ها مؤثر باشند. در حقیقت در این تحقیق، به دنبال آن هستیم که نقش عوامل فوق را بر روی گرایش جوانان (دانش‌آموزان دبیرستان‌های تهران) به بازی‌های رایانه‌ای بررسی کنیم.

فرضیه‌های تحقیق

- ۱- بین متغیرهای زمینه‌ای و استفاده دانش آموزان دبیرستان های تهران از بازی های رایانه‌ای، رابطه معنی داری وجود دارد.
- ۲- بین میزان استفاده از رسانه‌های دیگر و استفاده دانش آموزان دبیرستان های تهران از بازی های رایانه‌ای، رابطه معنی داری وجود دارد.
- ۳- بین انگیزه‌های عمومی پرداختن به بازی های رایانه‌ای (مبارزه طلبی، خشونت، تحت کنترل بودن، تکنیک های خوب، آموزشی بودن، فشار هنجاری گروه های همسال، گریز از محدودیت های زندگی واقعی) و استفاده دانش آموزان دبیرستان های تهران از بازی های رایانه‌ای، رابطه معنی داری وجود دارد.

روش شناسی تحقیق

در این پژوهش، از روش پیمایش استفاده شده است و جامعه آماری این پژوهش، شامل تمام دبیرستان های دوره متوسطه نظری شهر تهران است. سازمان آموزش و پرورش شهر تهران، شامل ۱۹ منطقه است. بر اساس آمار موجود در سایت اینترنتی این سازمان^(۱) در این ۱۹ منطقه جمعاً ۱۲۱۸ آموزشگاه وجود داشت که ۲۹۴۵۴۸ دانش آموز در دوره متوسطه نظری در سال تحصیلی ۸۵-۸۴ در آنها مشغول به تحصیل بودند. دانش آموزان دوره پیش دانشگاهی و رشته کار و دانش، جزو این آمار محسوب نشدند.

برای این تحقیق، با توجه به جدول نمونه گیری دواس (دواس، ۱۳۸۱: ۷۹)، حجم نمونه با خطای نمونه گیری ۵ درصد و با فرض شکاف ۵۰ به ۵۰ جمعیت در متغیر مورد نظر، ۴۰۰ نفر تعیین شد.

روش نمونه گیری این تحقیق، خوشه‌ای چند مرحله‌ای است. در مرحله اول، مناطق ۱۹ گانه آموزش و پرورش تهران با استفاده از نظر کارشناسان سازمان آموزش و پرورش تهران و نیز استفاده از نحوه نمونه گیری پژوهشگران دیگر مانند شیانی (۱۳۸۳)، به سه منطقه شمالی (۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶)، مرکزی (۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳) و جنوبی (۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹) تقسیم شدند.

تقسیم شدند.

سپس از هر یک از این مناطق، یک منطقه به قید قرعه انتخاب گردید که شامل مناطق ۱ (از منطقه شمالی)، ۱۰ (از منطقه مرکزی) و ۱۶ (از منطقه جنوبی) بود. در مرحله دوم، با استفاده از لیست مدارس هر یک از مناطق، به روش تصادفی، ۲ دبیرستان پسرانه و ۲ دبیرستان دخترانه انتخاب گردید. در مرحله بعد، در هر دبیرستان، از هر پایه تحصیلی، یک کلاس و از هر کلاس، ۱۲ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند و پرسشنامه‌ها توسط آن‌ها پاسخ داده شد. بنابراین در هر دبیرستان مجموعاً ۳ کلاس و ۳۶ دانش‌آموز و در سه منطقه، مجموعاً ۳۶ کلاس و ۴۳۲ دانش‌آموز به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند که پس از بررسی پرسشنامه‌ها، تعداد ۳۲ پرسشنامه مخدوش، حذف و داده‌های ۴۰۰ پرسشنامه، استخراج و تحلیل شد.

یافته‌های تحقیق

در این بخش، نتایج تحقیق با توجه به فرضیه‌ها و متغیرهای تحقیق، در چهار محور مطرح می‌شود و پس از ذکر نتایج تحقیق و مقایسه با تحقیقات پیشین، به بحث پیرامون نقش متغیرهای مستقل در استفاده افراد از بازی‌های رایانه‌ای می‌پردازیم.

۱- نقش متغیرهای زمینه‌ای

مطابق یافته‌های این تحقیق، اکثر دانش‌آموزان دبیرستان‌های تهران (۸۰ درصد)، بازی‌های رایانه‌ای را انجام می‌دهند که بیش از نصف این افراد، همه روزه و یا چند روز در هفته، بازی می‌کرده‌اند. مقایسه میزان استفاده دانش‌آموزان دبیرستان‌های تهران از بازی‌های رایانه‌ای با نتایج تحقیقات گریفتز و هونت (۱۹۹۵)، لیوینگستون و باویل (۱۹۹۹)، کلاین (۱۹۹۷) و نیکن (۲۰۰۰) حاکی از آن است که میزان استفاده کودکان و نوجوانان ذکر شده در تحقیقات مزبور، اندکی کمتر است؛ مثلاً در تحقیق کلاین، ۹۶ درصد کودکان و نوجوانان هلندی، بازی‌های رایانه‌ای انجام می‌دهند.

البته عده بیشتری از دانش‌آموزان دبیرستان‌های تهران نسبت به جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله کل کشور (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۳) به بازی‌های رایانه‌ای می‌پرداخته‌اند (۸۱ درصد دانش‌آموزان تهران در مقایسه با ۵۱ درصد جوانان کل کشور)، بنابراین، بین استفاده جوانان پایتخت و جوانان کل کشور از بازی‌های رایانه‌ای، شکاف زیادی وجود دارد. شکاف دیگر در

این زمینه، شکاف جنسیتی در استفاده از بازی‌های رایانه‌ای است که در این تحقیق، پسران به میزان بیشتری از دختران، این بازی‌ها را انجام می‌دهند که این نتیجه با نتایج تمامی تحقیقات خارجی و داخلی ذکر شده در بخش تحقیقات پیشین، هماهنگ است (جدول ۱).

جدول ۱- مقایسه میانگین پاسخگویان از نظر میزان استفاده از بازی‌های رایانه‌ای

سطح معنی داری	مقدار t	میانگین	تعداد	جنس	
۰/۰۰	۶/۶۸	۱۱/۰۸	۱۷۳	مرد	میزان استفاده از
		۹/۲۶	۱۵۰	زن	بازی‌های رایانه‌ای

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، درآمد بالای خانواده و سطح اقتصادی بالای خانواده، در استفاده بیشتر از بازی‌ها مؤثر است که این امر به علت هزینه بر بودن بازی‌های رایانه‌ای و نیاز به امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است و کسانی که از وضعیت مالی بهتری برخوردار باشند، به میزان بیشتری هم می‌توانند به بازی‌ها بپردازند. اما در تحقیق لیوینگستون و باویل (۱۹۹۹)، که در میان کودکان و نوجوانان انگلیسی انجام شده است، این، فرزندان طبقه کارگر و یا افراد با پایگاه اقتصادی - اجتماعی پایین بوده‌اند که هم تعداد بیشتری از آن‌ها وسایل انجام بازی‌ها رایانه‌ای را در منزل داشته‌اند و هم بیشتر بازی می‌کرده‌اند. این تفاوت به نظر می‌رسد به خاطر تفاوت بودن مفهوم پایگاه اقتصادی - اجتماعی پایین و سطح اقتصادی پایین در دو کشور باشد.

جدول ۲- مقایسه میانگین پاسخگویان از نظر میزان استفاده از بازی‌های رایانه‌ای به تفکیک

سطوح اقتصادی خانواده

سطح معنی داری	مقدار t	میانگین	فراوانی	ارزیابی از سطح اقتصادی خانواده خود	
۰/۰۱۷	-۲/۴۸	۹/۱۶	۴۳	متوسط به پایین	میزان استفاده از
		۱۰/۴۰	۲۸۰	متوسط به بالا	بازی‌های رایانه‌ای

مطابق یافته‌های دیگر این تحقیق، اکثر پاسخگویان در منزل به بازی‌های رایانه‌ای

می‌پرداخته‌اند و بقیه در گیم‌نت و منزل دوستان و اقوام، بازی می‌کرده‌اند. در مقایسه با تحقیقات احمدی (۱۳۷۷)، دوران (۱۳۸۰) و شمس (۱۳۸۳)، در این تحقیق، درصد بیشتری از افراد در منزل به بازی می‌پرداخته‌اند که این می‌تواند به علت کاهش قیمت رایانه و دستگاه‌های بازی و رواج گسترده در جامعه و ورود به منازل بسیاری از اقشار جامعه باشد. همچنین طبق نتایج این تحقیق، اکثر افراد برای انجام بازی، بیشتر از رایانه استفاده می‌کرده‌اند که این میزان در مقایسه با تحقیق دوران (۱۳۸۰)، دو برابر شده است.

یافته‌های این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که دختران، بیشتر از پسران در منزل خود و در منزل اقوام و دوستان، به بازی‌های رایانه‌ای می‌پردازند و پسران، بیشتر از دختران به گیم‌نت می‌روند که این می‌تواند به شرایط فرهنگی و اجتماعی جامعه و آزادی بیشتر پسران برای گذراندن مدت بیشتری از وقت خویش در بیرون از خانه باشد. همچنین مطابق نتایج این تحقیق، کسانی که در گیم‌نت بازی‌های رایانه‌ای انجام می‌دهند، به میزان بیشتری از کسانی که در منزل خود و یا منزل دوستان و اقوام بازی می‌کنند، بازی‌های رایانه‌ای را انجام می‌دهند و اعتیاد بیشتری هم به این بازی‌ها دارند و علت آن می‌تواند به هدفمند بودن کسانی برگردد که به گیم‌نت می‌روند.

مطابق نتایج این تحقیق، پسران، بیشتر از دختران از رایانه و کنسول برای انجام بازی‌های رایانه‌ای استفاده می‌کنند و دختران، بیشتر از پسران به بازی‌های آن‌لاین می‌پردازند و این نکته مهمی است که علاقه بیشتر دختران را به استفاده از اینترنت برای بازی نشان می‌دهد. به طور کلی، مطابق با یافته‌های تحقیق، در بین متغیرهای زمینه‌ای، جنسیت، رابطه بیشتری از متغیرهای زمینه‌ای دیگر مانند میزان درآمد خانواده و ارزیابی از سطح اقتصادی خانواده با میزان و نحوه استفاده جوانان از بازی‌های رایانه‌ای داشته است.

۲- نقش رسانه‌های دیگر

طبق یافته‌های توصیفی تحقیق، اگر بخواهیم جایگاه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای را در بین استفاده از رسانه‌های دیگر توسط دانش‌آموزان دبیرستان‌های تهران مشخص سازیم، در می‌یابیم که تلویزیون، پرمصرف‌ترین رسانه است و بعد از آن ویدیو / CD قرار دارد و بازی‌های رایانه‌ای، هم، سطح با ماهواره، اینترنت و رسانه‌های چاپی، در جایگاه سوم قرار دارند و

سینما/تئاتر و رادیو هم، کم مصرف‌ترین رسانه‌ها در بین پاسخگویان بوده‌اند. این نتایج در مقایسه با نتایج تحقیق لیوینگستون و باویل (۱۹۹۹)، کلین (۱۹۹۷)، مؤسسه ان.اچ.کی. ژاپن (۱۹۹۴) و نیکن (۲۰۰۰) نشان می‌دهد که بازی‌های رایانه‌ای، جایگاه پایین‌تری در فعالیت‌های فراغتی دانش‌آموزان تهرانی، نسبت به اولویت‌های کودکان و جوانان ذکر شده در تحقیقات مزبور، دارا هستند. چرا که مثلاً در تحقیق «نیکن»، بازی‌های رایانه‌ای، اولویت اول کودکان و نوجوانان در بین ده فعالیت فراغتی بوده است.

جدول ۳- مقایسه میانگین میزان استفاده از بازی‌های رایانه‌ای بین گروههای استفاده‌کننده از

رسانه‌های دیگر^(۱)

نوع رسانه	میزان استفاده	فراوانی	میانگین	مقدار t	سطح معنی‌داری
ویدیو/CD	کم	۱۳۵	۹/۸۲	-۲/۴۳	۰/۰۱۵
	زیاد	۱۸۸	۱۰/۵۳		
اینترنت	کم	۱۵۸	۹/۵۲	-۴/۹۷	۰/۰۰
	زیاد	۱۶۵	۱۰/۹۱		
ماهواره	کم	۱۵۹	۹/۵۸	-۴/۵۵	۰/۰۰
	زیاد	۱۶۴	۱۰/۸۶		
رسانه‌های چاپی	کم	۱۶۸	۱۰/۲۶	۰/۱۴۸	۰/۸۸۲
	زیاد	۱۵۵	۱۰/۲۱		

۱- در این تحقیق، چون بین گروه‌های مختلفی که از تلویزیون، سینما - تئاتر و رادیو استفاده می‌کنند، واریانس مشاهده نمی‌شود (زیرا از ۴۰۰ نفر، ۳۳۳ نفر همه روزه از تلویزیون، ۲۸۰ نفر اصلاً و به ندرت از سینما - تئاتر و ۳۳۱ نفر هم اصلاً و به ندرت از رادیو استفاده می‌کنند و فراوانی بقیه گروه‌ها بسیار پایین است). بنابراین در این جا مورد آزمون قرار نگرفتند. همچنین در رسانه‌های دیگر نیز به علت فراوانی نابرابر در گروه‌ها، میزان استفاده از این رسانه‌ها که مشتمل بر ۵گزینه (اصلاً، به ندرت، چند روز در ماه، چند روز در هفته و همه روزه) بود به دو گزینه کم (اصلاً، به ندرت و چند روز در ماه) و زیاد (چند روز در هفته و همه روزه) ادغام شدند و از آزمون t برای بررسی تفاوت بین میانگین گروه‌هایی که کم و زیاد از این رسانه‌ها استفاده می‌کنند و گرایش و میزان استفاده آن‌ها از بازی‌های رایانه‌ای، استفاده شد.

همچنین در این تحقیق، نتایج آزمون t (جدول ۳) نشان می‌دهد که بین میانگین دو گروهی که به صورت کم و زیاد از اینترنت و ماهواره استفاده می‌کنند، از نظر استفاده از بازی‌های رایانه‌ای در سطح $0/01$ ، تفاوت معنی‌دار وجود دارد و کسانی که زیاد از اینترنت و ماهواره استفاده می‌کنند، از بازی‌های رایانه‌ای هم بیشتر استفاده می‌کنند.

علاوه بر این، نتایج آزمون t نشان می‌دهد بین دو گروهی که از ویدیو/CD استفاده می‌کنند، از نظر میانگین استفاده از بازی‌های رایانه‌ای، در سطح $0/05$ تفاوت معنی‌دار وجود دارد و کسانی که بیشتر از ویدیو/CD استفاده می‌کنند، میانگین آن‌ها از نظر میزان استفاده از بازی‌های رایانه‌ای هم بیشتر است. البته آزمون t تفاوت معنی‌داری بین میانگین دو گروهی که از رسانه‌های چاپی استفاده می‌کنند، از نظر استفاده از بازی‌های رایانه‌ای در سطح $0/05$ نشان نمی‌دهد.

در حقیقت با توجه به نتایج این تحقیق می‌شود گفت کسانی که از بازی‌های رایانه‌ای در حد «زیاد» استفاده می‌کنند، در واقع مصرف‌کنندگان حرفه‌ای فناوری‌ها و رسانه‌های جدید هستند، که به عقیده کلاین «تعامل در فضای سایبر را به نشستن در مقابل تلویزیون، پرسه زدن با دوستان یا انجام ورزش‌های خیابانی، ترجیح می‌دهند.» (Kline, 2000: 37).

نقش علل و انگیزه‌های هفتگانه

در این تحقیق، برای بررسی علل و انگیزه‌های دانش‌آموزان برای انجام بازی‌های رایانه‌ای، هفت دلیل و انگیزه از مطالعات و تحقیقات صورت گرفته درباره بازی‌های رایانه‌ای استخراج شد و مورد آزمون قرار گرفت. نیکن (۲۰۰۰) در تحقیق خود، درباره کودکان و نوجوانان هلندی، پنج عامل اصلی را برای استفاده کودکان و نوجوانان هلندی از بازی‌های رایانه‌ای مطرح می‌کند که به ترتیب اهمیت عبارتند از: (۱) مبارزه‌طلبی، (۲) خشونت، (۳) کنترل، (۴) تکنیک و (۵) آموزشی بودن. در واقع برای کودکان و نوجوانان هلندی، بازی‌هایی اهمیت داشته و علاقه‌مند به انجام آن بوده‌اند که این عناصر پنج‌گانه و در رأس آن‌ها، عامل مبارزه‌طلبی را داشته باشند.

جدول ۴- همبستگی بین دلایل پاسخگویان برای انجام بازی‌های رایانه‌ای و میزان استفاده

آن‌ها از این بازی‌ها

میزان استفاده	دلایل انجام بازی‌های رایانه‌ای						
	مبارزه‌طلبی بازی‌ها	خشونت موجود در بازی‌ها	تحت کنترل بودن بازی‌ها	تکنیک بازی‌ها	آموزشی بودن بازی‌ها	فشار هنجاری گروه‌های همسال	گریز از محدودیت‌های زندگی واقعی
میزان استفاده از	۰/۵۱**	۰/۴۵**	۰/۴۱**	۰/۴۶**	۰/۵۷**	۰/۲۶**	۰/۵۴**
بازی‌های رایانه‌ای	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰

** معنی دار در سطح ۰/۰۱

مطابق نتایج جدول ۴، بین دلایل و انگیزه‌های هفت گانه مطرح شده در این تحقیق و میزان استفاده پاسخگویان از بازی‌های رایانه‌ای، همبستگی معنی داری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد و در تمام موارد، جهت این همبستگی مثبت است. میزان همبستگی استفاده از بازی‌های رایانه‌ای با آموزشی بودن بازی‌ها ۰/۵۷ بوده است. این میزان همبستگی در مورد گریز از محدودیت‌های زندگی واقعی ۰/۵۴، مبارزه طلبی بازی‌های ۰/۵۱، تکنیک بازی‌ها ۰/۴۶، خشونت موجود در بازی‌ها ۰/۴۵، تحت کنترل بودن بازی‌ها ۰/۴۱ و فشار هنجاری گروه‌های همسال ۰/۲۶ بوده است.

یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که ترتیب اهمیت پنج عامل نیکن در نزد دانش‌آموزان تهرانی، متفاوت است و مبارزه‌طلبی مهمترین عامل نیست. ترتیب اهمیت این عوامل پنج گانه از نظر دانش‌آموزان تهرانی به این صورت است: (۱) آموزشی بودن، (۲) مبارزه طلبی، (۳) تکنیک، (۴) خشونت و (۵) کنترل.

در این تحقیق، دو عامل دیگر نیز مطرح شد که یکی، انجام بازی‌های رایانه‌ای به منظور گریز از محدودیت‌های زندگی واقعی و دیگری، انجام بازی به خاطر فشار هنجاری گروه‌های همسال بود که نتایج تحقیق نشان داد، گریز از محدودیت‌های زندگی واقعی، همبستگی بالایی با میزان استفاده از بازی‌ها رایانه‌ای دارد؛ اما فشار هنجاری گروه‌های همسال، نقش کمتری از دلایل دیگر دارد.

در تحقیق نیکن، پسرها بیشتر به خاطر مبارزه‌طلبی و خشونت بازی‌ها به انجام آن‌ها

می‌پرداخته‌اند و دخترها به خاطر آموزشی بودن و تحت کنترل بودن بازی‌ها. اما در تحقیق حاضر، بین اهمیتی که پسران و دختران برای عوامل و انگیزه‌های هفت‌گانه قائل هستند، تفاوتی مشاهده نشد و پسران برای همه دلایل اهمیت بیشتری از دختران، قائل شده‌اند و البته برخی عوامل، مانند خشونت بازی‌ها، اهمیت بسیار بیشتری برای پسران داشته است. در واقع، مهمترین دلایل دانش‌آموزان برای استفاده از بازی‌های رایانه‌ای، گریز از محدودیت‌های زندگی واقعی، آموزشی بودن بازی‌ها، تکنیک بازی‌ها، مبارزه‌طلبی بازی‌ها و خشونت موجود در بازی‌ها بوده است و تحت کنترل بودن بازی و فشار هنجاری گروه‌های همسال، اهمیت کمتری برای آن‌ها داشته است.

جمع‌بندی

در یک چشم انداز کلی، می‌توان گفت که رشد استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و دیگر فناوری‌های اطلاعات در ایران، همانند دیگر نقاط دنیا، از شتاب روزافزونی برخوردار است. یعنی اگرچه ورود بازی‌های رایانه‌ای به کشور و رواج آن‌ها در بین کودکان و نوجوانان، تأخیری ده پانزده ساله دارد، اما اکنون آخرین نرم افزارها و دستگاه‌های بازی که در دیگر نقاط دنیا تولید می‌شوند، همانند سایر کشورها در ایران نیز در دسترس مخاطبان قرار می‌گیرند. بخش اعظمی از این سرعت تحول و گسترش، به نقش اینترنت بر می‌گردد که محدودیت زمان و مکان را تا حد زیادی از ارتباطات حذف کرده است.

اما، تنها بازی‌های رایانه‌ای نیستند که اقبال زیادی در بین قشر جوان پیدا کرده اند، بلکه رسانه‌های جدید و دیجیتالی، کلاً به صورت گسترده، مورد استفاده افراد جوان قرار می‌گیرند. در واقع، مصرف کنندگان بازی‌های رایانه‌ای، مصرف کنندگان حرفه‌ای اکثر رسانه‌های جدید هستند و از اولین کسانی‌اند که فناوری‌ها و نرم افزارهای جدید را تجربه می‌کنند. به گفته برخی از محققان «ما اکنون شاهد ظهور یک نسل دیجیتالی هستیم که نرم افزارها و فناوری‌های جدید را به اندازه شرکت‌های بزرگ مصرف می‌کنند.»

هرچند مطابق با نتایج این تحقیق، بازی‌های رایانه‌ای، هم سطح با اینترنت و ماهواره و بعد از تلویزیون و ویدیو، جایگاه سوم را نزد نوجوانان و جوانان تهرانی به خود اختصاص داده‌اند، و هر چند آنان، اندکی کمتر از نوجوانان و جوانان کشورهای غربی، مصرف کنندة بازی‌های

رایانه‌ای هستند، اما نسبت به چند سال پیش، تحولات مهمی در این زمینه صورت گرفته است. از یک سو، تجربه بازی‌های رایانه‌ای در نزد نوجوانان و جوانان تهرانی به تجربه‌ای خانگی تبدیل شده است و حدود ۹۰ درصد آنان در منزل به این رسانه دسترسی دارند، در حالی که در گذشته این نسبت بسیار کمتر بود و بازی‌ها بیشتر در کلوب‌ها انجام می‌شد. از سوی دیگر، بازی با کنسول‌ها به بازی با رایانه تغییر پیدا کرده و بازی‌های آن لاین و تلفن همراه نیز به این عرصه اضافه گشته‌اند. در حقیقت، در آینده‌ای نزدیک، ما شاهد گسترش بازی‌های آن لاین و تلفن همراه در بین نوجوانان و جوانان کشور، به خاطر افزایش پهنای باند و سرعت اینترنت و نیز افزایش ضریب نفوذ تلفن همراه خواهیم بود.

اما همزمان با گسترش نفوذ بازی‌های رایانه‌ای در بین نوجوانان و جوانان کشور، شاهد شکاف‌هایی هستیم که به نظر نمی‌رسد به زودی از بین بروند. یکی از این شکاف‌ها مربوط به تفاوت دسترسی کودکان و نوجوانان روستاها و شهرهای کوچک کشور با کودکان و نوجوانان تهران و دیگر شهرهای بزرگ است، مطابق نتایج پیمایش سازمان ملی جوانان (۱۳۸۳) تنها ۵۱ درصد جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله کشور (آن هم در مراکز استان‌ها) تجربه بازی‌های رایانه‌ای را داشته‌اند؛ در حالی که در تحقیق حاضر، حدود ۸۰ درصد دانش‌آموزان تهرانی، تجربه بازی‌های رایانه‌ای را دارا بوده‌اند. یعنی در این عرصه، یک تفاوت ۳۰ درصدی، بدون در نظر گرفتن کودکان و نوجوانان روستاهای کشور، مشاهده می‌شود. شکاف دیگر، شکاف جنسیتی است که مانند کشورهای دیگر، در اینجا هم ما شاهد آن هستیم و آن هم این است که دختران در ایران، نسبت به پسران، دسترسی کمتری به بازی‌های رایانه‌ای دارند و علایق و انگیزه‌های آنان نیز از پسران متفاوت است.

اما نکته دیگری که این تحقیق نشان داد، تفاوت نقش پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد در میزان انجام بازی‌های رایانه‌ای در بین دانش‌آموزان تهرانی با میزان انجام بازی‌های رایانه‌ای کودکان و نوجوانان دیگر کشورها بود. مثلاً در تحقیق لیوینگستون و باویل (۱۹۹۹) کودکان و نوجوانان طبقه کارگر، به میزان بیشتری از کودکان و نوجوانان طبقه متوسط و بالا بازی‌های رایانه‌ای انجام می‌داده‌اند، اما در اینجا ما شاهدیم که این، دانش‌آموزان با پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالا هستند که به میزان بیشتری برای بازی‌های رایانه‌ای وقت صرف می‌کنند. با در نظر گرفتن این مجموعه مسائل، می‌توان گفت که کشور ما در آینده، شاهد تحولاتی در

عرصه مصرف بازی‌های رایانه‌ای خواهد بود. از یک سو شاهد گسترش بازی‌های رایانه‌ای در بین کودکان و نوجوانان روستاها و شهرهای کوچک کشورمان خواهیم بود و از سوی دیگر، کودکان و نوجوانان طبقه بالا با تجربه بازی‌های رایانه‌ای، به دنبال رسانه‌های جدیدتر و یا دیگر امکانات فراغتی پرهزینه خواهند رفت و همانند روندی که درباره‌ی رسانه‌های قدیمی همچون تلویزیون اتفاق افتاد، این، کودکان و نوجوانان طبقه پایین خواهند بود که مصرف کنندگان حرفه‌ای بازی‌های رایانه‌ای خواهند شد.

بنابراین، برای عمومیت یافتن بازی‌های رایانه‌ای در تمام نقاط کشور، چند سالی زمان لازم است. چندسالی که فرصت خوبی در اختیار محققان کشورمان می‌گذارد تا خلاهای مطالعاتی درباره‌ی بازی‌های رایانه‌ای را در داخل کشور پر کنند و نیز فرصت خوبی در اختیار مسؤولان کشور قرار می‌دهد تا با حمایت از هنرمندان و طراحان نرم‌افزار، گام‌هایی در راه طراحی بازی‌های رایانه‌ای بردارند؛ نکته‌ای که تاکنون به آن توجه نشده و اهمیت آن از دید مسؤولان پنهان مانده است.

پیشنهاد‌های تحقیق

با توجه به این که اکثر پاسخگویان در این پژوهش، از بازی‌های رایانه‌ای استفاده می‌کرده‌اند و این بازی‌ها کم‌کم در حال تبدیل شدن به یک رسانه پرمصرف، همچون تلویزیون هستند، پژوهشگران باید توجه بیشتری به این رسانه جدید داشته باشند. همچنین با توجه به متفاوت بودن این رسانه، از رسانه‌های قدیمی چون تلویزیون و رسانه‌های جدید دیگر، پژوهشگران باید نسبت به روش‌های مطالعاتی به کار برده شده در این زمینه، تجدیدنظر و از روش‌هایی استفاده کنند که به درک بیشتری از متن بازی‌های رایانه‌ای نایل آیند. پیشنهاد می‌گردد با توجه به تجربه پژوهشگران در سال‌های اخیر در این زمینه، از روش‌های کیفی چون مردم‌شناسی برای انجام مطالعات در حوزه بازی‌های رایانه‌ای استفاده شود.

با توجه به استفاده روزافزون قدرت‌های سیاسی و اقتصادی جهان از بازی‌های رایانه‌ای برای ترویج اهداف سیاسی و اجتماعی خود و انتشار بازی‌هایی در مواقع بحران‌های بین‌المللی برای آماده‌سازی بخشی از افکار عمومی جهان، به خصوص جوانان، پیشنهاد می‌شود با استفاده از روش‌های کیفی، به مطالعه انگاره‌ها و اهداف تبلیغاتی نهفته در بازی‌های رایانه‌ای

پرداخته شود.

پیشنهاد می‌شود برای شناخت بیشتر میزان دسترسی کودکان و نوجوانان تمام نقاط کشور، به خصوص شهرهای کوچک و روستاهای کشور، به بازی‌های رایانه‌ای و میزان استفاده آن‌ها از این بازی‌ها، تحقیقاتی در نقاط مختلف کشور انجام گیرد.

بازی‌های آن‌لاین، هم اکنون به یکی از جذاب‌ترین بازی‌های رایانه‌ای تبدیل شده‌اند و بسیاری از کاربران اینترنت به انجام بازی‌های آن‌لاین می‌پردازند. همچنین بازی‌های آن‌لاین به دلیل این که در بین افراد مختلف از کشورهای جهان انجام می‌شود، جذابیت خاصی را در بین کاربران یافته‌اند. از سوی دیگر، به دلیل تازگی این بازی‌ها، پژوهش‌های اندکی در این باره صورت گرفته است و اثرات ناشناخته آن زیاد است. همچنین طبق یافته‌های این پژوهش، حدود ۴۸/۵ درصد پاسخگویان، سابقه انجام بازی‌های آن‌لاین را داشته‌اند که حدود نیمی از آن‌ها همه روزه و یا چند روز در هفته، بازی می‌کرده‌اند. بنابراین، با توجه به جذابیت بالای بازی‌های آن‌لاین، به نظر می‌رسد با بهبود پهنای باند اینترنت در کشور، به زودی این بازی‌ها در بین کاربران اینترنت در کشور گسترش یابند. به همین جهت پیشنهاد می‌شود مطالعه بازی‌های آن‌لاین و ویژگی‌های آن، به یکی از اولویت‌های پژوهشی محققان درآید.

با توجه به بحث‌های اخیر درباره بازی‌های رایانه‌ای در کشور و تشکیل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برای حمایت از تولید بازی‌های رایانه‌ای در کشور، برای موفقیت در تولید بازی‌هایی متناسب با نیاز مخاطبان به انگیزه‌های ذکر شده در این تحقیق، چون آموزشی بودن، مبارزه‌طلبی و تکنیک‌های جذاب، بیشتر توجه شود و تحقیقات تکمیلی برای شناخت بیشتر انگیزه‌های بازیکنان بازی‌های رایانه‌ای در نقاط دیگر کشور، به خصوص شهرهای کوچک، انجام گیرد.

منابع

- احمدی، سیروس. (۱۳۷۷). «بررسی اثرات اجتماعی بازی‌های کامپیوتری بر دانش‌آموزان پسر کلاس سوم راهنمایی شهر اصفهان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.
- الیوت، چارلز دبلیو. (۱۳۷۹). «ارزیابی روزنامه‌های اینترنتی آسیا»، ترجمه حسن نورایی

بیدخت، فصلنامه رسانه، سال یازدهم، شماره اول.

- «پیمایش ملی ارزشها و نگرشهای جوانان ایران در سال ۱۳۸۳»، (۱۳۸۴). سازمان ملی جوانان.

- چافی، استیون اچ؛ و متزگر، میریام جی. (۱۳۸۰). «پایان ارتباط جمعی»، ترجمه مریم بهادری، فصلنامه رسانه، سال دوازدهم، شماره چهارم.

- دواس، دی.ان. (۱۳۸۱). پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایبی، چاپ دوم، تهران: نشر نی.

- دوران، مهناز. (۱۳۸۰). «بررسی رابطه بازی‌های کامپیوتری و مهارت‌های اجتماعی نوجوانان»، پایان نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.

- ذکایی، محمد سعید. (۱۳۸۳). «جوانان و فراغت مجازی»، فصلنامه مطالعات جوانان، شماره ۶.

- سورین، ورنر؛ تانکار، جیمز. (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه تهران.

- شمسه، مجید. (۱۳۸۳). «بررسی رابطه استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و ارتباطات میان‌فردی نوجوانان» پایان‌نامه کارشناسی ارشد ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

- شیانی، ملیحه. (۱۳۸۳). «وضعیت شهروندی و موانع تحقق آن در ایران»، پایان‌نامه دوره دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.

- مک‌کوئیل، دنیس. (۱۳۸۲). مخاطب‌شناسی، ترجمه مهدی منتظر قایم، چاپ دوم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

- منطقی، مرتضی. (۱۳۸۰). بررسی پیامدهای بازی‌های ویدیویی - رایانه‌ای، تهران: فرهنگ و دانش.

- ویندال، سون و دیگران. (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

- Buckingham, David. (2002). "The Electronic Generation? Children and New Media", in: Leah A. Lierrouw and sonia livingstone (Eds.) Handbook of

New Media; Social Shaping and Consequences of ICTs, Sage publications.

- Computer Game History. retrieved from World Wide Web, 24/5/2006
.,: <http://www.wiki.medai-culture.org.au/index.php/videogames-history>
- December, john. "Media Richness", retrieved from World Wide Web,
6/12/2005, <http://www.december.com/cmc/theory/richness.html>
- December a , john. "Social Presence", retrieved from World Wide Web,
26/8/2006, <http://www.december.com/cmc/theory/presence.html>
- December b, john. "Social Cues" , retrieved from World Wide Web,
26/8/2006, <http://www.december.com/cmc/theory/cues.html>
- Feilitzen, cecilian Von. (2000). "Electronic Games, pronography, perceptions", pp:13-23, in: Cecilia Von Feilitzen and Ulla carlsson (Eds.) children in the New Media Landscape, yearbook from the UNESCO international clearinghouse on children and violence on the screen, Nordicom, Goteborg university.
- Kline, Stephen. (2000) "killing Time?; A Canadian Meditation on video Game culutre" pp: 35-59, in: Cecilia Von Feilitzen and Ulla carlsson (Eds.) children in the New Media Landscape, yearbook from the UNESCO international clearinghouse on children and violence on the screen, Nordicom, Goteborg university.
- Lister, Martin, et.al., (2005). New Media: a Critical Introduction, Reprinted, Routledge.
- Livingstone, sonia. (2002). yang people and New media; childhood and the changing media environment, london; sage publications.
- Meissner, jens o., (2005). "Relationship Quality in the Context of Computer- Mediated Communicataion", retrieved from World Wide Web,
26/8/2006, <http://www.wvz.unibas.ch/forum/volltexte/484.pdf#search=>

