

رسانه و جوانان

مولفین:

سید حسن امین

مهاقاس



موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی



نشر و یخش راه: ۰۹۱۲۳۳۴۲۳۶۲

آدرس: میدان انقلاب بازار بزرگی ۲۲، زیر همکف واحد ۲۲

شناسنامه کتاب

رسانه و جوانان

مولفین: : سید حسن امین، مہسا قاسمی

ویرایش: شورای بررسی موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی

نشر و یخش: مؤسسه انتشاراتی آفتاب گیتی

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: پاسارگاد

طراح جلد: علی اسدزادہ

قیمت: ۱۶۰۰۰ تومان

شاک: ۸-۶۱-۶۱۵۵-۶۲۲-۹۷۸

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

۷	 مقدمه
۸	۱- رسانه‌های نو؛ فصلی جدید در ارتباطات بشري
۱۲	۱-۱. ویژگی‌های رسانه‌های نو
۱۳	۱. تعاملی بودن
۱۳	۲- جمع‌زدایی
۱۳	۳- ناهمزمانی
۱۴	۴- تمرکززدایی
۱۴	۵- آرافیت باند
۱۴	۵-۱. آف‌پذیری
۱۴	۲. تقسیم‌بندی رسانه‌های نو
۱۶	۱-۲. رسانه - نو، ارتباط جمعی یا ارتباط رسانه‌ای؟
۲۰	۲. نظریه‌های ارتباطی
۲۱	۲-۱. رویکردهای نو
۲۱	۲-۲. رویکردهای کلاسیک
۲۶	۱. آگاهی
۲۶	۲. هویت شخصی
۲۹	۳. نظریه‌های بازی
۳۰	۱-۳. نظریه‌های انرژی اضافی
۳۰	۳-۲. نظریه‌های استراحت و رفع خستگی
۳۱	۳-۳. نظریه‌های پیش‌تمرین
۳۱	۳-۴. نظریه‌های تجدید تکامل
۳۲	۳-۵. نظریه‌های تصفیه و پالایش
۳۳	۳-۶. نظریه‌های درون‌سازی
۳۷	۴. بازیهای رایانه‌ای؛ تاریخچه، مفاهیم و ویژگیها
۴۷	۴-۲. انواع بازی‌های رایانه‌ای
۴۹	۲. بازی‌های آن‌لاین (اینترنتی)
۵۰	۳. بازی‌های تلفن همراه
۵۳	۱. بازی‌های حادثه‌ای (اکشن)
۵۴	۲. بازی‌های استراتژی (برنامه‌ای)
۵۵	۳. بازی‌های ماجراجویی
۵۵	۴. بازی‌های نقش‌آفرینی
۵۵	۵. بازی‌های ورزشی
۵۶	۶. بازی‌های شبیه‌سازی
۵۶	۳-۴. مصرف بازی‌های رایانه‌ای
۶۲	۴-۴. آثار منفی بازی‌های رایانه‌ای
۶۹	۴-۵. آثار سودمند بازی‌های رایانه‌ای
۷۲	۴-۶. بازی‌های رایانه‌ای و مسئله جنسیت
۷۷	۴-۷. بازی‌های رایانه‌ای از دیدگاه اقتصادی

- ۸-۴. رویکردهای نو در مطالعات بازی‌های رایانه‌ای ۸۰
۵. پیشینه‌ای از مطالعات قبلی ۸۶
- ۱-۵. تحقیقات صورت گرفته در خارج از ایران ۸۷
- * استفاده‌ی کودکان از بازی‌های رایانه‌ای در ژاپن ۹۵
- * دیدگاه‌های کودکان هلندی درباره‌ی بازی‌های رایانه‌ای ۹۶
- ۳-۵. بررسی و نقد تحقیقات خارجی و داخلی ذکر شده ۱۰۳
۶. الگوی نظری تحقیق (چارچوب متغیرها) ۱۰۵

منابع: ۱۱۰

www.ketab.ir

تأثیر رسانه مادر بر جوانان

عده

ما از نیمی دوم قرن بیستم، شاهد ظهور بسیاری از رسانه‌های جدید بوده‌ایم. رسانه‌هایی که به‌جای بسیاری از آنها بر سیستم‌های رایانه‌ای استوار بوده است. این رسانه‌های مدرن، پرتنوع، الگوی عمودی و ساده‌ی انتقال پیام از فرستنده به مخاطب را محول و به انجویی افقی تبدیل کرده است که در آن مخاطب، ارج و قرب و اختیاری نزدیک به فرستنده دارد.

اما اولین رسانه‌ی رایج مبتنی بر رایانه، رایانه‌ای بودند که شیوع و گسترش آنها، در دهه‌های پایانی قرن بیستم حیرت‌انگیز بوده است. این رسانه، که از تلفیق تلویزیون و رایانه بوجود آمده، کم‌کم به نیمه پر قدرت خود تلویزیون تبدیل شده و جای آن را در فعالیت‌های بسیاری از مخاطبان، به ویژه کودکان و جوانان گرفته است.

درحالی که تاکنون مطالعات بسیاری درباره‌ی تلویزیون و مخاطبان آن، به ویژه کودکان صورت گرفته است ولی مطالعات درباره‌ی بازی‌های رایانه‌ای، نسبت به

مطالعات تلویزیونی، اندک و ناچیز است، درحالی که به عقیده محققان، اکنون بازی و مفاهیم همراه با آن به یک استعاره‌ی عظیم برای روابط اجتماعی انسانی تبدیل شده است و توانایی بالقوه برای آزادی‌های جدید، خلاقیت جدید و همچنین ظلم و نابرابری‌های جدید را دارد. بنابراین مطالعه‌ی بازی‌های رایانه‌ای در دست نظریه‌های ارتباطی، می‌تواند به درک ما از این پدیده‌ی عصر اطلاعات کمک کند.

در این فصل، پس از مروری بر ویژگی‌های رسانه‌های جدید، به طرح نظریه‌های ارتباطی با دو رویکرد تکنولوژی و اجتماعی و همچنین نظریه‌های بازی پرداخته می‌شود و پس از بررسی تاریخیچه و مفاهیم و ویژگی‌های بازی‌های رایانه‌ای، در بخش پیشینه‌ی تجربی تحقیق، به چند تحقیق از کشورهای مختلف درباره‌ی بازی‌های رایانه‌ای اشاره و پس از آن مدل نظری فرضیه‌های تحقیق ارائه می‌شود.

۱- رسانه‌های نو؛ فصلی جدید در ارتباطات بشری

در نیمه‌ی دوم قرن بیستم، تحولات صورت گرفته در تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات، رسانه‌ها را نیز دستخوش تحولات زیادی ساخته است؛ از یک سو باعث به وجود آمدن تغییر در رسانه‌های سنتی و افزایش قابلیت‌های آنها شده است و از سوی دیگر رسانه‌های جدیدی اختراع و ابداع شده‌اند که با رسانه‌های قبلی تفاوت زیادی دارند. سیر این تحولات و تغییرات به گونه‌ای بوده است که

تمامی ابعاد زندگی بشر را تحت تأثیر خود قرار داده‌اند و برای درک دنیای جدید باید به درک این تحولات پرداخت.

محققانی چون مائوئل کاستلز^۱، استاد برنامه‌ریزی دانشگاه برکلی، نقطه‌ی عطف تحولات صورت گرفته در تکنولوژی‌های جدید را در دهه‌ی ۷۰ میلادی می‌انند. نگاهی به تغییرات این دهه، درستی این ادعا را نشان می‌دهد:

در سال ۱۹۷۱ بود که میکروپروسسور^۲، ابزار اصلی گسترش میکروالکترونیک^۳ اختراع شد. در دهه ۱۹۷۰ رواج یافت. میکرو کامپیوتر^۴ در ۱۹۷۵ اختراع شد و اولین محصول تجاری موفق آن، اپل ۲^۵، در آوریل ۱۹۷۷ به بازار عرضه شد، یعنی تقریباً در همان زمانی که مایکروسافت^۶ شروع به تولید سیستم‌های عاملی برای میکرو کامپیوترها کرد. اولین سوئیچ^۷ الکترونیک در مقیاس صنعتی در ۱۹۶۹ ظاهر شد و سوئیچینگ دیجیتال^۸ در نیمه‌ی دهه‌ی ۷۰ تولید و در ۱۹۷۷ به صورت تجاری عرضه شد. اولین تولید صنعتی فیبر نوری در اوایل دهه‌ی ۷۰ صورت گرفت. همچنین در اواسط دهه‌ی ۷۰، شرکت سونی^۹، تولید

^۱ -Manuel custells

^۲ -

^۳ -Micro Electronic

^۴ -Micro Computer

^۵ -Apple 2

^۶ -Microsofte

^۷ -

^۸ - Digital

^۹ - Sony CO.

تجاری دستگاه‌های ضبط ویدیویی^{۱۰} VCR را آغاز کرد و سرانجام مهم‌تر از همه، در ۱۹۶۹ آژانس طرح‌های پژوهش پیشرفته‌ی وزارت دفاع ایالات متحده (ARPA)، یک شبکه‌ی ارتباطی الکترونیک جدید و انقلابی به وجود آورد که در دهه‌ی ۷۰ رشد کرد و به اینترنت امروزی تبدیل شد. (کاستلز، ۱۳۸۴، ۷۷).

در واقع تحولات صورت گرفته در دهه‌ی ۷۰ میلادی، در عرصه تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات، دنیای رسانه‌ها را در دهه‌ی ۸۰ میلادی دستخوش دگرگونی ساخت. از ناصر مهم این دگرگونی باید از ارتباطات ماهواره‌ای، فیبرهای نوری و دیجیتال شدن نام برد. دیجیتالی شدن به قدری تأثیرگذار بوده است که برخی از محققان، انقلاب ارتباطات را انقلاب دیجیتالی نامیده‌اند. (خوارزمی، ۱۳۸۱، ۳۹) در اثر فرایند دیجیتالی شدن، تصویر، صدا و متن به یک زبان دوحالته‌ی صفر و یک مبدل می‌شوند. عبارت دیگر در سیستم‌های سنتی که به «آنالوگ»^{۱۱} معروف است، علائم (رادیو، تارگت و ...) به شکل امواج الکتریک پیوسته انتقال می‌یابند، و حال آن که در حالت دیجیتال، این علائم حالت عددی پیدا می‌کنند و در قالب یک سیستم دوگانه‌ی متشکل از گروه‌های صفر و یک شکل می‌گیرند (محسنی، ۱۳۸۰، ۵۵) در حقیقت جهان‌شمولی زبان دیجیتال و منطق کاملاً شبکه‌ای سیستم ارتباطی، زمینه‌های تکنولوژیک ارتباط افقی و جهانی را فراهم کرده است.

^{۱۰}- Video cassette Recorder (VCR)

^{۱۱} -Analog

از دیگر تحولات تکنولوژیکی صورت گرفته در سال‌های گذشته، باید به ظهور چندرسانه‌ای‌ها (مولتی‌مدیا)^{۱۲} در اواسط سال ۱۹۹۳ اشاره کرد که از ترکیب رسانه‌های همگانی جهانی و سفارشی و ارتباط رایانه‌ای تشکیل شده و ویژگی این سیستم جدید، ترکیب رسانه‌های مختلف و توانایی بالقوه‌ی آن برای ارتباط متقابل است. (کاستلز، ۱۳۸۴، ۴۲۲).

در حقیقت اگر بخواهیم مهمترین تحولات صورت گرفته در عرصه تکنولوژی را، که بر روی رسانه‌ها تأثیرگذار بوده‌اند و تحول رسانه‌ها و پیدایش رسانه‌های جدید شده‌اند، نام ببریم، باید به ارتباطات رایانه‌ای، ارتباطات ماهواره‌ای، دیجیتالی شدن، فیبر نوری و مولتی‌مدیا اشاره کرد. این‌ها ستون فقرات رسانه‌های جدید را تشکیل دادند و ویژگی‌های این‌ها، ویژگی‌های رسانه‌های جدید را به وجود آورده‌اند. بروز همه‌ی این‌ها را در اینترنت می‌توان دید. شبکه‌ی عظیم اطلاع‌رسانی که علاوه بر پیوندی همه‌ی رسانه‌های سنتی و جدید، کارکردهای منحصر به خود را نیز دارد.

اما جایگاه بازی‌های رایانه‌ای، در میان رسانه‌های جدید، کجا قرار دارد؟ بازی‌های رایانه‌ای نیز که جزء رسانه‌های جدید محسوب می‌شوند، در دهه‌ی ۷۰ میلادی، از تلاقی تلویزیون با رایانه متولد شدند و در دهه‌ی ۸۰ میلادی رو به توسعه و پیشرفت گذاشتند و مانند رسانه‌های جدید دیگر، در طی سال‌های

بعد، از تحولات تکنولوژیکی تأثیر پذیرفتند، به گونه‌ای که امروزه بازی‌های رایانه‌ای هم از دیجیتالی شدن، مولتی‌مدیا، پیشرفت‌های رایانه‌ای و ... تأثیر پذیرفته‌اند. حتی در برخی از موارد مانند «واقعیت مجازی»^{۱۳} این بازی‌ها، از رسانه‌های دیگر به پیش افتاده‌اند. واقعیت مجازی دارای سه حوزه‌ی عملکرد خاص و بالنسبه مورد توجه است؛ تحقیق و توسعه، فراغت و تفریحات و کاربردهای صنعتی. به اعتقاد برخی از محققین، بخشی که در حال گسترش بسیار سریع است، واقعیت مجازی در حوزه‌ی تفریحات و گذران اوقات فراغت است و کارشناسان بازی‌های رایانه‌ای در طول سال‌های گذشته، عملاً تنها گروهی بوده‌اند که هزینه‌های بسیاری را در این راه صرف کرده‌اند. (محسنی، ۱۳۸۰، ۵۷).

۱-۱. ویژگی‌های رسانه‌های نو

تولید انبوه پیام‌ها برای مخاطبان، ارتباطات یکسویه و انبوهی و محدود بودن کانال‌های ارتباطی از ویژگیهای اصلی رسانه‌های سنتی محسوب می‌شوند. اما ظهور رسانه‌های جدید، ظرفیت‌های جدیدی نیز برای رسانه‌ها ایجاد کردند و تحولی اساسی در فرایند ارتباط با مخاطبان به وجود آوردند. از ویژگیهای اساسی رسانه‌های جدید می‌توان به این ویژگیها اشاره کرد:

۱. تعاملی بودن^{۱۴}: ویژگی اصلی سیستم‌های ارتباطی جدید است، به گونه‌ای که به خاطر این ویژگی، رسانه‌های جدید را رسانه‌های تعاملی نیز می‌نامند. تعاملی بودن به مفهوم دوسویه شدن و دارا شدن ویژگی‌های کانال‌های بین فردی و جمعی به طور همزمان و تغییر مفهوم جریان یکسویه اطلاعات است. تعامل؛ تا ایل کیفی سیستم‌های ارتباط است و چنین کیفیتی، ارتباط مؤثرتر و فعال‌تر را به وجود می‌آورد و موجب رضایت بیشتر شرکت‌کنندگان در ارتباط می‌شود. در این سیستم ارتباطی، فرد فعال است و نهایتاً، ارتباط جنبه‌ی دوسویه دارد.

۲- جمع‌زدایی: در این ویژگی بدین معنی است که این رسانه‌ها، کم و بیش در مقابل رسانه‌های جمعی قرار می‌گیرند و کنترل سیستم‌های ارتباطی از تولیدکننده‌ی پیام به مصرف‌کننده‌ی پیام منتقل شده است، و ما با پیدایش این تکنولوژی‌ها از یک ارتباط جمعی به سوی شکل پیشرفته‌تری از ارتباط چهره به چهره‌ی همگانی پیش می‌رویم.

۳- ناهمزمانی^{۱۵}: به این معنی که فرد توانایی فرستادن یا دریافت پیام را در زمان دلخواه و درخور و مناسب خود داراست. این رسانه‌ها توانایی غلبه بر زمان را به عنوان متغیری مؤثر بر فرایند ارتباطی دارا هستند. (Rogers, 1986, 3-6).

¹⁴ - Interactiving

¹⁵ - Dimassification

¹⁶ - Asynchronous