



مجله تخصصی مطالعات، سواد و بررسی محتوایی بازیهای دیجیتال
شماره هشتم و هشتم / سال اول / آذر دی ۱۳۹۷ / قیمت ۱۰۰۰۰ تومان



مشخصات بازی‌های دخترپسند

کنترل والدینی (۸ و ۷):

بلوغ زودرس پسران، مراقبت از لطافت دختران

بازینگاشت بازیکنان زن در ایران ۹۶

آزادی یواشکی گیمرهای حرفه‌ای زن دنیا

سرمان را بالا می‌گیریم و بازی می‌سازیم

(مصاحبه تخصصی با ۴ نفر از بازی‌سازان خانم)

نقد بازی (۲):

شخصیت‌های دنیای بازی‌های دیجیتال



تفریح، نعمتی از جانب خداوند



قرنهای متعددی به استناد برخی از روایات صوفیانه که نمی‌تواند هیچ ارتباط امیلی با قرآن کریم و با پیشوایان اسلام داشته باشد، تفریح کردن، نشاط در زندگی داشتن و امثال اینها را برای یک مسلمان ارزنده نقطه ضعف معرفی می‌کرده‌اند.

... از دید اسلام زندگی با نشاط، نعمت و رحمت خداست و زندگی توأم با گریه و زاری و ناله، خلاف رحمت و نعمت خداست خدا در مقام نفرین یا در مقام نکوهش از این تخلف می‌گوید به کیفر این تخلف، از این پس از نعمت خنده و نشاط فراوان کم بهره باشید و همواره گریان و مصیبت زده و غم زده زندگی کنید. این نوع استتباطهای نابجا و تلقین آن به مسلمانان، به اضافه عوامل دیگر، سبب شد که توجه جامعه ما به مسأله تفریح کم باشد.

شهید بهشتی (رحمه... علیه)



همکاران این شماره: احسان حجتی، علی علمرادی، روح اله مولت، دکتر سید محمد علی سید حسینی، دکتر حامد نصیری، سید علی متقی نژاد، محمد مهدی شقایقی، رضا احمدی، مهدی حق وردی طاقانکی، صابر سبحانی، مرتضی جمشیدی، دکتر یبشیری هاتف، مهسام یزایی نژاد، دکتر فرزانه شریفی، سعیده حجتی، مریم قاسمی، نازنین نوری، یاسمن رومینا، ماه منیرداستان پور

صاحب امتیاز: مرکز بازی و پویانمایی سازمان فضای مجازی سراج

مدیر مسئول: حسین سلطانی

سر دبیر: مرتضی جمشیدی

مشاور هنری: سید رحیم هاشمی

مدیر هنری و صفحه آرا: کمال ذاکری



۵	کنترل والدینی ۷ و ۸ : بلوغ زودرس پسران ، مراقبت از لطافت دختران
۱۱	زنانگی در بازی های دیجیتال
۱۲	بازی و اسباب بازی ، دخترانه یا پسرانه ؟
۱۴	تفاوت مغز زن و مرد در انتخاب بازی کامپیوتری
۱۶	نگاه کلیشه ای به بازی ها، آری یا نه ؟
۱۷	یادداشتی بر مجموعه سینمایی تامب رایدر
۲۰	مشخصات بازی های دخترپسند
۲۸	ژانرهای مورد استقبال دختران گیمر
۳۲	بازینگاشت بازیکنان زن در ایران ۹۶
۳۴	بازنمایی کاراکترهای زن در بازی های ایرانی
۳۸	بازی های ویدیویی و مسئولیت اجتماعی
۴۰	بازی های آرایشی ساده و دختران آرایشگر ماهر
۴۲	بازی های دخترانه ، فرصت یا تهدید !؟
۴۴	مشارکت دختران در عرصه بازی سازی
۴۶	چادو یا تفنگ ، کدام زنانه تر است ؟
۴۸	سرمایه را بالا می گیریم و بازی می سازیم (مباحثه تخصصی با ۴ نفر از بازی سازان خانم)
۶۴	نقد بازی (۲) : شخصیت های دنیای بازی های دیجیتال
۷۱	هفت شخصیت برتر زن در بازی های خارجی
۷۵	نگاهی به نظرات زنان فعال در صنعت بازی های ویدیویی
۸۰	آزادی یواشکی گیمرهای حرفه ای زن دنیا
۸۵	به روز باحال



**در صورت تمایل به نویسندگی در بازی بان
با ما تماس بگیرید**

 @bazibaan

bazibaan@gmail.com



تلاشی در مسیر اعتلای شخصیت بازی‌های دخترانه

در شماره جدید بازی بان به سراغ یکی از چالش برانگیزترین مسائل حوزه گیم به نام "زنان و بازی‌های ویدیویی" رفته‌ایم. پرونده‌ای که به دلیل گستردگی دایره مفاهیم و همینطور ارائه یکپارچه و یک جای محتوا به صورت دو شماره نامه خدمتتان تقدیم می‌گردد. شاید به جرأت بتوان گفت که تاکنون به روی این موضوع، به این اندازه که به صورت جامع در این شماره مطلب ارائه گردیده، کار نشده است. حقیقتاً در ابتدای راه و پس از مطالعات آغازین، ترسیم نقشه ذهنی سردبیر برای درست قرار گرفتن در محور این مطلب کمی برایم دشوار بود. از سویی توجه التذاذی به مسائل جنسی در گیم و طراحی کاراکترهای زن و از سویی دیگر مواجهه فمینیستی برخی از غربی‌ها با این ماجرا مرا دچار چنان آشفتگی ذهنی کرد که تنها راه آن را مطالعه و تحقیق بیشتر از یک سو و رضایت دادن به گستره کمتری از مطالب از سویی دیگر یافتیم. در مسیر تهیه این مجلد از بازی بان، از تمامی نویسندگان و مترجمان محترم تشکر می‌کنم که با تحقیق و تمرکز روی این موضوع به گسترده تر شدن موضوعات کاربردی در این مساله کاربردی یاری نمودند. همچنین از مرکز پژوهش دایرک که انتشار گزارش اختصاصی بازیکنان زن در ایران سال ۱۳۹۶ را به بازی بان سپردند صمیمانه قدردانی می‌نمایم. همچنین از بازی سازان و گیمرهای خانم که به غیر از برگزاری جلسات، در مصاحبه‌های اختصاصی نیز ما را یاری رساندند سپاسگزارم. در نهایت به جسارت مرکز بازی و پویانمایی سراج به خاطر ورود جدی و ایجابی به این مساله تبریک می‌گوییم. امیدوارم بازی بان شماره ۷ و ۸ برای شما مخاطبان گرامی مفید واقع شود، به لطف الهی.

سردبیر



کنترل‌های والدینی (۷ و ۸)

زنان در بازی‌های دیجیتال و توجیهات والدینی

بلوغ زودرس پسران، مراقبت از لطافت دختران



مرتضی جمشیدی

پسرانه و شبیه کردن بیش از حد خود به پسران (و یا بالعکس) پرسیده می‌شد در آن صورت باید می‌گفتیم که بله این مسأله تأمل برانگیز و نیازمند به مراجعه به روانشناس و مشاور است. اما در بازی کردن و به اصطلاح گیمینگ مسأله کمی متفاوت است!

پیش از هر چیز باید بگوییم که بازی‌های خشن با خونریزی و ترس و خشونت بالا برای عموم رده‌های سنی پایین مناسب نیست و در این زمینه خیلی نباید جنسیتی نگاه کرد و باید هر دو جنسیت دختر و پسر از این بازی‌ها به دور باشند. اما برخی بازی‌های به اصطلاح تفنگی مانند کانتر استرایک (CS) یا مورتال کمبت مورد استقبال دختران هم هستند. خوب این دست بازی‌ها دارای خشونتی به نسبت بیشتر هستند. پس در گام اول پیشنهاد می‌کنیم دختران و پسران با سنین پایین به سراغ این بازی‌ها نروند.

اما در مورد بازی کردن دختران جوان با این دست بازی‌ها یا بازی‌هایی نظیر فورتنایت یا پایجی، در این موارد چه می‌توان گفت؟ در این خصوص هم باید گفت که واقعا تنوع بازی‌های ویدیویی به حدی است که نمی‌توان برای همه بازی‌ها یک نسخه پیچید. مثلا هر دو بازی کانتر و فورتنایت اکشن و تیراندازی هستند. اما نحوه بازنمایی در کاراکترها و گیم پلی و رنگ آمیزی در دو بازی کاملا متفاوت است. شاید بتوان گفت از باب خشونت واقعی کانتر به مراتب جلوتر از فورتنایت است و به لحاظ آیت‌های جنبی مانند بدن نمایی زنان و رقص و ... فورتنایت!

خب شاید کمی از شنیدن اسامی این بازی‌ها گیج شده باشید. برای همین، مطلب را از یک سوی دیگر ادامه می‌دهیم. بازنمایی زنان در

وقتی صحبت از بازی‌های دخترانه و یا بررسی حضور دختران و زنان در بازی‌های دیجیتال می‌آید چند گزاره در ذهن افراد شکل می‌گیرد:

□ بازی دخترانه؟ اصلا مگر دخترها هم گیم بازی می‌کنند؟
□ اووووه منظورش همون سکس و عریانی در بازی هاست؟
□ دخترها باید گیم‌های آشپزی بازی کنند و گیم‌های اول شخص و اکشن تیراندازی برای پسرهاست! تازه اگر دختری هم از این بازی‌ها کنه، نوب و بی تجربه حساب میشه.

□ آخ جون بچه‌های دختر اومد تو بازی! (در گیم آنلاین)

□ بازی‌سازهای خانم؟ مگه داریم؟ مگه میشه؟
شاید بهتر باشد اول با این مسأله شروع کنیم؛ که بازی دخترانه و پسرانه هر چند کمی کلیشه‌ای است اما به هر حال برخی بازی‌ها بیشتر مطلوب پسران است و برخی دیگر نیز بیشتر مطلوب دختران. البته بعضی بازی‌ها هم هستند که هر دو جنس با انجام آن‌ها سرگرم می‌شوند. به عقیده برخی بهتر است کودکان دختر و پسر را در انتخاب بازی‌شان آزاد بگذاریم همانطور که بهتر است رنگ بندی کلیشه‌ای آبی و صورتی را برای آن‌ها کنار بگذاریم. اما در مورد گیم‌های دخترانه و پسرانه چطور؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد که عموم دختران از بازی‌هایی در سبک سه‌تایی را می‌پسندند. همچنین بازی‌های مزرعه‌داری و مدیریت رستوران و این تپ بازی‌ها که فضایی آرام و به دور از استرس و با رنگ‌هایی شاد دارند مورد استقبال دختران و زنان قرار می‌گیرند.

حالا اگر یک دختری به سراغ بازی اکشن اول شخص رفت باید ترسید؟ اگر این سوال در مورد یک کودک دختر در استفاده زیاد از بازی‌های

بازی های ویدیویی و موبایلی چگونه است؟

در مبحث مطالعات بازی این مسأله را از سه بعد زیر در نظر می گیریم:

■ کاراکترهای زن (مونث) در بازی های دیجیتال

■ گیمهای دختر و زن

■ بازی سازان خانم

پیش از بررسی هر چیزی باید بگویم که تاریخچه بازی های الکترونیکی (رایان های، ویدیویی، دیجیتالی، موبایلی یا هر چیزی که شما با آن راحت هستید!) در دست پسران بوده است. تاریخچه ای که هم مردان سهم بیشتری در ساختن گیم ها داشته اند و هم به لحاظ کمی گیمهای مرد بیشتر بوده اند. البته باید گفت که زنان نیز در این تاریخچه حضور داشته اند ولی نه با کمیت و کیفیت حضور آقایان! به غیر از خانمهایی مانند کارول شاو، اولین بازی ساز زنی که آتاری استخدام کرد (همان طراح و برنامه نویس بازی هواپیمای معروف آتاری)، حضور بیشتر خانمها بیشتر به عنوان یک وسیله تبلیغاتی آتاری و گیم های ویدیویی بوده است، همان استفاده ابزاری از زن!

کاراکترهای زن در بازی های دیجیتال

شاید به این مسأله بیشتر به صورت یک مسأله سلبی نگاه شده باشد. راستش را اگر بخواهید هم همینطور است. چرا که به غیر از چند مورد کاراکتر زن در بازی ها که انصافاً به معنای یک

به روایت زندگی آن ها پرداخته شده است، باقی زنان در بازی های دیجیتال نقش های دیگری داشته اند!! نوع نگاه به زن در بازی های

ویدیویی عموماً مردانه و برآمده از

مسأله جنسی و سکس

است. از اینرو در

برخی بازی های

دیجیتال (یا

شاید بیشتر

با ز ی ها)

بازنمایی زن به صورت هوس

انگیز و اغواگرانه و مورد ظلم

صورت گرفته است.

پرداختن بیش از حد

به طراحی اندام زیبای

زنانه باعث می شود قوه

فکری و بصری گیمربیش

از توجه به ابعاد شخصیتی

کاراکتر درون بازی، به ظاهر او جذب

شود. در حالیکه می توان یک

کاراکتر پیچیده با لایه های پنهان

شخصیتی و بدون تمرکز روی اندام

جنسی طراحی کرد. البته طراحی

کاراکتری که بدون جاذبه جنسی اش

جذاب باشد، سخت تر است و

کار بیشتری می برد. پس از نگاه یک سازنده بازی که الویت اصلی اش درآمدزایی از هر طریقی است، بهترین است که با صرف انرژی کمتر مخاطبان بیشتری پیدا کند! و اینگونه است که زنده باد طراحی کاراکترهای سکسی!! می شود شعار یک عده در صنعت بازی و ماحصل بازی هایشان امروز در بازارهای دیجیتال و واقعی یافت می شود.

با کنکاشی در کاراکترهای بازی های ویدیویی می توان گفت که کاراکترهای مرد در بازی های ویدیویی، کاراکتر اصلی، مهاجم، با نقش هایی متنوع، خشن، قوی، دارای سلاح های زیاد و بهره بردار از زنان (به عنوان پاداش یا عامل انگیزشی) هستند. در حالیکه کاراکترهای زن در بازی های ویدیویی؛ نیمه عریان، تا حدودی خشن، دارای جاذبه جنسی، همراه با طراحی اغراق آمیز در بزرگنمایی اندام ها به منظور جذابیت بصری جنسی، دارای نقش های کم رنگ، مکمل و حاشیه ای می باشند.

حتی قهرمان پردازی در کاراکترهای زنان هم در بیشتر اوقات همراه با بهره گیری از لباس ها و اوت فیت های نیمه عریان است. لباس زرهی که فقط قرار است برخی از نقاط بدن قهرمان زن را بپوشاند که آن هم با سلیقه طراح و آرتیست بازی برای کنجکاوی و برانگیختن همان میل زیبایی شناسی جنسی گیم (عموماً گیمهای مرد) است. در حالیکه قهرمان مرد بازی با لباس و زرهی بسیار پوشیده تر وارد میدان مبارزه می شود. البته در مورد لباس کاراکترهای زن و مرد در بازی ها و تفاوت فاحش در طراحی لباس و اندام کاراکترهای بازی حرف برای گفتن زیاد است و شاید این چند خط بیان شده نظر غالب گیمهای زن و مرد از بازنمایی گرافیکی زنان در بازی ها باشد.

گیمهای دختر و زن

اینکه گیمهای

ویدیویی

یک سرگرمی صرفاً پسرانه

است یک مسأله فراگیر جهانی

است! چرا که هنوز هم

از لحاظ فرهنگی بازی

کردن دختران مسئله جا

افتاده ای نیست. این

مسأله فقط مربوط به

ایران نبوده و در همه جای

دنیا نیز مطرح است. باور این

که «دخترها بازی نمی کنند» در میان

کودکان امروزی، هیچ ارتباطی به

اعداد و ارقام واقعی موجود ندارد و

صرفاً تحت تاثیر تبلیغات تلویزیونی

و مجلات دهه ۹۰ به وجود آمده است.

در هر صورت، طبیعی است که کودکان

دهه ۹۰ اطلاع چندانی درباره



است. از بازی گاد آف وار تا متال گیر یا هیلو و ... اینکه گیمر دختر سعی در همذات پنداری با کاراکتر قهرمان در بازی‌هایی دارد که خصوصیات مردان قهرمان را روایت می‌کند بسی جای تأمل است. این مسأله به مراتب برای کودکان و نوجوانان دختر می‌تواند آسیب‌زا باشد.

اما در مورد دختران جوان و زنان میانسال چطور؟

در خصوص برخی جامعه‌های بازیکنان که دارای خرده‌فرهنگ‌های خاص خود می‌باشند بعضی حرف‌ها و ارزش‌های خاص مطرح است. خانم‌های گیمر باید اثبات کنند که به اندازه آقایان و حتی در مواردی بیشتر از آنان اطلاعات دارند تا بتوانند مورد قبول واقع شوند. مثلاً پاسخ به سوال‌هایی در مورد شخصیت‌های بازی‌ها و یا رد کردن فلان مرحله از بازی به بهمان شیوه! البته که به نظر شما به عنوان یک مخاطب بیرونی، این‌ها سوالات بی‌ضرری هستند ولی دختران گیمر برای اثبات خود در جامعه بازیکنان به دنبال پاسخ‌های عملی می‌گردند و خب این گشت و گذارها هم به دلیل همان مبنای پسرانه بازی‌ها گشت و گذاری مردانه خواهد بود. اینجاست که دوباره این سوال پیش می‌آید که لطافت جنسیت دخترانه و زنانه در این بین چه می‌شود؟

مسأله بعدی این است که اگر بازی را به عنوان یک ابزار ارتباطی که قابلیت تأثیرگذاری پیام روی مخاطب و آموزش او را دارد در نظر بگیریم، در این صورت در مورد نقش اجتماعی زنان در بازی‌های دیجیتال چه می‌توانیم بگوییم؟ کاراکترهای زن در بازی‌ها عموماً همسر هستند یا مادر یا فرزند؟ دوست هستند یا خواهر؟ و نحوه تعامل گیمر با هر کدام چگونه است؟

البته باید گفت در برخی بازی‌های ویدیویی که مثال‌های اندکی برای آن‌ها یافت می‌شود می‌توان بازنمایی مناسبی از کاراکتر دید. روایت‌های خوبی از قهرمان‌های زن و زنان قهرمان که باعث می‌شود دختران احساس اعتماد به نفس بیشتری داشته باشند. اما متأسفانه تعداد این دست بازی‌ها اندک است.

و در نهایت حضور زنان و دختران گیمر در بازی‌های آنلاین و اذیت و آزارهای اینترنتی، مسخره نمودن آن‌ها و ... که باعث می‌شود آن‌ها

پیشینه صنعت بازی ندارند و اولین خاطرات آن‌ها تبلیغاتی سیاه و سفید را شامل می‌شود که در آن‌ها، پسرها به عنوان جامعه هدف نشان داده شده‌اند. با این حال، این ذهنیت در حال فروپاشی است. بررسی آمار بازیکنان بازی‌های دیجیتال نشان می‌دهد که در دنیا نسبت گیمرهای زن و مرد تقریباً در حال برابری است که البته این واقعیت مرهون بازی‌های موبایلی می‌باشد، چرا که استقبال زنان و دختران از ژانرهایی که بیشتر در بازی‌های موبایلی یافت می‌شود باعث شده است تا طراحان بازی هم برای کسب درآمد از این بازار جدید به این سمت هجوم بیاورند. بررسی مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) نشان می‌دهد تعداد بازیکنان زن در ایران در سال ۱۳۹۶ قریب به ده میلیون بازیکن (از میان ۲۸ میلیون بازیکن) است که بیش از ۹۰ درصد خانم‌های بازیکن به روی دستگاه موبایلی بازی می‌کنند.

همان‌طور که گفتیم، دنیای گیمرها دنیایی مردانه بوده است. طبیعتاً در یک دنیای مردانه آنچه برای سرگرمی مردان لازم است، مهیا می‌شود. بنابراین در بیشتر بازی‌ها، گیمرها با دنیایی در تعامل هستند که کاراکترهای مرد بازی از سایر زنان در دنیای بازی بهره‌مند هستند یا به هر نوعی بر آن‌ها پیشی دارند. اینجاست که نحوه تعامل گیمرهای دختر و زن مسأله‌ای قابل توجه محسوب می‌گردد.

به عنوان نمونه فرض کنید یک دختر در بازی جی تی ای که کاراکترهای اصلی آن مرد هستند در حال تعامل با این دنیای سرگرمی مردانه است. (پوسترهای بازی حس مردانه بودن بازی را خیلی راحت‌تر بازگو می‌کند). خب از جمله ماموریت‌های گیمر در بازی به غیر از توانایی حمله به افراد شهر (اعم از زن و مرد) که به نوعی جزء گیمر پلی محسوب می‌شود، جایجا کردن مواد و دزدی و انجام عمل جنسی با زنان فاحشه است. فارغ از نامناسب بودن بُعد تربیتی این بازی برای عموم بازیکنان، احساس یک دختر گیمر به این وضعیت، یعنی اینکه خود او دارد به دست خودش یک همجنس‌ش را در معرض تهاجم جنسی قرار می‌دهد چه خواهد بود؟

البته صحنه‌های اینچینی در گیمرهای ویدیویی که مبنای فرهنگی آن ایجاد یک دنیای سرگرمی مجازی برای مردهاست به وفور قابل مشاهده

**SEVERELY
FLAWED STUDY'S
"GAMES CAUSE SEXISM"
RESULTS ALSO
SEVERELY
FLAWED**



گفت که ای کاش تیم‌های مردانه برای محتوای مورد پسند دخترها ایده‌های آزادانه و انسانی در سر داشته باشند! برنادرومرو، (همسر جان رومرو) یکی از سازندگان بازی Wolf 3D و Doom که کار خود را اوایل دهه هشتاد با بازی‌هایی چون Jagged Alliance و Dungeons and Dragons: Heroes آغاز کرد می‌گوید: "همیشه می‌دانستم که برخی سبک‌ها مردها را بیشتر مجذوب خود می‌کند، برای مثال سبک شوتر. با در نظر گرفتن محبوبیت بالای سبک شوتر، شاید بشود گفت که خب، مردها شوتر بازی می‌کنند، شوتر پرفردارترین سبک است، پس با همین منطق می‌شود گفت که دنیای ویدیوگیم توسط مردها تسخیر شده."

با مرور مختصری بر مفاهیم سه گانه ذکر شده در بالا باید خاطر نشان کرد که کلیشه‌بندی جنسیتی در تمام چیزها خوب نیست. هرچند برخی مسائل دخترانه و پسرانه است ولی بالاخره دختران هم نیاز به قهرمان دارند. بله قهرمانی از جنس زن! نباید گفت قهرمان دختران باید مانند قهرمان پسران از جنس انسانی قوی یا دارای آمادگی جسمی فوق‌العاده‌ای باشد

(هر چند اگر هم در توانمندی‌های جسمی، دختری به قهرمانی رسید نه تنها عیبی نیست بلکه خُسن هم هست). بهتر است اینگونه به این مسأله نگاه کنیم که قهرمانی دختران از جنس قهرمانی در استعدادهایی است که خدا به جنس زن داده است. در تاریخ دینی ما قهرمان زن کم نیست. نحوه زندگی و شهادت حضرت زهرا (سلام... علیها) او را به یک قهرمان زن در دفاع از دین تبدیل نمود. نحوه حضور حضرت زینب کبری (سلام... علیها) در واقعه کربلا و نقش آفرینی او بعد از آن او

ترجیحاً یا با آواتارهای مردانه خود را در بازی معرفی کنند و یا اینکه قید این دست بازی‌ها را بزنند و یا اینکه صرفاً با افراد و هم‌تیمی‌های مطمئن خود بازی کنند. به هر حال این نوعی هراس و عدم آزادی اجتماعی است که در تمام دنیا شاهد آن هستیم.

به تعبیر برخی گیم یعنی سکس، خشونت و هیجان! متأسفانه این فضای مردانه و پسرانه تا زمانی که تغییر نکند وضع به همین منوال خواهد بود. استنفانی هاروی که گیم‌ری حرفه‌ای است، در مصاحبه‌ای با بی بی سی گفته که "جامعه بازی هنوز هم جامعه‌ای مردانه است." به عبارتی در خصوص گیم‌های دختر و زن بزرگسال باید گفت تا زمانی که آن‌ها به این باور نرسند که اولاً یک هویت مستقل از پسران دارند و می‌توانند آزادانه به سراغ گیمینگ به روش‌های دخترانه بروند و ثانیاً بازی‌های دخترانه، بازی‌های درجه دومی نیستند و گیم‌های دخترانه هم حائز اهمیت و قابل احترام و چه بسا برای پسران هم قابل تجربه هستند، خیلی نمی‌توان چشم‌امیدی داشت که این توازن جمعیتی در تعداد گیم‌ها منجر به تغییر در ساخت بازی‌های ویدیوئی نیز بشود.

بازی‌سازان خانم

همانطور که گفتیم نسبت جمعیتی گیم‌ها در دنیا در حال رسیدن به توازن است و انگاره اینکه گیم یک سرگرمی پسرانه است در حال فروپاشی می‌باشد! اما اینکه گیم‌های دختر به سمت کدام بازی‌ها جذب می‌شوند سوال مهمی است. آیا در نظر گرفتن دختران به عنوان مخاطبان اصلی و نه دست دوم بازی‌های دیجیتال باعث می‌شود که برای آن‌ها هم بازی‌هایی از جنس خودشان ساخته و پرداخته شود و یا اینکه باز هم با استفاده از هنرهای تبلیغاتی قرار است دختران جذب بازی‌های به اصطلاح پسرانه شوند. البته قصد ندارم که خیلی دیوار حائلی بین بازی‌های دخترانه و پسرانه بکشم اما به هر حال نمی‌توان منکر ذائقه متفاوت دختران از پسران شد، لاقلاً آمار ژانرهای متفاوت گیم‌های موبایلی دختر که این مطلب را هویدا می‌کند. بنابراین باید از جامعه بازی‌سازان بپرسیم که چقدر برای این قشر، بازی متناسب با علائق‌شان ساخته شده است؟ و اصلاً آیا بازی‌سازی گیم‌های ویدیوئی و موبایلی که آن هم به روایت آمار بیشتر مردانه است مجالی برای عرض اندام آزادانه زنان گذاشته است؟

حضور بازی‌سازان خانم در شرکت‌های بازی‌سازی اصلاً در مقایسه با مردان میزان قابل توجهی نیست که شاید به عواملی چون همان فرهنگ مردانه گیم‌ها، یا علاقه نداشتن و تحصیل نکردن خانم‌ها در

حوزه‌های رایانه و IT و این دست مسائل مربوط شود. اما به هر حال زنان در صنعت بازی نه تعداد زیادی دارند و نه مسئولیت‌های مهمی در تعیین محتوا و شکل‌دهی به هسته اصلی بازی را در اختیار دارند. با این حساب باید

را به عنوان یک قهرمان معرفی کرد که به اذعان همه نبود زنی کبری مساوی بود با نبود کربلا در تاریخ! آیا این حضورها همراه با شمشیر و جنگاوری بوده است؟! البته درد تاریخ جهان و همچنین تاریخ ملی ما زنان نقش آفرین کم نبوده اند.

در حقیقت باید گفت که نقش آفرینی زنان از جنس نقش آفرینی و قهرمانی سوپرمن نیست که بعد بیاییم برایش یک کاراکتر و اندروومنی هم درست کنیم تا زنان هم قهرمان داشته باشند. یعنی ملاک ارزش گذاری روی قهرمانی زن همان ملاک مردانه باشد و فقط اندام مردانه تبدیل به اندام ظریف و زیبا و ورزیده زنانه شده است! درست مثل بازی و فیلم مهاجم مقبره لارا کرفت. مسئله این است که باید اسطوره سازی زنان مبتنی بر قهرمانی کردن های واقعی آن ها در طول تاریخ بشریت صورت پذیرد، وگرنه این نوع قهرمان سازی و دادن عروسک و اندروومن به دختر بچه ها، ظلمی دیگر است به زنان درست مانند ظلم

اول که باری سازی زنان بود!

البته زنی که آمادگی بدنی دارد و برای این کار

زحمت هم کشیده است محترم بوده و

قوی بودن زن مشکلی ندارد. کیمیا

علیزاده یک نمونه خوب برای

این ماجراست. بحث بر سر

این است که قهرمانی

زن در بازی ها فقط با

قدرت بدنی و آمادگی

جسمانی او قرار است

صورت گیرد؟ یا از

آن طرف با استفاده

از نیروی جادو

و سحر؟؟ یا نه

ملاک های انسان

مدارانه دیگری

باید در نظر گرفته

شود؟

حال به دنیای

بازی های

دیجیتال

برگردیم. گیم

یک سرگرمی است. از این بُعد همه می توانند آن را تجربه کنند و فاقد از دنیای واقعی از آن لذت برند. ولی وقتی بحث بر سر گیم هایی می آید که زمان زیادی به خود اختصاص می دهند و جدی جدی کاراکتر و داستان زیبایی دارند و گویی وارد زندگی بازیکنانشان می شوند، مسئله آموزش و یادگیری مفاهیم از بازی ها پیش می آید. آن وقت است که باید دقیق شد که کودک و نوجوان ما چه بازی می کند؟

تومیه هایی برای والدین

■ همانطور که گفتیم در جامعه ما به موضوع زنان در بازی های دیجیتال بیشتر به عنوان یک مسأله سلبی نگریسته شده است و با توجه به حساسیت های فرهنگی و اجتماعی روی این موضوع به نکات ظریف آن پرداخته نشده است.

■ با توجه به رده بندی های سنی بازی های دیجیتال در تمام دنیا مسأله برهنگی، سکس، الفاظ نامناسب جنسی و این دست مسائل ممنوع بوده و لاقبل در ابتدای بازی هشدارهایی برای آگاهی دادن به مخاطب داده می شود. مسأله ای که والدین ما به راحتی از کنار آن عبور می کنند. پس مراقب باشید آموزه های جنسی برخی بازی ها برای کودکان و نوجوانان مناسب نیستند.

■ شما به عنوان پدر و مادر دائماً در زمان بازی کردن فرزندتان کنار او نیستید (بگذریم از صفحه نمایش بازی های موبایلی که بیشتر شخصی هستند) تا بدانید در بازی چه اتفاقی می افتد. پس لاقبل در مورد کاراکترهای اصلی و مکمل بازی، رده بندی سنی بازی، ویژگی های پوششی و شخصیتی کاراکتر بازی بیشتر تحقیق کنید.

■ همانطور که گفته شد برخی از بازی سازان برای کسب بازار و درآمد بیشتر از کاراکترهای زن با لباس های کوتاه و شهوت انگیز و همچنین برهنگی زنان در بازی ها استفاده می کنند؛ حتی بازی هایی که به ظاهر در ژانر رانندگی و موتورسواری هستند! پس در خصوص کودکان و نوجوانان پسر مراقب باشید که امکان بلوغ زودرس آن ها در تعامل با این بازی ها وجود دارد.

■ در برخی بازی های دیجیتالی نقش آفرینی زنان از جنس ابزار تبلیغات، وسیله هوسرانی مردان و یا نقش های مکمل برای پیشبرد داستان و اینگونه مفاهیم دست چندی است. پس مراقب کودکان و نوجوانان دخترتان که با این بازی ها مشغول هستند باشید تا در فرایند اجتماعی شدن و همچنین اعتماد به نفس شخصی و اجتماعی دچار اختلال نگردند.

■ عموم بازی های

دخترانه کودکان

و نوجوانان به

بازی های آشپزی،

مزرعه داری،

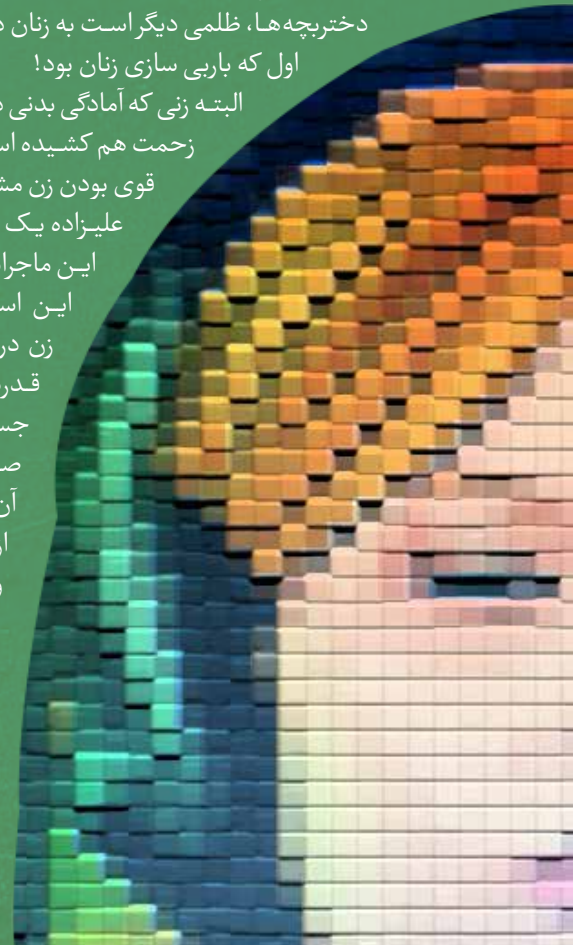
مدیریت رستوران

و آرایشی (لباس،

صورت و موها،

ناخن، تاتو بدن

و ...) تقسیم



می‌شوند. می‌توان گفت بازی‌هایی در سبک مدیریت مزرعه یا رستوران یا آشپزخانه، بازی‌های مَج تری (مانند بازی کندی کرش) بازی‌های کم‌خطرتری هستند البته به شرط رعایت رژیم مناسب مصرف! اما در خصوص بازی‌های آرایشی نمی‌توان به قطعیت این اظهار نظر را کرد. فارغ از اینکه کودک و نوجوان زودتر از موعد جوانی با برخی از ابزار آرایشی و نحوه استفاده آن‌ها در سنین پیش از بلوغ آشنا می‌شود باید گفت هدف از آرایش در داستان برخی بازی‌ها به نحوی است که باید دختر آرایش شده در بازی رفتن به مهمانی یا مراسم رقص یا قرار گذاشتن با یک پسر آماده شود. همچنین در برخی بازی‌هایی که به نوعی بر مبنای کلیک و اشاره، داستان بازی پیش می‌رود و به اصطلاح اپیزودهای تعاملی هستند، درگیر شدن بازیکن در یک داستان تعاملی است که در برخی از آن‌ها هسته محوری داستان یک زن یا دختر است که در معرکه عاشقی با یک یا دو مرد قرار می‌گیرد و ...

همانطور که گفته شد بازی‌های دخترانه بازی‌های قابل احترامی هستند چون باید دختران گیم‌رها به عنوان انسان‌هایی که آزادانه قدرت انتخاب سرگرمی خود را دارند شناخت. البته به دلیل فرهنگ شناختی نامناسب در جامعه گیم‌رها و بازی‌سازان شاهد تعداد زیادی از بازی‌هایی هستیم که زن را به عنوان چیز دیگری غیر از یک انسان از جنس دست اول تعریف نموده‌اند. بنابراین شما باید به عنوان یک والد به انتخاب‌ها و نیازهای کودک و نوجوان خود برای بازی کردن یک بازی متناسب با روحیات و احترام بگذارید و شرایط انتخاب خوب را برایش فراهم کنید.

اگر در خانه شما یک یا چند فرزند دختر و پسر گیم‌ر وجود دارد و خواهر و برادر با هم از سرگرمی بازی دیجیتال لذت می‌برند، پس باید کمی بیشتر حواستان را جمع کنید. عموماً پسرها در انتخاب و بازی کردن برخی بازی‌ها بیشتر کنجکاو هستند، مخصوصاً وقتی از سایر همسن و سال‌های خود در خصوص برخی از کات‌سین‌ها یا شخصیت‌های بازی صحبت به میان می‌آید. (مراقب دیدن برخی صحنه‌های نامناسب در بازی‌ها مخصوصاً زمانی که خواهر و برادر با رده سنی کودک و نوجوان مشغول بازی کردن هستند باشید). در ابتدایی‌ترین راه برای کنترل والدینی آن‌ها، بهتر است بازی‌هایی که آن‌ها انجام می‌دهند را بررسی کنید و همین‌طور مراقب باشید پسران درگیر جدل‌های موجود در جَوّ گیم‌رها به خواهرش بی‌احترامی نکند (عموماً گیم‌های خانم را نوب و بی‌تجربه حساب می‌کنند، چرا که پسران گیم‌ر خود را حرفه‌ای‌تر از دخترهای گیم‌ر می‌دانند!). از سویی دیگر قرار نیست پسر شما فقط انتخاب کننده بازی باشد (پسرها عموماً از بازی‌های اکشن تیراندازی، مبارزه‌ای و یا فوتبال لذت می‌برند)، چرا که در اینصورت دخترتان به بازی کردن با بازی‌هایی می‌رود که همان طبع کلیشه‌ای پسرانه را دارند و به نوعی تغییر ذائقه در او بوجود می‌آید.

به دخترتان حس اعتماد به نفس بدهید. برای او بازی‌هایی که مناسب روحیه‌اش است تهیه کنید. البته نه اینکه صرفاً بازی آشپزی و یا این تیب بازی‌های کلیشه‌ای را برای او تهیه و یا دانلود کنید. حتی اگر او علاقه به بازی اکشن هم دارد با او صحبت کنید و با احتیاط و آگاهی در این مسیر قدم بردارید. برخی از بازی‌های اکشن و تیراندازی میزان خشونت کمتری دارند و به نوعی از آیتیم‌های فان و شوخی و طنز بهره برده‌اند. فقط رده‌سنی مناسب و اعتیاد پیدا نکردن او به بازی را در نظر داشته باشید. همچنین حواستان باشد دختر برای اثبات خودش در خانواده و یا به برادرش و یا حتی به جامعه گیم‌رها و دیگر دوستان، به بهانه حرفه‌ای شدن در بازی، معتاد گیم بازی کردن نشود. (البته این مطلب برای پسران هم صادق است)

به تیم موبایل، انگشتر و دستبند، تاتو، اکشن فیگور و مجسمه‌های شخصیت‌های بازی، پوسترو تم صفحه نمایش رایانه، کتاب و رمان، فیلم و انیمیشن‌های دخترتان دقت کنید. علاقه گیم‌رها به یک بازی یا شخصیت موجود در بازی‌ها در این تیب وسایل به برجسته‌تر هستند. البته به این مطلب صرفاً به عنوان یک ابزار ساختی برای آگاهی از روحیات فرزندان اشاره شد و مسلماً هرگونه برخورد قهری در این زمینه پیشنهاد نمی‌گردد. (بهتر است پیشگیری را در این مسائل رعایت کنید و اگر لازم به برخورد قهری با فرزند کودک و نوجوان تان است، به صورت حساب شده و با هماهنگی هر دو شما به عنوان پدر و مادر انجام شود)

همانطور که مطرح شد یکی از آسیب‌های حضور گیم‌های زن در بازی‌های آنلاین، اذیت و آزارهای دیگر بازیکنان است. چالش‌هایی مانند ویس چت و بازی کردن آنلاین دختران در فضای بازی‌های آنلاین نظیر WOW، LOL، پابجی، فورتنایت و ... هم باید در نظر گرفته شود. همچنین موارد زیادی مبنی بر صحبت کردن زنان در ویس چت برخی بازی‌ها شنیده می‌شود که تا صدای یک زن به گوش می‌رسد، صفحه چت به خاطر حضور او منفجر می‌شود! خانم‌ها اغلب مورد آزار و اذیت و مزاحمت قرار می‌گیرند و تهدید می‌شوند. احتمالاً فرزند دختر شما تاکنون موارد زیادی با شخصیت و آواتار مردانه وارد بازی‌های آنلاین شده تا از اذیت‌ها و ناآرامی‌های اینترنتی سایر گیم‌رها در امان باشد. البته شاید هم گیم‌های دختر با کاراکتر زن (جنسیت حقیقی خودشان) حضور پیدا کنند ولی در تالارهای گفتگو کمتر آفتابی شوند تا فقط از بازی کردن لذت ببرند نه اینکه از آن‌ها لذت برده شود!

در پایان دوباره تکرار می‌کنیم که گیم یک سرگرمی است. شاید این طور به نظر آید که دختر شما از بازی کردن با تبلت و موبایل بیشتر لذت برد و پسران هم درگیر بازی‌های رایانه‌ای و کنسولی شود، شاید هم هر دو از بازی کردن با بازی‌های کنسولی و رایانه‌ای لذت ببرند. مهم این است که موارد بالا را در نظر بگیرید و منصفانه و مسئولانه مراقب هر دوی آن‌ها باشید. مراقب بلوغ زودرس پسران و لطافت دخترانه دختران!

زنانگی در بازی‌های دیجیتال

بازی‌های صورتی و مطالعات بازی در حوزه زنان



دکتر فرزانه شریفی

به عنوان هسته مرکزی کار خود در نظر می‌گیرد. وی صنعت بازی را در این کشور، صنعتی مردانه تلقی می‌کند و آن را عامل اصلی عدم پیشرفت نسبت به کشور ژاپن می‌داند و معتقد است اگر صنعت این کشور تمایل به حفظ توازن میان مردانگی و زنانگی در اشتغال جایگاه کاری داشت، شاید بعد از دهه ۱۹۸۰ همچنان آمریکا صنعت برتر دنیا در بازی‌های دیجیتال شناخته می‌شد و ژاپن گوی سبقت را نمی‌ربود. این همان جایی است که مک دیویت آن را عامل عدم برتری آمریکا و تنزل به رتبه دوم این کشور از لحاظ موقعیت در بازار بین‌المللی می‌داند.

بازیکنان زن از دیگر نقش‌های قابل تأمل در مطالعات جنسیت در این صنعت هستند. تحقیقات نشان داده است که زنان جوان و میانسال، بازی رافضایی برای روابط اجتماعی و خانوادگی، ایجاد ارتباطات جدید و آشنایی با محیط‌های مجذب‌کننده تلقی می‌کنند. اما آنچه مسلم است مسأله سرگرمی در بازی برای این گروه از بازیکنان همواره جز اولین ترجیحات بوده است. با این حال از لحاظ توانمندی‌های جنسیتی، دسترسی و انجام بازی، بایستی مردان را جنسیت غالب در بهره‌مندی از این رسانه دانست. در یک دسته بندی نسبتاً جدید، بازی‌های دخترانه، «بازی‌های صورتی» تلقی می‌شود و علت نامگذاری آن ایجاد ذائقه رنگ صورتی از سوی تولیدکنندگان برای بازیکنان دختر و بازخورد این ترجیح رنگی از این گروه است. در حقیقت دور باطل تم‌سازی با رنگ صورتی برای بازیکنان مونث در بازی‌های متعلق به آنان، تقریباً همه چیز را در این بازی‌ها صورتی و بنفش تصویرسازی کرده است. بازی‌های دخترانه به طور غالب کدهای جنسیتی مشابهی را در ساختار خود به صورت از پیش طراحی شده دارند که ضمن تمایز آنها از بازی‌های مردانه، موجب همانندی نشانه‌هایی در ذهن زنان و دختران بازیکن می‌شوند. این نشانه‌ها در مواجهه با بازی‌های مشابه از مکانیزم تداعی ذهنی استفاده می‌کنند و مخاطب به دلیل آشنایی قبلی و حس مثبت نسبت به عناصر بصری، گرایش بیشتری به انجام بازی‌های زنانه پیدا می‌کند.

پی‌نوشت:

۱- femininity

۲- masculinity

۳- Karen E. Dill

۴- Kathryn P. Thill

۵- Anne McDivitt

مطالعات حوزه جنسیت غالباً تحت عنوان مطالعات فمینیستی منتشر شده است. قطعاً بازی‌های دیجیتال یکی از مهمترین رسانه‌های باز نمودکننده مفهوم جنسیت در عرصه مطالعات رسانه‌ها هستند. تقسیم جنسیتی، تفاوت‌های جنسیتی، مشاغل زنانه، ترجیحات جنسیتی و زنانگی از جمله مفاهیمی است که در تحقیقات مطالعات جنسیت در صنعت بازی انعکاس یافته است. مفهوم جنسیت بدون در نظرگیری ویژگی‌های بیولوژیکی، منطبق با ویژگی‌های جنسیتی تعریف می‌شود و زنانگی و مردانگی را باید حاصل تفاوت‌های جنسیتی بر اساس این ویژگی‌ها دانست. بر اساس تعریف آدری (۱۹۹۴) این ویژگی‌ها معطوف به پذیرش نقش‌های جنسیتی در زنان و مردان است که با توجه به تفاوت‌های فرهنگی، از مکانی به مکان دیگر متفاوت هستند. در حقیقت جنسیت مفهومی فرهنگی و دارای ریشه‌های تاریخی در جغرافیای فرهنگ و تعیین‌کننده اصول زنانگی^۱ و مردانگی^۲ است.

سه نقش جنسیتی در صنعت بازی: کاراکتر، بازیکن و بازی‌ساز

سه جایگاه اصلی برای مطالعات زنان در صنعت بازی قابل تحلیل است. کاراکترها در این دسته بندی، یک جنسیت مجازی و دارای ماهیت غیرواقعی اما گاه برگرفته از واقعیت در نظر گرفته می‌شوند. مطالعات قبلی نشان داده‌اند که تعداد کاراکترهای زنانه در مقایسه با موارد مردانه در بازی‌های دیجیتال همواره بسیار کمتر است و کاراکترهای زنانه فعلی در بازی‌ها به طور غالب ویژگی‌های جنسی و کلیشه‌ای از زنان را به تصویر می‌کشند (برایس و راتر، ۲۰۰۲). کاراکترهای کلیشه‌ای زنانه در بازی‌ها اغلب در قالب پرنسس‌های افسانه‌ای و زنان پیر بامزه هستند که معمولاً نقش‌های آسیب‌پذیر و حاشیه‌ای در بازی دارند.

دیل^۳ و تیل^۴ (۲۰۰۷) با انجام مطالعات طولی نشان داده‌اند که بازنمایی تبعیض‌آمیز نقش‌های مردانه و زنانه در بازی‌های دیجیتال امری ثابت و تکرارپذیر در صنعت بازی دنیا است و در این بازنمایی، مردان غالباً در نقش کاراکترهای خشن و مهاجم به تصویر کشیده می‌شوند در حالیکه کاراکترهای زنانه معمولاً نیمه‌عریان و تا حدی خشن نشان داده شده‌اند (دیل و تیل، ۲۰۰۷).

اما نقش زنان بازی‌ساز به عنوان یکی از جایگاه‌های قابل مطالعه جنسیتی در صنعت بازی، از چشم محققان غافل نمانده است و اتفاقاً تبدیل به یکی از موضوعات چالش‌برانگیز در صنعت بازی همه کشورها شده است. مک دیویت^۵ (۲۰۱۳) در تحلیل دو دهه صنعت بازی در آمریکا، عامل اشتغال را



بادبادک بازی، دوچرخه سواری، تپله بازی، کشتی، مشت زنی، فوتبال، دوچرخه سواری، ماشین بازی، اسباب بازی های رزمی مثل تفگ، شمشیر، تانک و... از بازی هایی است که معمولاً پسرها به آنها رغبت نشان می دهند.

۳. بازی های فراجنسی یا خنثی که انواع مختلفی دارد که عبارتند از:

(الف) بازی های دسته جمعی مانند الک دولک، اتل متل توتوله، یک قل دو قل، هفت سنگ، لی لی و تپله بازی کودکان را اجتماعی و سازگار با آدم ها و محیط پیرامون خود بار می آورد.
 (ب) بازی های ورزشی مانند شنا، دو، اسب سواری و تیراندازی، که علاوه بر افزایش قدرت جسمی کودک برای تربیت شجاعانه کودکان مفید است.
 (پ) بازی های علمی و فکری، مانند بازی با اشکال و اعداد و انواع سازه ها که دقت و تمرکز کودک را فعال می کند و قدرت تخیل و تجسم فضایی او را افزایش می دهد.
 (ب) بازی های ایدئولوژیک مانند نماز خواندن و وضو گرفتن. که در عالم کودکی باید کودکان را تشویق به انجام آن کرد؛ به عنوان مثال باید در جواب سلام کودکان، با گرمی و محبت عکس العمل نشان داد، در روزه گرفتن کودکان را باید تشویق کرد.
 (ت) بازی های مدیریتی مانند بازی در رابطه با انواع شغل ها، می تواند حس مسئولیت پذیری و کنجکاوی کودک را افزایش دهد.
 (ث) بازی های تاکتیکی و تکنیکی مانند قایم باشک بازی و گرگم به هوا که کودک در آن

کودکان آینده سازان کشورند. ملتی در آینده پیروز و سعادتمند خواهد بود که به نیازهای جسمی و روانی کودکان خود توجه بیشتری داشته باشد. امروزه روان شناسان معتقدند که برای رسیدن به مراحل بالاتر رشد باید پایه های اولیه رشد را جدی گرفت چرا که استحکام پایه های اولیه رشد بستگی به بازی و اسباب بازی در کودکی دارد. بازی برای کودک همانند آب است برای ماهی است. بازی و اسباب بازی ها باید متناسب با ویژگی های سنی، رشد جسمی و روانی کودک باشد تا اثرات مفید و سازنده ای داشته باشد و گرنه کودک را دچار شکست های متعدد و در نهایت، دچار احساس حقارت می کند.
 بازی نوعی رفتار است و می تواند بیانی از درخواست درونی کودک باشد. با مشاهده بازی کودکان، می توان ساخت شخصیتی آنها را محک زد و نسبت به چگونگی رفتار عاطفی آنها (مهر، علاقه، خشم، کینه و...) قضاوت کرد.
 جویدیت ای، اوون بلیک مور ورنه ای سنترز، اسباب بازی ها را از نظر خصوصیات بازی به سه دسته تقسیم کرده است: دخترانه، پسرانه، فراجنسی یا خنثی.

۱. بازی های دخترانه: بازی های دخترانه مطابق با ذات و فطرت دخترها ساخته شده است تا حس دخترانگی و بعدها حس همسری و مادری در آنها حفظ و تقویت کند. باید گفت که دخترها بازی های ساکن را ترجیح می دهند و دوست دارند کم تحرک و آرام باشند. از جمله بازی های مورد علاقه دخترها: عروسک بازی، طناب بازی، معلم بازی، خاله بازی، معمابازی و... است.

۲. بازی های پسرانه: بازی های پسرانه نیز باید بر اساس ذات و فطرت مردانه آنها ساخته شود تا در آینده حس پدری و مسئولیت پذیری در آنها تقویت شود. پسرها دوست دارند در جریان بازی، انرژی بدنی شان را تخلیه کنند و سراغ بازی های پرتحرک یا قدرتی می روند. استفاده از ابزارها، تیراندازی،

بازی و اسباب بازی دخترانه یا پسرانه؟



● مریم قاسمی



بازی کند ولی با عروسک‌هایش هم بازی می‌کند، نباید نگران شد. مشکل جایی است که این رفتارها افراطی باشد. یعنی اگر پسر بچه، دخترانه حرف بزند، رفتارهای دخترانه داشته باشد، بخواهد لباس دخترانه بپوشد و فقط با دخترها بازی کند و اسباب‌بازی‌های دختران را ترجیح دهد یا اگر دختری بگوید من پسرم و فقط با پسرها بازی کند، بزند، هل دهد و رفتارهای خشن نشان دهد و حتی جنسیت خود را نپذیرد و تمایلی به بازی با اسباب‌بازی‌های دخترانه نداشته باشد، مشورت پدر و مادر با روان‌پزشک ضروری است چرا که بازی با اسباب‌بازی جنس مخالف به طور افراطی سبب ایجاد شخصیت دوگانه در کودک می‌شود.

بازی سازنده - > ذهن فعال = رشد = تجربه (کشف، پردازش، ابداع) = رضایتمندی = احساس خوشایند.
 بازی مخرب - > ذهن منفعل = فریه = محفوظات (الگو، تکرار، انباشت) = ملال = احساس ناخوشایند.

منابع:

- روانشناسی بازی (سیامک رضامه‌جور)
- بازی و زندگی (فروغ علی شاه‌رودی)
- بازی کودک در اسلام (محمد صادق شجاعی)
- فصلنامه معرفت، شماره ۶۴، محمد رضامطهری
- فرزندان خود را در بازی بهتر بشناسیم (دیدیه کالوت)

تاکتیک‌های مختلفی را تمرین می‌کند و بازی‌های تکنیکی مانند بازی با تیروکمان و ماهی‌گیری و بازی‌هایی که کودک در آن یک کیت الکتریکی را سر هم می‌کند، که این بازی‌ها باعث تقویت هوش و خلاقیت کودک می‌شود. با توجه به تقسیم‌بندی ذکر شده باید به این نکته اشاره داشت که بازی کردن دختر بچه‌ها با اسباب‌بازی‌های پسرانه و بازی کردن پسرها با اسباب‌بازی دخترانه ممکن است والدین را نگران کند که نکنند بچه‌شان مشکلی دارد. اما والدین باید به این مسئله توجه داشته باشند که در ابتدای کودکی تفاوت زیادی میان بازی‌های دخترها و پسرها مشاهده نمی‌شود و با بالاتر رفتن سن، آغاز دوره دبستان و ورود به اجتماع، مرزبندی‌های میان این دو جنس بیشتر می‌شود و این مرزبندی‌ها در بازی‌ها هم خود را نشان می‌دهند.

نتیجه اینکه هر جنسی، بازی و اسباب‌بازی متناسب با ویژگی‌های روحی و سنی خودش را دارد و یکسری بازی‌ها و اسباب‌بازی‌ها نیز در بین دو جنس مشترک هستند. حال اگر کودکی گاهی تمایل داشته باشد با اسباب‌بازی‌هایی که بیشتر مناسب جنس مخالف به نظر می‌رسد بازی کند، نگران‌کننده نیست. مثلاً اگر پسر بچه‌ای با اسباب‌بازی‌های پسرانه بازی می‌کند و لباس‌های پسرانه می‌پوشد، از عروسکی خوشش بیاید و بخواهد آن را داشته باشد، اصلاً نگران‌کننده نیست. اگر هم دختری گاه دلش بخواهد با ماشین یا تفنگ



تفاوت مغز زن و مرد و تاثیر آن در انتخاب بازی کامپیوتری



● دکتر بهوش هاتف

هرچند که انسان‌ها همه از ساختار مغز مشابه برخوردارند، اما تفاوت‌های اندک در آناتومی و عملکرد مغز باعث اختلاف در رفتار می‌شود. انتخاب‌های انسان نتیجه باورها و ارزش‌های اوست. محل پردازش و شکل‌گیری این باورها و هدف گذاری‌ها در مغز می‌باشد، که خروجی آن بصورت وضعیت ذهنی و مدل‌های رفتاری بروز می‌کند. بنابراین افرادی که از لحاظ توانمندی ذهنی و ارزشی باورها همسطح باشند تفاوت زیادی از لحاظ رفتاری نخواهند داشت و از آن طرف افرادی که دارای عملکردهای متفاوت مغزی هستند تفاوت‌های واضحی در رفتار خواهند داشت. بدن و مغز زن و مرد دارای تفاوت‌های واضح ساختاری و عملکردی است، لذا باعث ایجاد رفتارهای متفاوت در دو جنس شده است. بنابراین در انتخاب بازی‌های کامپیوتری هم این تفاوت جنسیتی می‌تواند تاثیرگذار باشد. از لحاظ آناتومیکی هرچند مغز مردان حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد بزرگتر از مغز زنان است اما اگر درصد وزن مغز به وزن بدن را حساب کنیم تفاوتی بین دو جنس

وجود ندارد. اما مناطقی در مغز که مخصوصا در پردازش هیجانات نقش دارند از جمله آمیگدال و هیپوتالاموس در مردان برگتر از زنان است و در این مناطق غلظت گیرنده‌های هورمون‌های جنسی نیز در مردان بیشتر است. به همین دلیل، در مردان بروز رفتارهای جنسی و پرخاشگرایانه بیشتر است. از طرف دیگر مطالعات علمی نشان داده‌اند بدلیل تفاوت‌های عملکردی و ارتباطی در مغز، مردان در انجام امور محاسباتی و درک فضایی و زنان در انجام امور چند بعدی و درک هیجانی قوی‌تر هستند. از لحاظ تکاملی، مغز زنان بدلیل ارتباطات مغزی پیچیده‌تر و المان‌های شبکه‌ای قوی‌تر، توانمندتر است و همین دلیل زنان از هوش هیجانی بیشتری برخوردارند و نسبت به تغییرات محیط مقاوم‌تر هستند. زنان عموماً حافظه‌های بسیار زنده و قویتری برای وقایع احساسی نسبت به مردان دارند.

محققان با استفاده از تصویربرداری مغزی، فعالیت مغز را در زنان و مردان هنگام مشاهده فیلم‌های هیجانی و فیلم‌هایی که به لحاظ عاطفی خنثی بودند را ثبت نمودند. میزان فعالیت بیشتر آمیگدال در تشکیل حافظه عاطفی در زنان نسبت به مردان قابل پیش‌بینی بود اما با این حال در زنان این فعالیت در آمیگدال چپ و در مردان در آمیگدال راست قابل مشاهده بود. این موضوع در فرایند بازخوانی حافظه عاطفی نیز به اثبات رسیده است. به طور خلاصه، اختلاف مشخصی بین آمیگدال چپ و راست در زنان و مردان وجود دارد و منشأ این اختلاف مربوط به تفاوت در فرایند تکامل مغز و تأثیر هورمون‌های جنسی زنان و مردان در تکامل آمیگدال است. آمیگدال راست ارتباطات قویتری در آقایان با بخش‌های قشر گیج‌گاهی، پیش‌پیشانی و پس‌سری، تالاموس و هیپوتالاموس، محور استرس و استریاتوم، هسته‌های دم‌دار و پوتامن دارد. اما در زنان، آمیگدال چپ ارتباطات قوی‌تری با کورتکس گیج‌گاهی پیش‌پیشانی و پس‌سری و هیپوتالاموس و تالاموس دارد. مطالعات متعددی نشان داده‌اند که مردان به لحاظ روانشناختی و فیزیولوژیکی پاسخ‌های قویتری به تحریکات برانگیزاننده جنسی مخصوصاً بینایی می‌دهند و انگیزه بیشتری را برای دنبال کردن و ارتباط برقرار کردن با چنین تحریکاتی از خود نشان می‌دهند که مربوط به فعالیت آمیگدال میانی است. همچنین در رفتارهای پرخاشگرایانه پسران جوان قسمت میانی آمیگدال که در پاسخ‌های جنسی هم‌کلیدی بود، نقش دارد. آمیگدال میانی سلول‌هایی دارد که حاوی گیرنده‌های آندروژن (هورمون جنسی مردانه) است و حجم آن در نرها ۸۵٪ نسبت به ماده‌ها بزرگتر است. این بخش از مغز حاوی تعداد قابل توجهی از نورون‌هایی است که گیرنده‌های استروژن (هورمون جنسی زنان) و یا آندروژن را تولید می‌کنند. این گیرنده‌ها در سرتاسر آمیگدال میانی یافت می‌شوند در حالی که گیرنده‌های استروژن عمدتاً در قسمت پشتی آمیگدال میانی مشاهده می‌شوند بنابراین، می‌توان اینگونه استنتاج کرد که گیرنده‌های آندروژن موجود

در آمیگدال نقش مهمی را در تعیین تفاوت‌های رفتاری زن و مرد ایفا می‌نمایند. همچنین مطالعات نشان داده است که وجود گیرنده‌های آندروژن و استروژن به طور طبیعی برای تکامل و بروز رفتارهای مردانه ضروری است.

در مقابل نواحی که ارتباطات قویتری را با بخش آمیگدال چپ در زنان نشان می‌دهد قشر کمربندی قدیمی و هیپوتالاموس مرتبط با توجه و کنترل ویژگی‌های محیط قلمرو داخلی است. عملکردهای نورواندوکرینی هیپوتالاموس کاملاً شناخته شده است. قشر کمربندی قدیمی در قشر پیش‌پیشانی در عملکردهای حرکتی احساسی و در حس همدردی و بخشندگی نقش دارد. همچنین ارتباطات فراوانی با آمیگدال، هیپوتالاموس و دیگر ساختارها در سیستم خودمختار مانند ماده خاکستری اطراف قنات مغزی و هسته‌های خودمختار ساقه مغز دارد. تحریک این ناحیه تغییراتی را در میزان ضربان قلب، فشارخون، حرکات گاستریک معده و تنفس ایجاد می‌کند. به طبع آمیگدال میانی هسته‌های میانی پری اپتیک هیپوتالاموس که مسئول فعال کردن محور جنسی و نهایتاً آزاد شدن هورمون‌های جنسی از غدد آن‌ها در اندام تناسلی می‌باشد نیز در مردان بزرگتر و فعال‌تر است.

از این تغییرات ما می‌توانیم نتیجه‌گیری کنیم که طی شرایط استراحت یک اختلاف مشخصی در شبکه‌های عملکردی غالب در مغز و بخصوص آمیگدال و شبکه‌های مرتبط با آن در زنان و مردان وجود دارد که در مردان خروجی این شبکه بیشتر به سمت بروز رفتارهای هیجانی و در زنان بیشتر احساسات درونی است. این تفاوت می‌تواند منشأ اختلاف سلیقه دو جنس در انتخاب بازی باشد. مردان بازی‌هایی را که رفتارهای پرخاشگرایانه و جنسی در آن‌ها مشخص است را می‌پسندند و زنان به دیدن تصاویر و فضاهایی در بازی علاقه نشان می‌دهند که بار عاطفی و همدلی بیشتری داشته باشد و در عین حال چون توانایی انجام همزمان چند کار را دارند از بازی‌های پیچیده لذت می‌برند. چرا که در مغز یک قانون کلی وجود دارد: هر چه فعالیت هیجان مثبت مغز بیشتر باشد دوپامین بیشتری آزاد می‌شود و فرد لذت بیشتری می‌برد. اما این انتخابها ثابت نیستند و آموزش و تکرار تجربیات خاص می‌تواند الگوی‌های طبیعی انتخاب مغز را تحت تأثیر قرار دهد. بعنوان مثال می‌توان گفت دخترانی که میل به بازی‌های خشونت آمیز دارند، احتمالاً به نوعی از عملکرد نرمال جنسیتی خود دور شده‌اند و بدلیل فعالیت بیشتر آندروژنی در مغز و هورمون‌های مردانه بخش میانی آمیگدال آن‌ها فعال‌تر شده است. متأسفانه همچون یک سیکل معیوب انجام بازی‌های خشونت آمیز، دختران را از وضعیت نرمال خود دورتر می‌کنند و بازار تجاری هم برای جذب مشتری بیشتر در زنان که قریب به نیمی از جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند به این اختلال دامن می‌زنند.

نگاه کلیشه‌ای به بازی‌ها؛ آری یا نه؟



یاسمن رومینا

بازی‌های دخترانه... بازی‌های پسرانه...
اسباب بازی پسرانه... اسباب بازی دخترانه...
کارتون دخترانه... کارتون پسرانه...

ما با این بندها، ذهن آزاد و بی‌کلیشه فرزند عزیزمان را از همان خردسالی محصور می‌کنیم.

تا امروز کسی مدعی نشده که در بین بیش از ۷ میلیارد جمعیت کره زمین، دو نفر کاملاً شبیه هم با خلق و خوی و علاقه‌های مثل هم می‌شناسند. انسان‌ها، حتی دوقلوهای همسان نیز، استعدادها، نگرش‌ها و نیازهای متفاوتی دارند و این یکی از معجزه‌های خلقت است.

بازی از نیازهای مهم انسان و یکی از غذاهای روح ماست. سرگرمی، اولین دستاورد هر بازی است؛ همانطور که سیر شدن اولین دستاورد هر غذایی است. اما آیا هر غذایی مفید و تأمین‌کننده نیازهای بدن است؟ همانطور که خوراکی‌ها، خواص و ارزش غذایی متفاوتی دارند، در خصوص بازی نیز همینطور است. یک بازی خوب، بجز پرکردن وقت بازیکن؛ لذت بخش است، هیجان دارد، یادگیری دارد، مهارت‌هایی را در بازیکن تقویت می‌کند و البته فواید مختلف دیگری نیز می‌تواند داشته باشد.

امروزه روانشناسان به والدین توصیه می‌کنند، برای اینکه فرزندان‌شان را به بهترین نحو پرورش دهند، آنها را در معرض «تنوع» قرار دهند. محیط‌های متنوع، ابزار متنوع، سرگرمی‌های متنوع و... در رویارویی با «تنوع» است که کودک کم‌کم استعدادها و علائق خود را می‌شناسد و مسیر رشدش را پیدا می‌کند. کلیشه‌ها، تنوع را کم می‌کنند و «دخترانه‌ها» را از سبد تجربه پسران و «پسرانه‌ها» را از سبد تجربه دختران برمی‌دارد. در نگاه کلیشه‌ای نباید دختری ماشینی بازی یا بازی اکشن انجام دهد و پسری نیز نباید بازی درست کردن کیک و آشپزی را انتخاب کند. در صورتی که ما قهرمانان دختر در ورزش‌های رزمی داریم و تعداد زیادی از بهترین‌ترین آشپزها و طراحان لباس مرد هستند.

بنابراین بهتر است بازی بر حسب نیاز، شرایط رشدی و علائق بازیکن انتخاب شود. در خصوص کودکان و نوجوانان که در سن تعلیم و تربیت هستند، همراهی والدین ضروری است. این جمله اغراق آمیز نیست که: «والدین بیش از هر متخصص و روانشناسی، نیازها و خصوصیات فرزند خود را می‌شناسند و می‌توانند بهترین راه‌های پرورش و شکوفایی فرزندشان را انتخاب کنند.» زیرا بیشترین زمان را با فرزندشان می‌گذرانند و از همه جوانب و جزئیات زندگی او کاملاً آگاهند. در اصل پرونده کاملی از فرزند خود دارند که در هیچ اتاق مشاوره و مطبعی نمی‌تواند تهیه شود. به این موارد شهود و درک مادری و شهود و درک پدری را نیز اضافه کنید. البته که این مسئله، اهمیت مراجعه به مشاور را کم‌رنگ نمی‌کند و یک مشاور خوب و متخصص می‌تواند گستره فکری والدین را توسعه دهد.

حتی رده‌بندی سنی نیز مطلق نیست؛ کارشناسان و متخصصان در سطح کلان، ناچار هستند قواعدی کلی در نظر بگیرند. در اصل در این قواعد کلی، چون بررسی همه مخاطبان غیر ممکن است، وجه اشتراک نسبی جامعه مخاطب در نظر گرفته می‌شود. اما در جامعه کوچک خانواده، پدر و مادر می‌توانند وجه تمایز و تفاوت‌های فردی را هم در نظر بگیرند. شاید شما هم در اطراف خود تفاوت‌های زیاد بچه‌های همسال را دیده باشید. پسران ۱۲ ساله یک کلاس درس را در نظر بگیرید، آن‌ها حتی از نظر ظاهری هم با یکدیگر تفاوت‌های بارز دارند. بعضی هنوز ظاهر کودکانه دارند و بعضی به بلوغ رسیده‌اند و سبیل‌هایشان درآمده است. وقتی تا این حد تفاوت در رشد ظاهری وجود دارد، آیا می‌توان گفت رشد فکری و میزان ادراک اعضای این گروه همسال، وضعیت یکسانی دارد؟

لطفاً حصار کلیشه‌ها را بشکنید. بازی در هر سنی خوب و لازم است، با اعضای خانواده، گستره متنوع بازی‌ها را تجربه کنید و لذت ببرید.



لارای ۲۰۱۷، بدون جذابیت جنسی چشمگیر آیا این همان نسخه فمینیستی ایده آل لارا کرافت است؟!

یادداشتی بر مجموعه سینمایی **توم ریدر**



احسان حجتی ●

پیش، فکر شده است و گاهی این تکامل‌ها ناخواسته و از سر هم گامی با زمان هستند. به همین دلیل است که نویسنده‌ها با شخصیت‌های داستان‌های خود، در دنیای آنها سیر می‌کنند. شخصیت و کاراکتر شما وقتی به تکامل برسد، شما ناچارید یا آن را رشد سنی بدهید یا آنکه پیچیده‌اش کنید. معمولاً خالقان اثر از رشد سنی شخصیت‌ها پرهیز می‌کنند، چرا که دنیای روایت، دنیای تخیل است و وقتی تخیل

فرقی نمی‌کند بازی باشد یا فیلم، رمان باشد یا قصه کامیک. در هر حال وقتی کاراکتر یا شخصیتی خلق می‌شود، از قاعده خلق مخلوقات خارج نیست و آن تکامل است. تکامل چیزی نیست که یک شبه اتفاق بیافتد. حتی خداوند متعال نیز برای خلق انسان، موجودات و حیات‌های دیگری را آفرید تا آنکه نوبت و امکان خلق انسان فراهم آید. شخصیت‌ها پس از خلق دچار تکامل می‌شوند. گاهی این تکامل از

جذاب است که ورای واقعیت زندگی عمل کند . پس معمولاً ما شاهد این هستیم که کاراکترها ، از لحاظ بعد

درونی شان ، با پیچیدگی همراه می‌شوند .

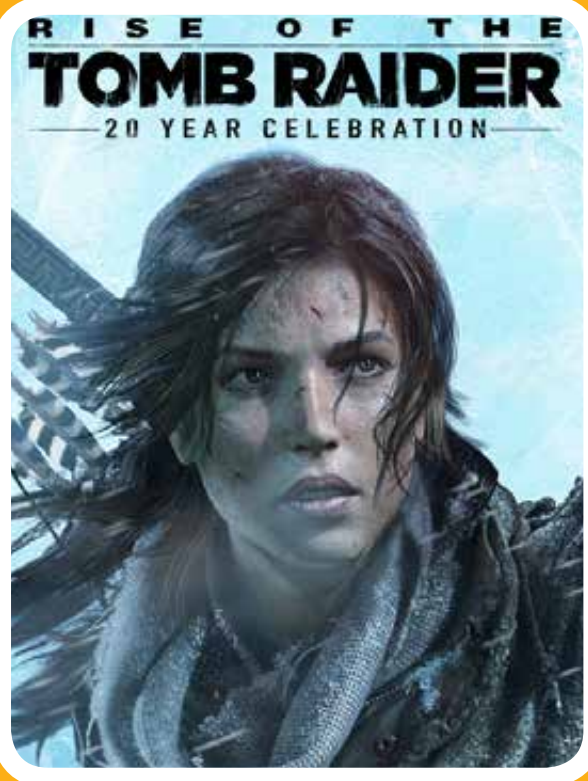
بازی‌های سریالی بسیاری تا به حال عرضه شدند که برخی با اقبال شدید مواجه شد . بازی‌هایی که گاه خود بازی معروف بود و گاهی شخصیت آن . سال ۱۹۹۶ اولین بازی از مجموعه توم ریدر منتشر شد که اقبال خوبی را در پی داشت . شخصیت لارا کرافت که شخصیت محوری این بازی بود ، دختری انگلیسی را روایت می‌کند که علاقه خانوادگی‌اش به اشیاء عتیقه و باستانی ، او را به یک جوینده مقبره‌ها و اماکن باستانی تبدیل کرده است . روایت‌های جذاب در کنار انتخاب کاراکتری با جذابیت‌های بصری باعث شد تا سازندگان آن ، نسخه‌های بعدی را نیز تولید و روانه بازار کنند . همین نسخه ابتدایی آنقدر فراگیر و جذاب بود که منجر به بازسازی همین نسخه و انتشار آن در سال ۲۰۰۷ گردید .

بازی ویدیویی توم ریدر آنقدر تاثیر گذار بود که نسخه‌های بعدی را نیز دنبال خود آورد . اما مساله ما فقط بازی نیست . سینما به عنوان رسانه جذاب و فراگیر که همه را مجذوب می‌کند و مردم می‌توانند رویاهای شان را روی پرده سینما ، تحقق یافته ببینند ، اثر زیادی از مجموعه‌های بازی ، پذیرفته است . فیلم‌هایی همچون بازی و فیلم پرنس آف پرشیا و یا اساسینز کرید ، نمونه‌هایی از تاثیر گیم بر سینما هستند و کاربرانی را که تا دیروز در فضای گیم با کاراکترها مواجه می‌شدند ، این بار بر روی پرده‌های جادویی سینما می‌توانند دنیای رویایی فضای گیم‌شان را تماشا کنند . توم ریدر نیز از این روند بی‌بهره نماند و لارا کرافت نیز جای خود را در سینما باز کرد .

لارا کرافت که دختری با ظاهر جذاب و ارو تیک است ، خیلی زود تبدیل به کاراکتری جذاب شد که همه او را با فرم بدنی اغراق آمیزش در بازی می‌شناختند . سال ۲۰۰۱ وقتی نسخه سینمایی لارا کرافت : مهاجم مقبره منتشر شد ، انتخاب بازیگر به نحوی بود که نزدیک

بازی باشد . نزدیکترین جولی ، بازیگر معروف هم در فیلم لارا کرافت : بازی آنجلینا جولی بودیم شخصیت لارا می‌چرخید می‌کشید که دنباله با گذشت زمان و تکامل سبک مرسوم خارج

به فیزیک کاراکتر لارا در گزینه به فیزیک لارا ، آنجلینا هالیوودیست . دو سال بعد گهواره حیات ، باز هم شاهد داستان این دو فیلم حول و صرفاً ماجراهایی را به تصویر ماجراهای درون بازیست . شخصیت لارا ، بازی‌ها نیز از شدند و از نسخه لارا کرافت



محصول سال ۲۰۱۰ بود هم در اثر شاهد بودیم . فیلم ، متفاوت‌ترین محصول از سری

قبل ، شاهد کنش‌های بیرونی داستان پیش میرفت . اما آغاز گونه‌ای بود که خبر از کشمکش . بازی مرموز و دروگرای آلیسیا

و نگهبان نور که ، تغییر رویکرد بصری را توم ریدر محصول ۲۰۱۷ آثار لارا کرافت را رقم زد . در تمام قسمت‌های لارا بودیم که حول آنها ، فیلم توم ریدر ۲۰۱۷ به های درونی لارا داشت

ویکاندنر باعث شد ، لارا کرافت را برای اولین بار به چشم یک آدم مرموز و در عین حال زیرک و سخت گوش نگاه کرد . با وجود اینکه نیمه دومین فیلم از ماجراجویی‌های لارا کرافت تبعیت کرده است ولی تفاوت نیمه اولیه و شخصیت‌پردازی این لارا کرافت چیزی نبود که از نگاه همه دور بماند . اینجاست که محتوایی فمینیستی اثر بیشتر خود را نشان می‌دهد . فمینیست به عنوان جریان آزادی خواهی زنان و استقلال طلبی آنها از مردان ، تمرکز بر آزادی عقیده و پوشش زنان داشته است . اما به مرور زمان ، این تفکر نهادینه‌تر شده و با ته کشیدن جغرافیای محدودیت‌های رفتاری و ظاهری ، پا به جغرافیای درونی زنان گذاشته است . لارا کرافت در این نسخه بیش از هر چیز یک دختر جنگجو خستگی ناپذیر است . در اینجا خبر از جاذبه‌های ارو تیک نیست و لارا هم از تکنیک‌ها و ابزارهای خاص بهره مند نیست . حتی در روایت نیمه دوم داستان و مواجهه با اماکن مرموز باستانی نیز



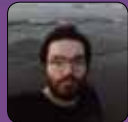
، داستان به گونه‌ای متفاوت و منطقی‌تر پیش می‌رود . خبری از نیروهای اهریمنی و ماورایی نیست . به جای آن ، باورپذیرتر و واقعی‌تر شدن رقابت‌ها باعث شد برخی منتقدان اثر را تمجید کنند ولی برخی که همچنان پایبند به اصول توم ریدر بودند ، از این تغییرات چندان راضی نباشند .

به نظر می‌رسد ، لارا کرافت برای اینکه بتواند نماد و الگوی زنان و دختران طرفدار فمینیست شود ، باید سالها منتظر می‌ماند تا این روند تکامل شخصیتی بتواند از یک دختر ، پسر پسند به یک الگو تبدیل شود . جریان فمینیست همچنان به یک الگو و اسوه نیازمند بوده و همواره سعی می‌شده ، از زنان تاثیرگذار و مهم استفاده کند . اما این لارا کرافت تازه ، با در هم تنیدن مفاهیم ارزشی و عاطفی خانواده و در عین حال استقلال طلبی فردی که در فیلم زیاد به چشم می‌خورد ، می‌تواند الگویی برای دختران باشد که حتی پسرها را به خود جذب کند .

آنچه در این یادداشت سعی شد به آن اشاره شود ، نیازسنجی رسانه‌ای برای مخاطب است که در طی سال‌ها از یک موضوع به تکامل می‌رسد و دیگر نمی‌توان با همان روش قبلی با مخاطب سخن گفت . باید همراه با مخاطب ، رشد کرد . این رشد هم در ظاهر باید دیده شود و هم در باطن . شاید حلقه مفقوده مخاطب‌شناسی در ایران ، همین میل به تکامل در آثار رسانه مخصوصا سینما و گیم باشد . سینما و گیمی که امروز بیشترین تاثیر را روی هم می‌گذارند و در برخی مواقع کاملا ترکیبی عمل می‌کنند .



بازی‌های دختر پسند



- علی علیمرادی
- روح اله مولت

۱. دلایل زیبایی شناختی

۲. چالش و رقابت

برای چه بازی می‌کنیم؟

۴. تعاملات اجتماعی

۳. فانتزی و فرار از موقعیت

۱. طراحی و بازاریابی پسرانه بازی‌ها

۲. نگرش‌های فرهنگی و سنتی محدودکننده

شکاف جنسیتی از سنین نوجوانی

ردلایل احتمالی که برای بروز این شکاف جنسیتی عنوان کرده‌اند:

۳. اعتماد به نفس و مهارت پایین تر دختران در استفاده از فناوری و کامپیوتر

شخصیت‌های زن در دنیای بازی‌ها

- ۱. قهرمان مکمل
- ۲. شریک عشقی
- ۳. پاداش یا قربانی
- ۴. شخصیت‌های منفی اهریمنی
مثل عفریته و ...
- ۵. الگوواره قهرمان مؤنث
مردگونه

یک بازی "دخترپسند" چه المان‌هایی دارد؟

- ۱. علاقه شدید به
خط داستانی
- ۲. بی‌زاری از خشونت
- ۳. پرهیز از نمایش
المان‌های جنسی
- ۴. ترجیح فضاهای واقعی
به فضاهای فانتزی
- ۵. علاقه به تعامل و دوری
از رقابت سنگین
- ۶. طراحی آواتار و شخصی‌سازی
- ۷. نبرد خیر و شر و نگاه
سیاه و سفید
- ۸. بازی‌های آموزشی
- ۹. نمایش دقیق روابط انسانی
- ۱۰. زیبایی بصری
- ۱۱. قهرمان مؤنث
- ۱۲. سادگی و مهارت متوسط
- ۱۳. پلتفرم‌های دم‌دستی
- ۱۴. بازی‌های شبیه‌سازی زندگی

توضیحات تکمیلی در خصوص بازی های دخترپسند

ذاتی هر نوع بازی و نه فقط یک بازی ویدئویی به حساب می آید. البته چالش می تواند شکل رقابتی نداشته باشد. در یک بازی تک نفره گیمر به تنهایی در ماجراجویی های بازی به چالش کشیده می شود و توان او در راه رسیدن به اهداف بازی محک می خورد؛ اما در رقابت گیمر با بازیکنان دیگری که در محیط بازی شکل رقیب او را دارند به مقابله و رقابت می پردازد. بازی ای که از هرگونه چالش و رقابتی خالی باشد به سختی می تواند مخاطب خود را سر ذوق بیاورد و پای بازی نگه دارد. پس چالش و رقابت بُعد هیجانی بازی را تشکیل می دهند که از ذات بازی جدانشدنی است.

مقایسه پسرها و دخترها: پسرها در مقایسه با دخترها عاشق چالش های سخت و نفس گیر هستند. دخترها بیشتر از مراحل ساده و پاداش های فوری استقبال می کنند. البته اعتماد به نفس پایین تر دخترها در استفاده از کامپیوتر و وسایل بازی به طور کلی نیز در این مهم نقش دارند؛ بنابراین دخترها دوست ندارند در یک رقابت کامپیوتری سخت شکست بخورند و مأیوس شوند. پسرها هم چنین خیلی بیشتر از دخترها به دنبال رقابت و برد و باخت هستند و انگیزه پیروزی و اعمال قدرت در آن ها به شدت وجود دارد؛ اما این موضوع بدین معنی نیست که دخترها از رقابت اصلاً خوششان نمی آید. دخترها نیز رقابت را دوست دارند. مخصوصاً اگر بجای فضای آنلاین در یک فضای عینی در کنار دوستانشان رقم بخورد و باعث تمایل اجتماعی بشود؛ اما در مقایسه با پسرها خیلی به دنبال برد و باخت نیستند و بیشتر از همکاری و در کنار هم بودن لذت می برند.

۳. فانتزی و فرار از موقعیت:

علت سوم رفتن به سمت فرم های هنری مثل فیلم، کارتون، موسیقی و مهم تر از همه بازی های ویدئویی استفاده از محیط های فانتزی و تخیلی برای غرق شدن در آن ها و فرار از زندگی واقعی و مشکلات و استرس های روزمره است. همه ما در زندگی رویاروی موقعیت هایی قرار می گیریم که تمایلی به تجربه آن ها نداریم. موقعیت هایی مثل شکست در درس، کار و روابط عاطفی، بی حوصلگی و افسردگی ناشی از نداشتن اهداف جذاب و نبود فعالیت های لذت بخشی که با آن ها وقت خود را پر کنیم. در چنین موقعیت هایی است که بازی های ویدئویی به دلیل ذات تعاملی و شبیه سازی موقعیت های هیجانی مثل جنگ، سفرهای فضایی و ... می توانند کسالت و بی حوصلگی را از تن ما بیرون کنند و باعث شوند دقایقی از محیط واقعی و استرس ها و ملالت های روزمره دور شده و هیجانانگیزی لذت بخش را تجربه کنیم. بدیهی است اعتیاد و وابستگی به هیجان های مجازی همانند اعتیاد های دیگر می تواند زیان بخش و حتی خطرناک باشد؛ اما استفاده بجا از این موقعیت ها، بهزیستی روانی و ذهنی ما را دستخوش تغییرات عمده و مثبتی می گرداند. پالایش و تصفیه روان از احساساتی مانند ترس و میل به پرخاشگری به دیگران نیز به شکل معجزه آسایی با انجام بازی های ترسناک و بعضاً خشن میسر می شود. شاید تعجب کنید اما محیط یک بازی ترسناک باعث می شود ترسی که

موضوع اول: برای چه بازی می کنیم؟

صرف نظر از اینکه انجام بازی های ویدئویی در نهایت تأثیرات بسیار زیاد مثبت و منفی بر شخصیت، ذهن و حالات عاطفی - هیجانی ما دارند، در وهله اول باید جذابیت هایی داشته باشند که ما را وسوسه کنند و به دنیای خود بکشانند؛ اما چرا ما برای گذراندن اوقات فراغتمان به سراغ بازی های ویدئویی می رویم؟ چهار دلیل عمده وجود دارد. در ادامه دلایل مذکور را عنوان می کنیم و عملکرد هر کدام از آنها را را برای دخترها و پسرها به مقایسه می گذاریم.



۲۲

۱. دلایل زیبایی شناختی:

بازی ها جذاب اند. بازی های ویدئویی شاید پیچیده ترین شکل هنر در عصر مدرن باشند. یک بازی ویدئویی پر از تصاویر زیبا با گرافیک و محیط خیره کننده و جذاب است که گاهی به بوم نقاشی ای می ماند که می توان در آن خزید و دنیای آن را از نزدیک لمس کرد. بازی های بزرگ معمولاً موسیقی های خاص خود را دارند که بعضی اوقات آن قدر زیبا هستند که می توان بازی را متوقف کرد و صرفاً به موسیقی آن ها گوش سپرد. آرت ورک [۱] یا هنرهای تصویری در یک بازی نقش مهمی دارند و در قضاوت اولیه ما از جذاب بودن یک بازی حرف اول را می زنند. پس ماجرا خیلی ساده است: چرا به دنبال بازی های ویدئویی می رویم؟ چون زیبا هستند. مقایسه پسرها و دخترها: در درک زیبایی شناختی مخصوصاً زیبایی شناسی تصویری بین پسرها و دخترها تفاوت معناداری وجود ندارد. هر چند برخی از مطالعات تأیید می کنند که زیبایی تصویری برای دخترها به نسبت پسرها اولویت مهم تری در جذابیت یک اثر مولتی مدیا [۲] هستند.

۲. چالش و رقابت:

جدای از ظاهر زیبا که رنگ و لعاب یک بازی است بازی یک روح درونی هم دارد که قطعاً بر محوریت چالش و رقابت استوار است. چیزی که بخش

از موقعیت‌های ترسناک در زندگی واقعی خود دارید در محیطی (بازی ویدئویی) برانگیخته شود که نمی‌تواند باعث هیچ آسیب واقعی برای شما بشود. در واقع بازی‌های ویدئویی یک نوع درمان واکسن‌گونه برای احساسات منفی مثل ترس و خشونت برای ما فراهم می‌کنند.

البته طبیعتاً در پیشنهاد دادن بازی به دختران و پسرانمان باید روحیات و تمایلات مربوط به سن و شخصیت آنها را لحاظ کنیم و صرف مثبت بودن بازیها در فرآیندی مثل تصفیه یا فرار از موقعیت نمی‌تواند برای پیچیدن نسخه کافی باشد. مثلاً دختران نوجوان از المان‌های مربوط به خشونت و ترس شدید خوششان نمی‌آید، پس توصیه‌کردن بازی‌های خشن یا ترسناک برای آنها مناسب نیست. یا مثلاً فرار از موقعیت می‌تواند برای زنان خانه‌دار یا سالمندان یا سایر اقشاری که نیاز به سرگرمی دارند بسیار مثبت باشد اما برای نوجوانی که می‌خواهد از بار مسئولیت‌های خانه و مدرسه بگریزد جنبه منفی داشته باشد.

مقایسه دخترها و پسرها: مطالعات روان‌شناسی نشان داده‌اند که پسرها تجارب در خودماندگی [۳] و خلق فانتزی بالاتری در کودکی دارند؛ که این موضوع شاید باعث شود تصور هیجانانگیز در محیط مجازی تا حدی توسط پسرها قوی‌تر و مؤثرتر باشد. البته در نیاز به فرار از کسالت، افسردگی و بی‌حوصلگی و ضرورت تصفیه از احساساتی مانند ترس و پرخاشگری و پناه بردن به فرم‌های هنری بین دخترها و پسرها تفاوت معناداری وجود ندارد و در مطالعات انجام شده هر دو گروه علت استفاده خود از بازی‌های ویدئویی را مواجهه کمتر با استرس‌ها و مشکلات زندگی و تجربه هیجانانگیز در محیطی امن عنوان کرده‌اند.

۴. تعاملات اجتماعی:

کودکان و نوجوانان عاشق تعاملات اجتماعی با همسالان خود هستند. تعاملاتی که بلاشک مهم‌ترین منبع یادگیری رفتارهای هیجانی-اجتماعی صحیح در بزرگسالی هستند. بازی‌های ویدئویی علاوه بر اینکه بهانه‌ای برای تعامل و معاشرت همسالان به وجود می‌آورند، می‌توانند با روایت‌هایی مبنی بر روابط بین فردی عمیق و استفاده از المان‌های عاطفی غنی، نوجوانان را با خود همراه کرده و در حوزه ناخودآگاه ذهن آن‌ها تأثیرگذار باشند.

مقایسه پسرها و دخترها: هر دو گروه نیاز حیاتی به تعامل اجتماعی با همسالان دارند اما این نیاز در مورد دخترها به شکل جدی‌تری با المان‌های عاطفی گره خورده است. همچنین نیاز به تعامل برای دخترها در اولویت بالاتری به نسبت عنصر چالش و رقابت قرار می‌گیرد.

موضوع دوم: شکاف جنسیتی از سنین نوجوانی

نکته‌ای که به سادگی از مشاهده رفتار بچه‌های خردسال فامیل و آشنا می‌توان به دست آورد این است که دختران کم‌سن‌وسال به شدت به بازی کردن با موبایل و تبلت تمایل دارند. آماری که توسط پژوهش‌کوب، کلی و هارگریوز به دست آمده نشانگر این موضوع است که نرخ بازی کردن کودکان بین هر دو جنسیت یکسان است. بعلاوه تحقیق کارفرد و گروند واتر-اسمیت نشان داده که دخترهای خردسال بیشتر از پسرهای خردسال بازی می‌کنند.

اما نکته مهم این است که از سال‌های پایانی دبستان و شروع نوجوانی یعنی حدود ۱۲-۱۳ سالگی ماجرا تغییر زیادی می‌کند و شکاف جنسیتی مهمی به وجود می‌آید: پسرها با علاقه زیادی به سمت بازی‌های جدی ترسوق پیدا می‌کنند در حالی که دخترها دیگر سراغ بازی نمی‌روند. (گریزو مدینا)



دلایل احتمالی که برای بروز این شکاف جنسیتی عنوان کرده‌اند:

۱. طراحی و بازاریابی پسرانه بازی‌ها

۲. نگرش‌های فرهنگی و سنتی محدودکننده به دختران و بد و بی‌ارزش و حتی ضد ارزش انگاشتن بازی برای دختران در محیط خانواده و مدارس

۳. اعتماد به نفس و مهارت پایین‌تر دختران در استفاده از فناوری و کامپیوتر به طور کلی که بر علاقه و مهارت بازی کردن آن‌ها نیز سایه می‌افکند.

راه‌حل‌های احتمالی:

۱. ورود جدی‌تر و مؤثرتر زنان به صنعت بازی‌سازی به منظور طراحی المان‌های مطابق با تمایلات عمیق دخترانه در سنین مختلف و ساخت بازی‌های دخترپسند (مخصوصاً برای دختران نوجوان) آموزش جدی و برابر مهارت‌های فناوری، کار با کامپیوتر و برنامه‌نویسی در مدارس دخترانه و پسرانه مخصوصاً در مدارس ابتدایی و دوره اول دبیرستان.

۳. برگزاری کارگاه و محافلی برای آشنایی با بازی‌های رایانه‌ای و بازی کردن جمعی در مدارس و آموزشگاه‌های دخترانه

نکته بسیار مهم در این بخش این است که دختران کوچک‌تر از ده سال گرایش زیادی به بازی نشان می‌دهند، چراکه احتمالاً تمایلات دخترانه و پسرانه در سنین پایین تفاوت فاحش ندارد؛ اما بعد از ده سال و با ورود به دوره نوجوانی به دلیل فاصله گرفتن تمایلات دخترانه و پسرانه و طراحی و ساخت پسرانه بازی‌ها (که غالباً با محوریت گیم‌پلی‌های تند و خشن و محیط‌های جنگی ارائه می‌شوند)، دخترها کمتر سراغ بازی خواهند رفت. پس در پیگیری دخترپسند بودن بازی‌ها باید تمرکز ویژه‌ای بر سنین بالاتر از ده-دوازده سال داشته باشیم.

موضوع سوم: شخصیت‌های زن در دنیای بازی‌ها

شخصیت‌های زن در دنیای بازی‌ها همانند دنیای سینمای هالیوود به چند نحو و غالباً به همراه کلیشه‌های جنسیتی و سوءاستفاده‌های ابزاری نمایش داده می‌شوند:

قهرمان مکمل: با وجود مثبت بودن شخصیت، او صرفاً مکمل قهرمان اصلی داستان که یک مرد قدرتمند و جذاب است محسوب می‌شود.

موضوع چهارم: یک بازی دخترپسند چه المان‌هایی دارد؟

۱. علاقه شدید به خط داستانی: دخترها به خط داستانی بهای بسیاری می‌دهند. درحالی‌که احتمال دارد پسر نوجوانی کات‌سین [۹] های بازی محبوبش را رد کند تا هرچه زودتر به شلیک و کشتن دشمن‌ها برسد، دخترها عاشق خط داستانی بازی هستند و با بازی همانند یک فیلم یا کارتون برخورد می‌کنند. پس به آن‌ها بازی‌هایی بدهید که کلی تم داستانی جذاب با کلی کاراکتر دوست‌داشتنی دارند.

۲. بی‌زاری از خشونت: دخترها اصلاً از خشونت خوششان نمی‌آید. اصلاً. غالب مطالعات این موضوع را تأیید کرده‌اند که دخترها بخصوص در سنین نوجوانی از صحنه‌های خشن ترسیم‌شده در بازی‌های ویدئویی بیزار می‌شوند. حتی مطالعه‌ای نشان داد دیدن خشونت‌های سنگین در بازی‌های ویدئویی روی اعتماد به نفس، آرامش ذهنی و تمرکز درسی دختران مدرسه‌ای تأثیر منفی شدیدی دارد. پس اگر حتی خیلی روشنفکر! هستید و به پسران جی‌تی‌ای [۱۰] یا رزیدنت‌اوپیل [۱۱] را توصیه می‌کنید، نگذارید دختر نوجوانتان بازی خیلی خشن یا ترسناک انجام دهد.

۳. پرهیز از نمایش المان‌های جنسی: ترسیم المان‌های جنسی کاراکترهای زن شاید برای دخترها تحریک‌آمیز نباشد اما روی ضمیر ناخودآگاه آن‌ها تأثیر بسیار منفی می‌گذارد و باعث می‌شود آن‌ها خود را به صورت منفعل و با کلیشه‌های جنسی ادراک کنند. البته خود دخترها عاشق درگیر شدن با المان‌های عاطفی در فیلم‌ها و بازی‌ها هستند. پس بهترین کار این است که حد ظریف تفاوت بین المان‌های عاطفی و جنسی را بشناسیم. محرک‌های عاطفی را به آن‌ها بدهیم اما از نبود محرک‌های جنسی در محتوای ارائه‌شده نیز اطمینان حاصل کنیم.



۲. شریک عشقی: کمتر بازی‌ای را می‌توانید پیدا کنید که در آن یکی از قهرمان‌های اصلی بازی زن باشد اما درگیر یک ماجرای عشقی با سایر قهرمانان داستان نباشد. درحالی‌که عکس این موضوع همیشه صادق نیست و قهرمانان مرد زیادی در دنیای بازی‌ها (مخصوصاً بازی‌های جنگی) وجود دارند که درگیری‌های عاشقانه‌شان جایی در روایت داستان ندارد. این موضوع باعث می‌شود در ضمیر ناخوشایند و حتی هشیار مخاطبین این تصویر شکل بگیرد که زنان و دختران همیشه به عنوان شرکای عشقی و عاطفی در متن زندگی حضور دارند و به خودی خود نقش مستقلی در زندگی و ماجراجویی‌های آن ندارند.

۳. پاداش یا قربانی: در بسیاری از بازی‌ها می‌بینیم که در نقطه‌ای از داستان شخصیت زن جذابی (با المان‌های غالباً جنسی) نشان داده می‌شود که نقش پاداش یا قربانی را برای قهرمان مرد ایفا می‌کند. مثلاً در نسخه پی.اس.پی [۴] بازی خدای جنگ [۵] در یکی از مراحل بازی خدایان یونانی به کریتوس قهرمان بازی زنانی را به عنوان پاداش اعمالش هدیه می‌کنند.

۴. شخصیت‌های منفی اهریمنی مثل عفریته و ... آن دسته از شخصیت‌های زنی که المان جذاب جنسی ندارند هم معمولاً شخصیت منفی و حتی شیطانی داستان اعم از عفریته‌ها و ساحره‌ها را نمایش می‌دهند.

۵. الگوواره قهرمان مؤنث مردگونه: حتی در بازی‌هایی که در جهت سنت شکنی و نمایش مثبت زنان شخصیت زن را به عنوان قهرمان انتخاب کرده‌اند، مثل توم ریدر [۶] یا آنچرتد: میراث گمشده [۷] شاهد قهرمان‌هایی هستیم که به شدت قوی و مردانه هستند. با بدن‌هایی باریک و توانا که تقریباً هر عمل فیزیکی‌ای که از قهرمان مرد سر می‌زند را از او نیز می‌بینیم.

پس بازی‌ها هیچ‌گاه (به جز چند مورد استثنا مثل چیزی که از ادیث فینچ باقی می‌ماند [۸]) نتوانسته‌اند قهرمان مؤنثی را مطابق با جهان واقعی زنان و دختران و تمایلات و روحیات حقیقی آن‌ها خلق کنند بلکه یا آن‌ها را به عنوان تماشاگر و مکمل نشان داده‌اند یا در بهترین حالت مردی را در کالبد یک زن به تصویر کشیده‌اند.

راه حل: ساخت بازی‌هایی که کاملاً الهام‌گرفته از تخیل و تمایلات دختران نوجوان باشد. برای رسیدن به این منظور شاید مطالعه رمان‌ها، شعرها و دیدن فیلم‌های مشابهی که توسط دختران و زنان جوان خلق شده و سعی در استفاده از المان‌های روانی آن‌ها در ساخت سناریوی یک بازی مسیر پژوهشی مناسبی باشد. استفاده از روان‌شناسی زنان که یکی از شاخه‌های مهم روان‌شناسی روز است و به تمایلات و گرایش‌های عمیق زنان آن‌هم بدون تمرکز بی‌دلیل بر تفاوت‌ها یا شباهت‌هایشان با جنس مرد می‌پردازد نیز در فهم تمایلات گیرم‌های زن نقش عمده‌ای خواهد داشت..



۴. ترجیح فضاهای واقعی به فضاهای فانتزی: برخلاف چیزی که شاید در وهله اول به نظر بیاید دخترها فضاهای واقعی را به فضاهای کاملاً تخیلی و فانتزی ترجیح می‌دهند. مثلاً فضاهای آشنای شهری که در آن زندگی می‌کنند یا طبیعتی که مشابهش را دیده‌اند نسبت به فضاهای کاملاً ساختگی بازی‌های فانتزی برای آن‌ها جذابیت بصری بیشتری دارد. مثلاً بازی دنیای وارکرافت [۱۲] در دنیایی کاملاً نو اتفاق می‌افتد که در آن انواع و اقسام موجودات به تقابل با یکدیگر می‌پردازند. دنیای وارکرافت غوطه‌ور در المان‌های فانتزی است و اساساً دنیایی موازی با دنیای واقعی را روایت می‌کند. تاریکی، گنگی و استفاده از عناصر وحشت‌زا در فضای این بازی آنرا به یک بازی پسرانه مبدل ساخته است. استفاده بیش از حد از هیولاها و عناصر غیرانسانی باعث شده این بازی بنحوی از درام انسانی تهی باشد

و کمتر مورد توجه دخترها قرار بگیرد. در مقابل وارکرافت بازی هایی چون کلش آف کلنز [۱۳] یا حتی فرقه حشاشین [۱۴] مخاطبین زیادی بین دخترها دارند چراکه جنگ ها و درگیری های انسانی را در محیطی شبه واقعی با انواع و اقسام درام ها و تعلیق های انسانی در فضایی آشنا با دنیای واقعی به تصویر می کشند. کلش آف کلنز یک بازی استراتژی و فرقه اساسین یک بازی اکشن با تم تاریخی است که در محیط شهرهای واقعی تمدن های قدیمی رخ می دهد.

۵. علاقه به تعامل و دوری از رقابت سنگین: دخترها عاشق تعامل هستند. پس بازی چند نفره و آنلاین می تواند به شدت جذاب باشد؛ اما هم زمان با علاقه به تعامل، از رقابت های جدی و سنگین نیز خیلی خوششان نمی آید. کلش آف کلنز در این مورد هم در جذب مخاطب دختر موفق بوده است. چراکه به نسبت بازی های استراتژیک حرفه ای کنسول ها و کامپیوترهای شخصی دارای گیم پلی ساده و طراحی مراحل نه چندان پیچیده است و مخاطب تفننی را مایوس نمی کند.

۶. طراحی آواتار و شخصی سازی: دخترها همچنین به طراحی آواتار [۱۵] و شخصی سازی کاراکتر توسط خودشان در بازی علاقه ویژه ای دارند. المانی که غالباً در ابتدای بازی ها دیده می شود و شاید حوصله بیشتر پسر بچه ها را سرببرد.

۷. نبرد خیر و شر و نگاه سیاه و سفید: دخترها عاشق نبرد خیر و شر و مقابله خوبی ها (در قالب کاراکتر مثبت) و بدی ها (در قالب کاراکتر منفی) هستند. بازی های تحسین شده متال گیر سالید [۱۶] یا بازی های دیوید کیچ [۱۷] بازی ساز مشهور فرانسوی مثل فانهایت [۱۸] و ماورا [۱۹] هیچ گاه در جذب کردن مخاطبین دختر موفق نبوده اند. چراکه شخصیت هایی بسیار پیچیده و خاکستری دارند. روال سنتی نزاع بین خوبی و بدی در خط روایت این بازی ها معنا ندارد. قهرمان بازی می تواند هم زمان منفی ترین شخصیت بازی نیز باشد و نقاط ضعف بسیار شدیدی داشته باشد. بازی های خاکستری که بازگوکننده مسائل روان شناختی پیچیده بشر هستند

معمولاً مخاطب پسر دارند. اما بازی هایی مثل سایه غولها [۲۰] که قهرمان انسانی جذاب و مثبتی دارند که به شکل سنتی مقابل نیروهای پلید و شر جهان قرار می گیرد و تا سرحد مرگ با آنها می جنگد مخاطب دختر بسیار زیادی دارند.

۸. بازی های آموزشی: آموزشی بودن بازی ها نیز از تفاوت های بین دختر و

پسراست. در حالی که شاید بیشتر پسر ها نسبت به یاد گرفتن چیزی در محیط بازی گارد داشته باشند و به محض اطلاع از هدف آموزشی یک بازی آن را پس بزنند اما دخترها از بازی های آموزشی ریاضی و هوش استقبال می کنند. ۹. نمایش دقیق روابط انسانی: دخترها عاشق جزئیات روابط پرمهر انسانی هستند. چه بهتر که بازی دخترپسند ما سرسری از روابط نگذرد و پراز دیالوگ های واقعی و پرمغز باشد. مخصوصاً داستان هایی که در آن ها جمعی از دوستان دخترتیا پسر هم سن و هم دل به جنگ شرور یا نیروهای منفی می روند و در این راه فداکاری ها و درام های داستانی زیادی را رقم می زنند که این فداکاری ها و درام های داستانی برای دخترها به شدت تهییج کننده است. آن دسته از بازی های مایوس کننده جدید ایرانی که متاسفانه به شکل خیلی سطحی روابط بین قهرمان ها را توصیف می کنند و اساساً از روایت درام خالی هستند نمی توانند در جذب مخاطب، مخصوصاً گروه دختران نوجوان گیم موفق باشند.

۱۰. زیبایی بصری: عناصر گرافیکی و مولتی مدیا شاید برای پسر ها در درجه اولویت دوم (بعد از گیم پلی) باشد اما برای دخترها همه چیز است! پس بازی دخترپسند باید از لحاظ بصری بسیار جذاب باشد. البته گرافیک فنی برای گیم های پسر همیشه در اولویت بوده و هست. اما نگاه دخترها و پسر ها به مساله گرافیک و زیبایی بصری متفاوت است. پسر ها بیشتر دید فنی دارند و نسخه جدید بازی کال آف دیوتی [۲۱] یا فارکرای [۲۲] خود را در صورتی موفق می دانند که از پس ارتقاء رزولوشن [۲۳] و ارائه محیطی واقعی تر نسبت به نسخه قبلی برآمده باشد. اما دخترها بیشتر دید زیبایی شناختی و هنری دارند و در نتیجه یک محیط زیبا مثل بازی ریم [۲۴] یا بازی آنچارتد ۴ را به یک محیط زشت و بسته مثل سایلنت هیل [۲۵] یا هیتمن [۲۶] ترجیح می دهند، حتی اگر مطابق با بالاترین استانداردهای گرافیکی روز ساخته شده باشد.

۱۱. قهرمان مونث: اولویت این است که قهرمان بازی یک شخصیت مونث قدرتمند اما واقعی (و نه با المان های مردانه در میدان جنگ) باشد. دخترها عاشق قهرمان مونث هستند. بازی هایی مثل لایف ایز استرنج [۲۷] و هورایزن: زیرو داون [۲۸] در استفاده از یک قهرمان مونث قدرتمند با روحیات و تمایلات واقعی زنانه به شدت موفق بوده اند.

۱۲. سادگی و مهارت متوسط: طراحی مراحل [۲۹] یک بازی دخترپسند باید بسیار هنرمندانه و ساده باشد. دخترها عاشق مرحله ای هستند که با کمی تلاش قابل حل باشد و آن ها خیلی زود اما نه بدون سعی و تلاش به پاداش برسند. شاید نیمی از محبوبیت بازی فرقه حشاشین برای دخترها دقیقاً به دلیل همین سادگی و پاداش های فوری در گیم پلی این بازی باشد. بمنظور حفظ سلامت سیستم عصبی سعی کنید هیچ وقت در زندگی تان بازی دارک سولز [۳۰] را به یک گیم رزین پیشنهاد نکنید. (البته اگر به ما باشد این بازی را به گیم های مرد هم پیشنهاد نمی کنیم!)

۱۳. پلتفرم های دم دستی: دخترها عاشق این هستند که در کانون گرم خانواده، در نزدیکی پدر و مادر یا در مهمانی های فامیلی یا نزد دوستان نزدیکشان بنشینند و بعد از انجام دادن کارها و تکالیفشان، و یا هنگامی که حوصله شان سر می رود به بازی بپردازند. پس مناسب ترین پلتفرم های فئاورانه برای دخترها، پلتفرم های کوچک امروزی نظیر



موبایل، تبلت یا حتی کنسول های کوچکی چون نینتندو سویچ [۳۱] هستند. (جالب است بدانید که طبق آمار رسمی خود نینتندو، ۵۴٪ از کاربران کنسول نینتندو سویچ دختر هستند.) و این در مقابل علاقه بسیاری از پسرهاست که ترجیح می دهند پشت میزشان در مقابل کامپیوتر شخصی یا کنسول خانگی بنشینند، در اتاق را ببندند و ساعت ها به بازی بپردازند. پس در دخترپسند بودن بازی ها به این نکته توجه کنیم که بهترین پلتفرم برای عرضه بازی های دخترپسند پلتفرم های اندروید یا آی. او. اس است. تا دخترها بتوانند روی وسایل محبوبشان یعنی موبایل و تبلت به بازی بپردازند. (قید نینتندو سویچ را هم که عجلالتا بزنیم چون امکان ساختن بازی های ایرانی موفق روی این پلتفرم چیزی شبیه به سفر به ماه است.)

۱۴. بازی های شبیه سازی زندگی: بازی های شبیه سازی کسب و کار و زندگی مثل هاروست مون [۳۲]، تاون شپ [۳۳] یا مرزعه شمالی به شدت مطابق با سلیقه دخترها هستند. چراکه در این بازی ها مدیریت واقعی زندگی و کسب و کار وجود دارد، پدیده ای که مهارت های دخترانه را به خوبی به چالش می کشد. البته باید حواسمان باشد که وقتی از خشونت و اکشن های پرزد و خورد پسرانه دور می شویم، نباید فکر کنیم دخترها بازی های لوس و تفننی را ترجیح می دهند. بازی های دخترپسند باید کاملاً جدی و چالشی باشند. مساله نوع چالش نیست که برای دخترها جذاب است. دخترها عاشق شبیه سازی زندگی واقعی هستند. ساخت معادل های قوی داخلی در این سبک از اولویت های رسیدگی به دخترپسند بودن بازی ها محسوب می شود.

سخن آخر:

طبق آخرین آمار انجمن نرم افزارهای حوزه سرگرمی آمریکا (ESA) تعداد گیمرهای زن ایالات متحده از ۴۰٪ کل گیمرها در سال ۲۰۱۰ تا ۴۹٪ در سال ۲۰۱۸ افزایش یافته است. آمارهای مشابهی توسط موسسه های همتا در بیشتر کشورهای جهان نشان از این امر دارند که نسبت بازی بین زنان و مردان در حال رسیدن به تعادل است و هراندازه گیمر مرد داریم تقریباً به همان اندازه گیمر زن هم داریم. پس بیش از این انحصار دادن صنعت بازی های ویدئویی به پسران اشتباهی ناپذیرفتنی است. نیاز به بازی سازی و ایجاد فرهنگ بازی برای دخترها در کل جهان حس می شود و پدیده ای نیست که خاص کشور ما باشد؛ اما این پدیده به طور خاص برای بازار ایران اهمیت بسیار بیشتری داشته باشد. چراکه هنوز تعادل کامل بین گیمرهای مرد و گیمرهای زن در کشور به وجود نیامده است. در واقع طبق آماري که توسط پژوهش های پیشمیشی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ارائه شده است، نسبت گیمرهای زن به مرد در سال ۱۳۹۴ برابر با ۳۷٪ در مقابل ۶۳٪ بوده که این نسبت متأسفانه در آمار سال ۱۳۹۶ تا ۳۵٪ در مقابل ۶۵٪ کاهش یافته است.

عدم وجود فرهنگ سازی مناسب در مورد بازی های ویدئویی و اینکه کماکان در برخی از مطبوعات رسمی کشور، اهالی بازی به عنوان افرادی بیکار و بی ارزش ترسیم می شوند در این مهم بی تاثیر نبوده است. در کنار تاکید بر آثار مخرب استفاده بیش از حد از بازی ها، شناساندن آثار مثبت بازی در زمینه سرگرمی، ایجاد خلق بهتر و حتی آثار مثبت بازی در زمینه یادگیری و بهبود توانایی های شناختی می تواند ذهنیت افراد جامعه در مورد بی ارزش یا ضار بودن بازی را اصلاح کند و باعث شود جامعه زنان نیز راحت تر و بدون وجود موانع پیش رو این هنر نوظهور را تجربه کنند.

● در این گفتار سعی کردیم به طور خلاصه تبعیض های موجود بین زن و مرد در بازار بین المللی بازی های ویدئویی را توضیح بدهیم و اهمیت تمرکز ویژه بر دخترپسند بودن بازی های ویدئویی را مطرح کنیم. همچنین تفاوت های کلی در سلیقه دخترها و پسرها در ترجیحشان برای انجام یک بازی را

توضیح دادیم و ویژگی های یک بازی دخترپسند را بررسی کردیم.

● اما این سؤال باقی می ماند که بعنوان بازی ساز، دقیقاً چگونه طراحی بازی و طراحی مراحل بازی را انجام دهیم و از چه المان ها و مکانیک هایی در ساخت بازی مان استفاده کنیم تا بازی ما کاملاً دخترپسند باشد و توسط جامعه گیمرهای زن مورد استقبال قرارگیرد؟ در جهت پاسخ به این سؤال حیاتی در گفتارهای بعدی به سراغ روان شناسی زنانه می رویم و تلاش می کنیم به دقت این مسئله را مورد موشکافی قرار دهیم که تمایلات و سلیق ذهنی، عاطفی، هنری و روانی دختران در سنین مختلف به چه شکلی است و چه شباهت ها و تفاوت هایی با تمایلات و سلیق پسران در سنین مختلف دارد.

پی نوشت ها:

[۱] Artwork

[۲] Multimedia مولتی مدیا یا چند رسانه ای به استفاده همزمان از بیشتر از یک رسانه ارتباطی برای رساندن منظور گفته می شود. بازی یک پدیده مولتی مدیا است.

[۳] Autistic

[۴] P.S.P, Play Station Portable نام کنسول دستی کمپانی سونی

[۵] God Of War

[۶] Tomb Raider

[۷] Uncharted: The Lost Legacy

[۸] What remains of edith finch

[۹] Cutscene. یک صحنه سینمایی نسبتاً کوتاه است که در میانه بازی های رایانه ای پخش می شود و روند بازی را قطع می کند.

[۱۰] GTA

[۱۱] Resident Evil

[۱۲] World of Warcraft

[۱۳] Clash of clans

[۱۴] Assassins Creed

[۱۵] Avatar

[۱۶] Metal Gear Solid

[۱۷] David Cage

[۱۸] Fahrenheit

[۱۹] Beyond

[۲۰] Shadow of colossus

[۲۱] Call of duty

[۲۲] Far Cry

[۲۳] Resolution

[۲۴] Rime

[۲۵] Silent Hill

[۲۶] Hitman

[۲۷] Life is strange

[۲۸] Horizon : Zero Dawn

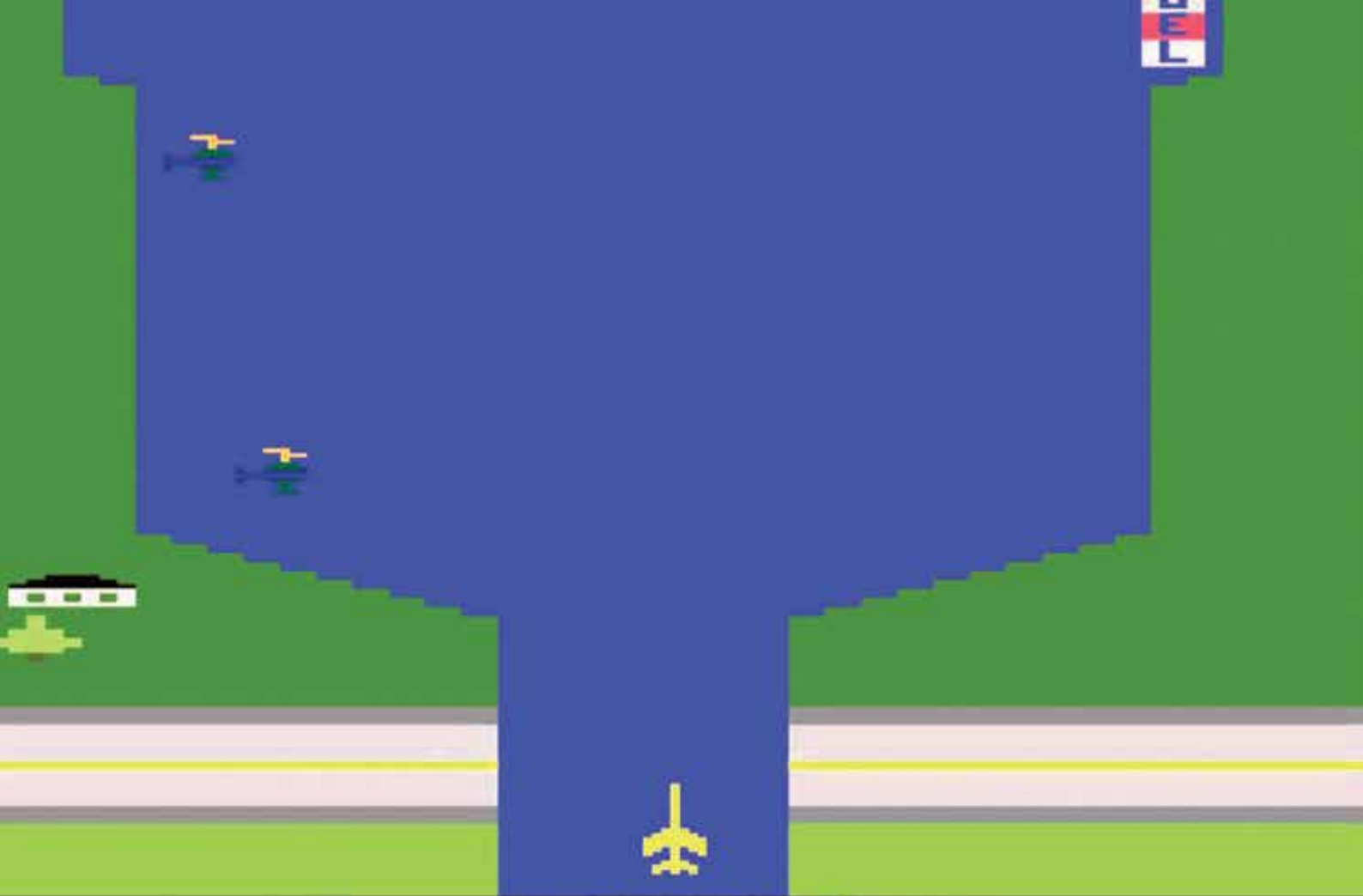
[۲۹] Level Design

[۳۰] Dark Souls

[۳۱] Nintendo Switch

[۳۲] Harvest Moon یک بازی قدیمی و محبوب ژاپنی در فضای شبیه سازی کشاورزی و زندگی در یک روستا

[۳۳] Township



6840
E 1/2 F
3 ACTIVISION



کارول شاو

کارول شاو، اولین بازی ساززنی بود که آتاری استخدام کرد. او بیشتر به خاطر طراحی و برنامه نویسی بازی RiverRaid (همان هواپیمای معروف آتاری) برای آتاری ۲۶۰۰ شناخته می شود، عنوانی که توسط اکتیویژن منتشر شد و شهرتی قابل توجه پیدا کرد.





ژانرهای مورد استقبال دختران گیمر



مترجم: نازنین نوری

زنان و دختران گیمر به سمت کدام سبک از بازی‌ها جذب می‌شوند؟

از سایت کوانتیک فاندری (۲۰۱۷)

حتمالاً این آمار معروف که نیمی از گیمرها زن هستند به گوشتان خورده است؛ آماري که نشان می‌دهد بازی‌های رایانه‌ای اکنون یک فعالیت عمومی و مشترک برای مردان و زنان به شمار می‌رود. این یافته برگرفته از گزارش سالانه ESA است که در دهه گذشته بین ۳۸ الی ۴۸ درصد در نوسان بوده و اکنون در گزارش سال ۲۰۱۶ به میزان ۴۱٪ برآورد شده است.

اثر این آمار به طرز عجیبی برعکس است. برخی از گیمرها این گونه استدلال می‌کنند که این تحقیق، بازیکنان را بر اساس پلتفرم و سبک، گروه‌بندی نموده و در نتیجه نمی‌تواند نمایانگر گیمرهای "حقیقی" کنسول/رایانه‌های شخصی باشد؛ و یا این که برابری آشکار جنسیتی حاکی از عدم وجود سوگیری‌های مرتبط با جنسیت در طراحی بازی‌ها می‌باشد. یکی از تولیدکنندگان بازی که اخیراً صحبتی با ما داشتیم، به این نکته اشاره کرد که تصویر برخی از طراحی‌ها که با آنها کار می‌کند، هنوز این است که تنها ۵ درصد از گیمرهای اصلی زن هستند و آمار ۴۱ درصدی که از زنان مطرح می‌گردد عمدتاً مربوط به گیمرهای تفننی و کژوال می‌باشد.

این آمار می‌تواند دقیقاً اثر عکس داشته باشد. این آمار ۴۱ درصدی با گروه‌بندی‌هایی که بر اساس پلتفرم و سبک وجود دارد، نشان دهنده تفاوت یا عدم تفاوت میان درصد گیمرهای زن و بایزرگی واریانس مربوط به آن نمی‌باشد. ما با استفاده از داده‌های پیمایشی برگرفته از اطلاعات بازی‌های مورد علاقه ۲۷۰۰۰۰ گیمر، یافته‌هایی درباره درصد گیمرهای زن در سبک‌های مختلف به دست آورده‌ایم.

داده‌های به دست آمده از "Gamer Motivation Profile"

گیمرها با استفاده از Gamer Motivation Profile می‌توانند به تکمیل یک پرسشنامه پنج دقیقه‌ای بپردازند و در نتیجه آن، گزارشی شخصی از انگیزه‌های مرتبط با بازی خود دریافت نموده و خود را با گیمرهای دیگر مقایسه کنند. بیش از ۲۷۰۰۰۰ گیمر در سراسر جهان در این نظرسنجی شرکت کردند. ۱۲ انگیزه‌ای که در مدل ما اندازه‌گیری شده‌اند، توسط تحلیل آماری مبنی بر چگونگی خوشه‌بندی انگیزه‌های مرتبط با استفاده از بازی‌های رایانه‌ای شناسایی شدند.

مادر کنار انگیزه‌های بازی، همچنین به جمع‌آوری متغیرهای دموگرافیک نیز پرداختیم. ۱۸٫۵ درصد از افراد در نمونه کامل تحقیق، گیمرهای زن می‌باشند. به

علاوه، از گیمرها خواستیم تا فهرستی از عناوین / فرنچایزهای مختلف بازی‌های مورد علاقه خود (تا ۹ عدد) را ارائه دهند. با دسته‌بندی گیمرهایی که به عنوان خاصی از بازی‌های رایانه‌ای اشاره نموده‌اند، می‌توانیم پروفایلی از مخاطبان اصلی آن عنوان ایجاد نماییم. توجه داشته باشید که داده‌هایی که در اختیار داریم، به بازی‌های مورد علاقه اشاره شده توسط یک گیمر محدود شده است؛ یعنی این افراد احتمالاً بازی‌های بیشتری از عناوین ذکر شده را تجربه می‌کنند، اما این محدودیت برای تمامی پاسخ دهندگان این تحقیق اعم از مردان و زنان صدق می‌کند.

نکاتی مبنی بر اختلاف میان ۴۱٪ گیمرهای زن در گزارش ESA در برابر ۱۸٫۵٪ در نمونه ما

مقدار دلالت میان ۴۱ درصد گیمر زن برآورد شده توسط ESA و ۱۸٫۵ درصد نمونه ما حائز اهمیت است؛ اما چگونگی تأثیر آن بر داده‌ها به برداشت شما از دلیل این دلالت بستگی دارد. ESA با همکاری Ipsos به نظرسنجی از ۴۰۰۰ خانوار آمریکایی پرداخت؛ اما جزئیاتی در رابطه با روش نمونه‌گیری خود ارائه ننمود (مثلاً از طریق تماس تلفنی یا نظرسنجی) و مشخص نگردید چه کسانی به عنوان "گیمر" تلقی گردیده‌اند؛ به عنوان مثال، آیا فردی که در سال گذشته کارت بازی تک نفره انجام داده، گیمر محسوب شده است یا خیر.

آنچه به طور قطع می‌دانیم این است که نمونه آنها دارای نسبت بالایی از گیمرهای تفننی است که در گزارش سال ۲۰۱۵ شامل افرادی بود که به احتمال زیاد به بازی‌های اجتماعی (۳۱٪) و پازل (۳۰٪) می‌پرداختند؛ در نتیجه می‌توانیم فرض کنیم که احتمال انجام دادن بازی‌هایی با عناوین معمولی توسط گیمرهای کمتر تفننی "قوی" باشد. در نتیجه، نسبت بالایی از نمونه آنها احتمالاً و معمولاً به بازی‌های درجه ۱ (بازی‌های تریپل-A) نمی‌پرداختند.

محدودیت‌های نمونه خود گزینش شده

نمونه‌گیری خود گزینش شده تا حد زیادی محدودیت روش مورد نظر به شمار می‌رود، در نتیجه به طور واضح و روشن به چگونگی جمع‌آوری داده‌های خود پرداخته‌ایم تا خواننده بتواند یافته‌ها را در پیش زمینه‌ای مناسب مورد تفسیر قرار دهد.

سوالات به نظر اساسی بسیاری در رابطه با بازی های رایانه ای وجود دارند که داده های در رابطه با آنها در اختیار نداریم. به عنوان نمونه، عدم اطلاع ما از آمار مرتبط با جنسیت در سبک های درجه ۱ امری عجیب است؛ این مطلب حاکی از دشواری نمونه گیری گیمرها می باشد. در سایر حوزه های شناخته شده، می توانیم از وزن ها جهت متعادل سازی نمونه ها استفاده کنیم، اما در رابطه با بازی های رایانه ای، هیچ کس از سنگینی مرتبط با جنسیت جهت به کارگیری در برخی از سبک های خاص اطلاعی ندارد. سوالی که پیش می آید این است که چگونه می توان (به عنوان نمونه) مجموعه ای کاملاً گویا از گیمرهای سبک تیراندازی را نمونه گیری کرد؟ خب می بینیم که بخش بزرگی از تصمیم ما برای انتشار این داده ها، آغاز این مکالمه بوده است؛ مکالمه ای که بر اساس آن می گوییم: "این ها روش های ما هستند. اینها هم داده هایی هستند که یافته ایم؛ قطعاً بی نقص نیستند، اما تقریباً هیچ داده ای از این دست وجود ندارد."

همانند بسیاری از سوالات پیدایش یافته در تحقیقات، محققان به آرامی به ترکیب هدفمندی از توافق جمعی می پردازند و با پوشش چندین منبع، درک بهتری از آنچه تطابق داشته و بالعکس به دست خواهیم آورد. در نتیجه به عنوان مثال، حتی با وجود برآورد ESA مبنی بر وجود ۴۱ درصد گیمرز و مشاهده ۱۸٫۵ درصد در نمونه ما (با سوگیری به سود گیمرهای اصلی) یافته های اساسی دارای تطابق می باشند؛ سبک بازی هایی که گیمرهای تفریحی تر در گزارش ESA به آنها می پردازند، دقیقاً همان سبک هایی است که شامل بالاترین درصد گیمرهای زن می باشند.

همچنین می توانیم به صورت نقطه ای نیز به بررسی مکان هایی بپردازیم که داده ها در آن در دسترس است. به عنوان مثال، Tekken برآوردی مبنی بر وجود ۲۳٪ گیمرز زن منتشر ساخته که در داده های ما ۲۱٪ است. چهار سال پیش، League of Legends میزان ۱۰٪ را گزارش نمود که در داده های ما این رقم ۱۴٪ است.

سبک هایی که تحلیل نمودیم

سبک بازی ها حوزه ای بسیار درهم و برهم است؛ این سبک ها همواره تکامل یافته، همپوشانی داشته و با یکدیگر ترکیب می شوند. وجود چندین زیرمجموعه در بسیاری از سبک های کاملاً جا افتاده امری معمول است. این بدان معناست که پرسش از گیمرها در رابطه با عنوان یک سبک به ایجاد داده های نامنظم منجر خواهد شد. ما تصمیم گرفتیم رویکردی بر پایه عناوین خاص بازی ها اتخاذ کنیم. در این تحلیل ما به صورت دستی به گزینش نمونه هایی از بازی های محبوب جهت گروه بندی سبک ها پرداختیم. برای هر بازی، نسبت گیمرهای زن آن را محاسبه نموده و سپس میانگین گروه سبک را حساب کردیم. به عنوان مثال زمانی که از High Fantasy MMO صحبت می کنیم، منظورمان دقیقاً گروهی از گیمرهاست که از عناوینی مانند EverQuest II، Lord of the Rings Online، Rift، World of Warcraft، The Elder Scrolls Online و II لذت می برند.

در این تحلیل، ما به صورت دستی به گزینش نمونه هایی از بازی های محبوب جهت گروه بندی سبک ها پرداختیم. هر سبک مورد تحلیل ما حاوی ۳ الی ۵ عنوان بازی رایانه ای بود. اندازه نمونه متوسط برای هر عنوان و هر سبک به ترتیب معادل ۱۱۸۴ و ۴۶۵۷ بود.

سبک بازی هایی را که به تحلیل آنها پرداختیم به همراه نمونه هایشان در زیر می بینید:

- Adventure: Uncharted (series), Infamous (series), Metal Gear Solid V: The Phantom Pain, Rise of the Tomb Raider
- Action RPG: Diablo III, Dark Souls III, Torchlight (series)
- Atmospheric Exploration: Journey, ABZU, Gone Home, Dear Esther
- Casual Puzzle: Angry Birds
- Building: Cities: Skylines, SimCity (series), Tropico (series)
- Person Shooter: Call of Duty: Black Ops III, Battlefield – Halo ۵, Guardians, Counter-Strike: Global Offensive, Team Fortress ۲
- Strategy: Europa Universalis IV, Crusader Kings II, Stellaris
- Drama: The Walking Dead (series), The Wolf Among Us, Tales From the

Borderlands

RPG: Fire Emblem Fates, Bravely Default (series), Tales of Zestiria, ■ Pokemon Sun and Moon

Farm Sim: The Sims (series), Harvest Moon (series), Animal Crossing/ ■ (series), Story of Seasons, Stardew Valley

Candy Crush Saga, Bejeweled (series), Farm Heroes Saga: ۳ Match ■

MMOs (High Fantasy): World of Warcraft, Rift, Lord of the Rings Online, ■ EverQuest II, The Elder Scrolls Online

MMOs (Sci-Fi): Star Trek Online, EVE Online, Star Wars: The Old Republic ■

StarCraft II, ۲ MOBA: League of Legends, Heroes of the Storm, DoTA ■

Grand, ۴ Open World: Assassin's Creed Syndicate, Watch Dogs, Far Cry ■ Theft Auto V, Batman: Arkham Knight

Platformer: Ori and the Blind Forest, Rayman Legends, Super Mario ■ (series)

(Racing: Need For Speed (series), Gran Turismo (series), Forza (series) ■

Sandbox: Minecraft, Terraria, Dwarf Fortress ■

(۲K (series), Madden NFL (series Sports: FIFA (series), NBA ■

Survival Roguelike: Darkest Dungeon, FTL: Faster Than Light, Don't ■ Starve

Tom Clancy's Rainbow Six Siege, ۳ Tactical Shooter: Squad, ARMA ■

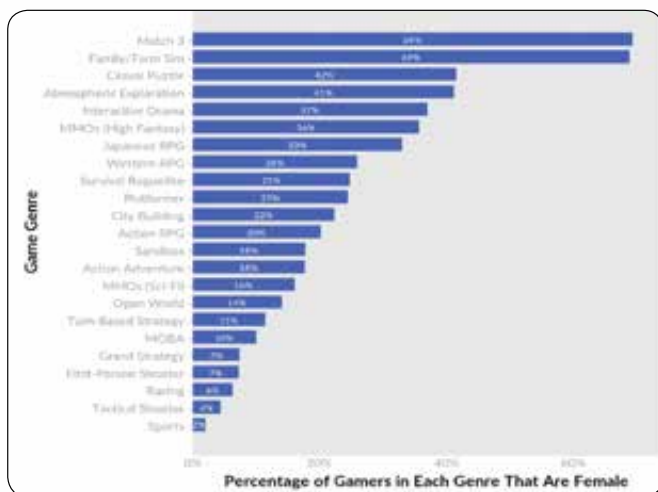
Endless Legend, ۲ Turn-Based Strategy: Civilization V, XCOM ■

۳ Dragon Age: Inquisition, The Witcher, ۳ Western RPG: Mass Effect ■ The Elder Scrolls: Skyrim, ۴ Wild Hunt, Fallout

میانگین سبک گیمرهای زن از ۲٪ تا تقریباً ۷۰٪ می باشد.

در نمودار میله ای شکل آورده شده؛ میانگین سبک ها را به شکل نزولی مشاهده می کنید. درصد ذکر شده مربوط به نسبت گیمرهای زن در هر سبک می باشد. برای مثال، ۶۹٪ که برای ۳ Match نوشته شده، به این منظور است که از افرادی که ۳ Match را ذکر کرده اند، ۶۹٪ شان خانم هستند.

این موضوع نشان می دهد که اکثر بازیکنان، بازی های مختلف و سبک های متفاوتی را بازی می کنند و درصد بالای هر سبک به این معنی نیست که گیمرها (زن یا مرد) فقط در آن سبک بازی می کنند.



بعد از دقت در نمودار فوق، موارد زیر قابل ذکر خواهند بود:

۱. بازیکنان ۳ Match و Family/Farm Sim اکثراً خانم ها هستند. در حقیقت، این دو سبک از لحاظ درصد بازیکنان زن بالاتر از هر سبک دیگری

قرار دارند. سبک بعدی با ۲۷ درصد پایین تر از این دو سبک در جایگاه سوم قرار گرفته است.

۲. تعداد بسیار کمی از خانم‌ها، گیمرهای بازی‌های تیراندازی تاکتیکی و ورزشی هستند.

بازی‌های ورزشی (با میانگین حضور ۲٪ گیمرهای زن)، کوچکترین نسبت بازیکنان خانم در تمام سبک‌های مورد بررسی ماست. اگرچه درصد زنان در هر دو دسته بازی‌های تیراندازی کم است، اما تعداد آنها در تیراندازی تاکتیکی به مراتب کمتر از اول شخص است (۴٫۳٪ در برابر ۷٫۲٪).

۳. واریانس درصد گیمرهای زن در میان سبک‌ها زیاد است.

متوسط سبک بین ۲ تا ۷۰ درصد، متغیر است. این یک تفاوت ۳۵ برابری است که نشان می‌دهد چرا آمار کلی همه بازیکنان (با نادیده گرفتن سبک) می‌تواند گمراه کننده و گیج کننده باشد. این تفاوت ۳۵ برابری نشان می‌دهد که چرا آمار کلی همه بازیکنان (با نادیده گرفتن سبک) می‌تواند گمراه کننده و گیج کننده باشد.

۴. ورلد آو وارکرفت میان High Fantasy MMOs اوتلایر (داده خارج از محدوده محسوب می‌شود). (به قول خودمان خیلی پرت است!)

۲۳٪ از بازیکنان بازی ورلد آو وارکرفت خانم هستند که این میزان به طور قابل توجهی پایین تر از میانگین گروه است (۳۶٪). بسیاری از پژوهشگران بازی بر این بازی به عنوان نمونه بازی آنلاین متمرکز بوده‌اند؛ اما به نظر می‌رسد که ورلد آو وارکرفت نه تنها در زمینه موفقیت در بازار، بلکه حتی در زمینه آمار جمعیت شناختی خود نیز نسبت به بازی‌های دیگر در این سبک اوتلایر! به شمار می‌رود.

۵. High Fantasy MMO > Sci-Fi MMO

از آنجایی که ما سبک اصلی MMO را در یک جا جمع آوری کردیم، متوجه تفاوت بین High Fantasy MMO و Sci-Fi MMO شدیم و تصمیم گرفتیم این سبک را به دو قسمت تقسیم کنیم که این امر موجب شد تا تفاوت‌های جنسیتی در میزان تمایل افراد به سبک بر اساس عناصر موضوعی مشخص شود. بازیکنان زنی که High Fantasy MMO بازی می‌کنند، بیش از دو برابر برابر Sci-Fi MMO هستند (۳۶٪ در مقابل ۱۶٪). این امر موجب شد تا تفاوت‌های جنسیتی در میزان تمایل افراد به سبک بر اساس عناصر موضوعی مشخص شود.

۶. Star Wars: The Old Republic باعث ایجاد سیری صعودی در آمار MMO شده است.

Star Wars: The Old Republic حدوداً متوسط تعداد گیمرهای زن را در سبک Sci-Fi MMO به دو برابر افزایش داده است (۱۶٪ به ۲۹٪). بدون این بازی، متوسط این سبک ۱۱٫۳٪ بود که همین آمار برای بازی‌های High Fantasy MMO بیش از سه برابر بود.

۷. بازی‌های Assassin's Creed و Dragon Age نیز اوتلایرهای قابل توجهی هستند.

در میان بازی‌های جهان باز، درصد Assassin's Creed Syndicate (۲۷٪ به ۱۴٪) و در سبک نقش آفرینی وسترن، درصد Dragon Age: Inquisition (۴۸٪ به ۲۶٪)

به طرز قابل توجهی از میانگین سبک بیشتر است.

۸. یافته‌های سبک با تفاوت‌های انگیزش‌های اولیه تطابق دارد.

بیشتر به مقایسه انگیزش‌های اولیه گیمرهای مرد و زن پرداخته بودیم که به نظر می‌رسد اکثر آن تفاوت‌ها زمینه‌ساز یافته‌های فعلی ما در رابطه با سبک باشد. به عنوان مثال، سبک‌هایی که درصد بالایی از گیمرهای زن را به خود اختصاص می‌دهند، تاکید بیشتری بر تکمیل و فانتزی دارند (دو انگیزش برتر برای زنان) و سبک‌هایی که درصد بالایی از گیمرهای مرد را به خود اختصاص می‌دهند، تاکید بیشتری بر رقابت و تخریب (دو انگیزش برتر برای مردان) دارند.

به نظر می‌رسد که تفاوت انگیزش‌های اولیه گیمرهای مرد و زن زمینه‌ساز یافته‌های فعلی ما در رابطه با سبک باشد.

۹. بالاترین درصد گیمرها بدون در نظر گرفتن جنسیت در Exploration و Family/Farm Sims یافت می‌شود.

خط کرسی گیمرها بدون در نظر گرفتن جنسیت در نمونه کامل ما ۱٫۱٪ است. در تحلیل فعلی، بازی‌هایی که بیشترین تعداد گیمرها را دارند، Atmospheric Exploration (۲٫۸٪)، Family/Farm Sim (۳٫۲٪)، Casual Puzzle (۲٫۷٪) و Sandbox (۲٫۳٪) در سبک‌های مختلف هستند.

فرصت‌های موجود بیشتر از آن هستند که به نظر می‌آید.

داده‌ها حاکی از این است که هیچ‌یک از این اعداد ثابت نبوده و نماینده بی‌نقصی از اطلاعات مطلق نمی‌باشند. توجه داشته باشید که تفاوت‌ها در داخل یک سبک می‌تواند بسیار بیشتر از تفاوت‌های میان سبک‌ها باشد؛ به عنوان نمونه واریانس Dragon Age: Inquisition دو برابر میانگین سبک است (۴۸٪ در برابر ۲۶٪). در واقع، این ۴۸٪ بیشتر از میانگین پنج سبک بعدی است؛ یعنی فرصت جذب گیمرهای زن می‌تواند بسیار بیشتر از آنچه که نمودار نشان می‌دهد باشد، به ویژه در صورتی که شما اولین نفر در کشف این موضوع در سبک خود باشید. تفاوت‌ها در داخل یک سبک می‌تواند بسیار بیشتر از تفاوت‌های میان سبک‌ها باشند.

همچنین خواندن سبک‌ها در نمودار و تخصیص صرف علت بر تفاوت‌های جنسیتی در رابطه با انگیزه‌های بازی کار آسانی است؛ به عنوان مثال، زنان از مکانیک بازی X و Y خوششان نمی‌آید، اما شاید دلایل بیشتری وجود داشته باشد. مثلاً بازی‌های انتهایی نمودار از شخصیت اول زن برخوردار نبوده، با بازی با افراد غریبه در اینترنت سروکار داشته و دارای حرکات سه بعدی سریع هستند که می‌تواند به بیماری حرکتی منجر شود (حالتی که زنان در برابر آن آسیب‌پذیری بیشتری دارند). مشارکت پایین گیمرهای زن در برخی از سبک‌ها می‌تواند جزو مصنوعات تاریخی این امر باشد که چگونه انگیزه و ارائه با یکدیگر ترکیب شده و عرضه می‌گردد.

طبق آنچه که در تحلیل مان از بازی‌های Idle Clicker مشاهده نمودیم، سبک‌های جاافتاده آماده ساختار شکنی به شیوه‌های مفید و موثر هستند. مهم‌ترین نکته در این جا عدم تلفیق آنچه که اعداد در حال حاضر نشان می‌دهند و آنچه که می‌توانند باشند است.



گیم بوی

تفاوتی ندارد که سبک بازی چیست و چه محتوایی دارد، بازاریاب‌ها فقط مردها را هدف قرار داده‌اند. حتی بازی‌های غیرخشنی مثل Tetris هم با محوریت جنس مذکر تبلیغ می‌شدند. به هر حال اسم کنسول همه چیز را توضیح می‌داد: "Game Boy". چیزی به نام Game Girl وجود نداشت.



بازینگاشت زنان و

بازی های دیجیتال

زنان، بخشی مهم و کمتر دیده شده در عرصه بازی های دیجیتال هستند. بازیکنانی که طیف وسیعی از دختران کم سن و سال مدرسه ای تا زنان کهنسال دارای فرزند و نوه را در برمی گیرند. نقش پررنگی مادر بودن در میان زنان که منجر به بازی کردن بازی های بیگانه با هدف همراه شدن با کودکان می شود، در حالی رو به رشد است که بازی کردن زنان به اینجا ختم نمی شود و سهم آنان از مجموع بازیکنان حرفه ای و حتی استریم فراینده است. چه از منظر فرهنگی و چه از منظر اقتصادی، پرداختن به بازیکنان زن و بررسی وضعیت و علایق آن ها بسیار حیاتی به نظر می رسد.

اطلاعات موجود در بازینگاشت حاضر، با تحلیل داده های حاصل از پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در جمهوری اسلامی ایران با نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. به منظور اجرای پیمایش، از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای - خوشه ای - چندمرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند. همچنین با هدف تسهیل قرائت گزارش، اعداد تا حد امکان بدون اعشار بوده و اصطلاحا گرد شده اند. این بازینگاشت شاخص ترین اطلاعات مصرف بازیکنان زن ایرانی راتا انتهای سال ۱۳۹۶ یا ابتدای سال ۱۳۹۷ گزارش می کند. باید توجه داشت که در این گزارش، منظور از «بازیکن بازی دیجیتال» فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی های دیجیتال شامل موبایل، رایانه و کنسول بازی کند.

بازیکنان زن به تفکیک سن:



کودک (زیر ۱۲ سال):

۳۶%

نوجوان (۱۲-۱۹ سال):

۲۵%



جوان (۲۰-۳۴ سال):

۳۰%

میانسال (۳۵-۵۹ سال):

۸%



کهنسال (بالای ۶۰ سال):

۱%

تعداد بازیکنان زن بازی های دیجیتال:



۹ / ۸۰۰ / ۰۰۰ نفر

۹۱% بازی موبایلی بازی می کنند

۱۴% بازی رایانه ای بازی می کنند

۶% بازی کنسولی بازی می کنند

متوسط سن بازیکنان زن ایرانی: ۱۹ سال



وضعیت تاهل بازیکنان زن:

متاهل بدون فرزند:

۲۶%



مجرد:

۶۴%



سایر: ۱%

۲۶%

متاهل دارای فرزند:



سهم زنان از درآمد بازار بازی های دیجیتال:

۹۵ / ۷
میلیارد تومان



۴۴% هر روز بازی می کنند

از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر بازیکن هستند

۱۰ بازی

پرطرفدار در میان زنان



POU



باقلوا



تام سخنگو



Angry Birds



GTA



Subway Surfers



Quiz of Kings

۳۳



Candy Crush



آمیرزا



آنجلاسخنگو

سرانه مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران برای زنان:



۱۶ دقیقه

در روز به ازای هر زن ایرانی

۶۷ دقیقه

متوسط زمان بازیکنان زن ایرانی در روز

۳۰٪

از زنان بازیکن به صورت آنلاین بازی می‌کنند

۹٪

از بازیکنان زن، برای نرم افزار (بازی) خرید می‌کنند



بازیکنان زن

چقدر به رده بندی سنی بازی‌ها توجه می‌کنند؟

تا حدودی توجه می‌کنند:

اصلاً توجهی ندارند:

۲۸٪

۴۲٪



توجه زیادی دارند:



۳۰٪



۵ ژانر

پرطرفدار در میان زنان:



۱- معمایی

۲- دوندگه / سکوبازی

۳- آرکید

۴- مدیریت و شبیه سازی

۵- رانندگی



بازنمایی کاراکترهای زن



سید علی متقی نژاد

در بازی های ایرانی

در بازی های ویدئویی خارجی که تاکنون عرضه شده اند کاراکترهای زن، بصورت قهرمانانی جنگجو و تاندندان مسلح طراحی شده اند. لارا کرافت اولین گزینه ای است که به ذهن می رسد و او نمونه ای از قهرمان سازی غربی برای جنس مونث می باشد. آنچه که عرف می پذیرد این است که در کارهایی که نیاز به قدرت دارند، به دلیل وجود نیروی جسمی قویتر،



و فانتزی بوده و شخصیت های ایرانی مثل ضحاک و فریدون در کنار بسیاری از کاراکترهای برگرفته از بازی های خارجی قرار گرفته اند. هر کاراکتر بازی برای حمله از جادوهای مختلفی استفاده می کند. البته ظاهر کاراکترهای این بازی بیشتر از اینکه ما را یاد فرهنگ خودمان



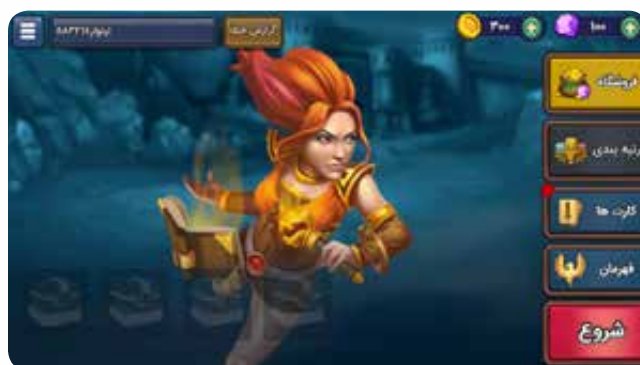
مردها مشارکت کنند. اما جایی که صحبت از تجارت باشد و پای پول به میان آید، دست به هر اقدامی زده می شود تا مخاطب جذب یک بازی تجاری شود. بله بازی ها اول از همه جنبه درآمدزایی برای شرکت های بزرگ ناشر دارند. پس اینجاست که سود و تجارت جای عقلانیت را می گیرد. نتیجه می شود استفاده ابزاری از ویژگی های زنانه مثل ظاهر زیبا، اندام جذاب و صدای اغواگرانه برای جذب افراد بیشتر به سمت بازی.

اما وضعیت در تولیدات داخلی خودمان چگونه است؟ کاراکترهای زن برآمده از فرهنگ اصیل ایرانی و اسلامی طراحی می شوند یا تحت تاثیر فرهنگ تهاجمی غرب قرار گرفته اند؟

به سراغ چندین بازی ایرانی می رویم تا ببینیم اوضاع از چه قرار است.

رستاخیز

بازی رستاخیز یک بازی اکشن استراتژی است. فضای بازی اسطوره ای





دست و رو در رو شدن با تروریست‌ها، پرتاب نارنجک به سمت دشمن و ... آن هم با تیپی اسپرت.

در بازی‌هایی از جمله نبرد اساطیر، سبقت سنگین، کلاغ ران، یورش تانک‌ها و آمازا نیز شاهد استفاده ابزاری از جنس زن هستیم. نمایش اندام نیمه برهنه و برجسته با همان هدفی که در بازی‌های خارجی استفاده می‌شود؛ در تعدادی از بازی‌های تولید داخل به چشم



۳۵

می‌آید. بهتر است سازندگان در طراحی کاراکترهای زن در بازی‌ها یک تجدید نظر اساسی بکنند و بیشتر از ظاهر، به الگوسازی مثبت با توجه به داشته‌های فرهنگی خودمان بپردازند. لازمه اینکار داشتن ذوق هنرمندانه است.

در زمینه بازی‌های دخترانه، تاکنون بازی‌های خوبی نیز با رویکرد فرهنگی تولید شده‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به بازی‌هایی که در ادامه معرفی می‌شوند اشاره کرد:

مُدا

این بازی به تقلید از بازی‌های خارجی آرایشی و تغییر لباس، توانسته نمونه بومی خوبی را برای دختران ایرانی تهیه کند. مُدا از سه بخش طراحی صورت، تغییر لباس و تغییر ظاهر منزل، تشکیل شده که هر کدام دارای آیتم‌های بسیار زیادی است که بیشتر آن‌ها قفل بوده و با سکه مجازی می‌توان این آیتم‌ها را مورد استفاده قرار داد. آموزش پوشیده بودن در بیرون از منزل در قالب یک سرگرمی جذاب برای دختران، از نکات مثبت بازی مُدا است. البته مُدا می‌توانست روی این موضوع که آرایش برای محیط داخل و افراد محرم بوده و برای بیرون از منزل مناسب

بیاندازد، بازی‌هایی با المان‌ها و نمادهای فراماسونری را یادآور می‌شود. مثلاً فریدون در این بازی دارای یک عصای تک چشم است که با آن جادو می‌کند و همه قهرمان‌ها بعد از تمام شدن نوار جان‌شان تبدیل به هیولا می‌شوند! در ابتدای این بازی از بین سه قهرمان به نام‌های کاوه، ایرج و یک قهرمان زن به نام ارنواز می‌بایست یکی را انتخاب کنید. در توضیح این کاراکتر آمده است: "موجودی جادویی از جنس آتش که قدرت تخریب تیمی دارد" و در توضیحات تکمیلی آمده: "الهه آتش از قدرتمندترین مبارزان این مرز و بوم که حملات آتشینش تا چندین نوبت بر روی دشمنان باقی می‌ماند و ... در دین ما جادو یک امر منفی معرفی شده است که باید از آن دوری جست؛ در حالی که در اکثر بازی‌های تولید داخل شاهد کپی برداری یک به یک اجزای بازی‌های خارجی هستیم. حتی پوشش این کاراکتر هم هیچ تناسبی با فرهنگمان ندارد و در منوی بازی دارای لباسی غیر پوشیده و اندامی برجسته است. در این بازی مبارزینی نیز قابل انتخاب هستند که در جلوی قهرمان جای می‌گیرند و با حریف می‌جنگند. در میان این مبارزین نیز کاراکتری به نام ژینا وجود دارد که او نیز با قابلیت‌های جادویی و شفا دهنده‌گی طراحی شده و لباسی نیمه باز دارد و بخشی از سینه این کاراکتر نمایان است.

۴۸ درجه شرقی



۴۸ درجه شرقی یک بازی تیراندازی سوم شخص است. بازیکن در نقش یگان ویژه ضد تروریست، به مقابله با حملات تروریستی در مناطق مختلف کشور می‌پردازد. در ابتدای بازی می‌توان از میان دو کاراکتر زن و مرد یکی را انتخاب کرد و وارد میدان نبرد شد. با اینکه در این بازی هدف ایستادگی در مقابل حملات تروریستی است، از کاراکتر زن در جایگاهی که از او انتظار نمی‌رود استفاده می‌شود. یعنی گرفتن سلاح در





دختران ایران را تشکیل می دهند. با این وجود و صرف نظر از نداشتن گیم پلی خاص، دختران ایران یک محصول فرهنگی مناسب است. می توان از چنین قصه های فرهنگی در ساخت بازی ها نیز الگوبرداری کرد. مثلاً اگر به بازی گربه فجری دقت کنیم، فضا سازی و انیمیشن هایی مشابه با دختران ایران دارد. پس تبدیل چنین قصه هایی به بازی دور از ذهن نیست.

خاله قزی در جست و جوی بچه ها

خاله قزی یک بازی رانر (دونده ای) امتیازی است که با دویدن و پرش از روی موانع تا زمانی که نیازید ادامه می یابد. در داستان این بازی، شغال ها شبانه به شادی آباد حمله کرده و بچه ها را می دزدند. خاله قزی که متوجه موضوع می شود برای نجات بچه ها از چنگ شغال ها اقدام می کند. خاله قزی شخصیتی نیست که اسلحه به دست بگیرد و تنها با پرش روی سر شغال ها و قدرتی هایی که دارد (مثل صاعقه) دشمنانش را از سر راه برمی دارد. خشونت این بازی بسیار پایین است و تنها نکته ای که وجود دارد سختی انجام بازی برای کودکان است. انجام بازی خاله قزی به دلیل اینکه شخصیت اصلی بازی یک پیرزن است می تواند برای دختران خصوصاً نوجوانان جذاب باشد.



نیست کار کند که از این مسأله غفلت شده است. مُدا با ویژگی هایی که دارد، برای دختران نوجوان مناسب است.

دختران ایران

بچه های امروز که تکنولوژی، بخشی جدانشدنی از سبک زندگی آن ها شده نیاز به سرگرمی های جدید دارند. برنامه سرگرمی دختران ایران از این دست می باشد. یک داستان تعاملی تصویری جذاب با محوریت زنان موفق ایرانی. البته دختران ایران محصولی نیست که بتوان آن را یک بازی کامل نامید و بیشتر یک کتاب قصه تعاملی است. تنها یک حالت جورچین و پیدا کردن اشیاء در صفحه داستان، مینی گیم های



flower

فلاور (flower) یک بازی ویدئویی شاعرانه ماجراجویی است. بازی فلاور شامل هیچ متن و محاوره‌ای نمی‌باشد، و بازیکن باید کنترل باد را توسط دسته بازی بدست گیرد و با دمیدن آن گلبرگ‌های گل را در هوا به حرکت درآورد.

flower



ماطراحان بازی، والدین بچه‌ها هم محسوب می‌شویم! بازی‌های ویدئویی و مسئولیت اجتماعی



محمد مهدی شقایقی

حقیقی هستند. این بحث مهم برای کشور ما، بسیار حیاتی‌تر است چرا که به رده‌بندی سنی بازی‌های ویدئویی و خوراک رسانه‌ای کودکان و نوجوانان آنچنان که باید باشد، توجهی نمی‌شود؛ و کودکان و نوجوانان تقریباً به همه بازی‌های ویدئویی (تلفن همراه، کامپیوترهای شخصی و کنسول‌ها) بدون واسطه، دسترسی دارند؛ متأسفانه بیشتر والدین (نه همه آن‌ها) هم توجه چندانی به این موضوع نمی‌کنند.

پس بازی‌سازها باید هرچه بیشتر به مسئولیت اجتماعی خود عمل کنند و مواظب تاثیرات بازی‌هایشان روی گیمرها باشند. به لحاظ فنی، مکانیک بازی و گیم پلی، اگر خوب و سرگرم‌کننده باشند، پوسته و داستان بازی را می‌توان به هر شکلی درآورد؛ یعنی دست بازی‌ساز است که بازی‌اش به چه شکل و صورتی باشد.

آقای Raph Koster، طراح بازی برجسته و اندیشمند حوزه بازی‌ها، در کتاب (A Theory of Fun for Game Design) یک نظریه سرگرمی در طراحی بازی (،) به موضوع مسئولیت اجتماعی بازی‌سازها، اینگونه پرداخته است:

"آیا بازی‌ها ابزارهایی برای شر هستند یا خیر؟ آیا بازی‌ها در بهترین حالت مسایلی پوچ و بی‌هوده هستند یا در بدترین حالت؟ پاسخ به این سوالات بسیار مهم است، البته نه فقط برای این که کسانی که در این حوزه کار می‌کنند شب‌ها خواب راحت‌تری داشته باشند بلکه بیشتر برای دلگرم شدن کسانی

شاید از بنده بپرسید که چرا این دو عبارت را کنار هم آورده‌ام. در نگاه اول، بازی‌سازها برای خوشحال کردن گیمرها و ایجاد لحظات لذت بخش و البته کسب درآمد، بازی می‌سازند. اما اگر کمی دقت کنید، ماجرا کمی پیچیده‌تر از این حرف‌هاست. بازی‌های ویدئویی، فقط بازی و سرگرمی نیستند.

آقای Roger Caillois، انسان‌شناس معروف، در کتابش با عنوان Man, Play and Games (انسان، بازی و سرگرمی)، بازی‌ها را در وهله اول "ابزاری برای انتقال فرهنگ" معرفی می‌کند.

به بیان دیگر، بازی‌سازها رسانه‌اند و رسانه‌ها، منتقل‌کننده اطلاعات و پیام‌ها. این اطلاعات در هر صورت، روی ضمیر ناخودآگاه گیمرها تاثیراتی می‌گذارند. از همین رو، این روزها برای آموزش کودکان در حوزه‌های مختلف، به طور فزاینده‌ای از بازی، خصوصاً بازی‌های ویدئویی کمک گرفته می‌شود تا در پوشش بازی و سرگرمی، موضوعات مختلف به کودکان منتقل شود، چرا که به عقیده آقای Jeff Kaplan در زمینه رشد اجتماعی کودکان: "بسیاری از تعاملات میان فردی کودکان پیش دبستانی، در چارچوب بازی روی می‌دهند و..."، بازی، بهترین وسیله برای رشد و شکوفایی احساسات کودک و بهترین راه برای پرورش هیجان‌ها و عواطف اوست. در حین بازی است که او چگونگی بروز عواطف، کنترل و ارضای مناسب آن را یاد می‌گیرد. هر چند کودک بین واقعیت و بازی فرق قائل است، ولی در عین حال، صداقت کودکانه را در بازی، ظاهری می‌سازد. احساس‌ها، تشویق‌ها و اضطراب‌های کودک در ضمن بازی،





می‌کند. به هر حال برای درست شدن یک املت، تخم مرغ‌ها باید شکسته شوند. برای رسیدن به قابلیت‌های بالقوه این رسانه ناچار خواهیم بود از برخی مرزها عبور کنیم و ناگزیر کارهایی انجام دهیم که ممکن است دیگران را آزرده کند. نظر ما به طور قطع این است که بازی فقط یک تفریح صرف نیست. آثاری که ما تولید می‌کنیم می‌تواند به دیگران شوک وارد کند، آن‌ها را اذیت کند یا موضوعاتی را مطرح کند که با عقاید باارزش در تعارض باشد. چیز عجیبی نیست، همه‌ی رسانه‌ها این کار را انجام می‌دهند. وظیفه‌ی من این است که تضمین کنم هیچ کس آسیبی نخواهد دید."

واقعاً سخت است، اینکه بازی بسازید که به هیچ کس آسیبی نرساند و "مفید" باشد. پدر و مادرها همیشه دنبال اینگونه بازی‌ها هستند تا خیالشان راحت باشد و بتوانند مدتی فرزندان خود را در جهان بازی، بدون دغدغه و نگرانی، رها کنند.

راف کاستر، در فصل آخر کتابش، مسئولیت اجتماعی بازی‌سازها را چنین جمع بندی می‌کند:

"برای همه ما طراحان بازی، این به معنای کار بسیار دشوار تجدید نظر در نقش‌هایمان در زندگی است. یعنی که خودمان را به عنوان کسی که در مقابل دیگران مسئولیت دارد به حساب آوریم، در حالی که در گذشته خودمان را بی‌مسئولیت و آزاد می‌دانستیم. یعنی نسبت به ابزارهایی که با آن‌ها کار می‌کنیم احترام خیلی بیشتری قائل شویم و احترام بیشتری به مخاطبان خود بگذاریم. مردم سزاوار چیزی بیشتر از یک معمای پرشی هستند. ما باید به عنوان طراح بازی باور داشته باشیم که می‌توانیم این کار را انجام دهیم و همچنین باید اعتقاد داشته باشیم که این کار یک باید است. من به آنچه می‌گویم اعتقاد دارم."

سرانجام، به این معناست که افراد دیگر (کسانی مثل پدر بزرگ من) باید متوجه نقش باارزشی که ما در جامعه ایفا می‌کنیم بشوند. ما احمق‌هایی نیستیم که کارشان فقط انداختن تاس‌های چند وجهی است. ما آموزگاران فرزندان شما نیز هستیم. ما در مقابل پسر بچه‌های ۱۴ ساله بی تفاوت و غیرمسئول نیستیم (البته نه همه‌ی -مان)، ما والدین بچه‌ها هم محسوب می‌شویم. اینطور نیست که فقط برای ایجاد هیجان ولذت همین‌طور چیزهای خون‌آلود و مستهجن را در صفحات تلویزیون سراسر جهان پخش کنیم.

بازی‌ها سزاوار احترام‌اند. ما به عنوان سازنده بازی‌ها باید به آن‌ها احترام بگذاریم و بابتناسیل‌های آن‌ها درست برخورد کنیم. و بقیه‌ی جهان‌یان نیز باید به آنها احترام بگذارند و فضای لازم برای رسیدن بازی‌ها با آن‌چه باید بشوند را در اختیارشان بگذارند."

البته این فقط قسمتی از نظریات افراد متفکر حوزه بازی‌های ویدئویی است. اینکه به غیر از ما، در سایر کشورها نیز تأکید بر ساخت بازی‌های مفید و بی‌ضرر و البته سرگرم‌کننده و جذاب است، نکته قابل تأملی است.



که کار را تماشا می‌کنند: یعنی خانواده، دوستان و فرهنگ‌های ما. اگر بازی‌ها یک مشغولیت و تفریح صرف باشند و نگرانی‌های پدر بزرگ هم به جا باشد، من سعی کرده‌ام با عملکرد مسئولانه و تلاش برای ساختن بازی‌هایی که نشان‌دهنده‌ی حالات بشر باشند، حداقل باعث بروز آسیبی به چیزی نشوم."

جناب کاستر پارافراتر می‌گذارند و به مسئولیت اجتماعی بازی‌سازها، با دید رسالت اجتماعی نگاه می‌کنند:

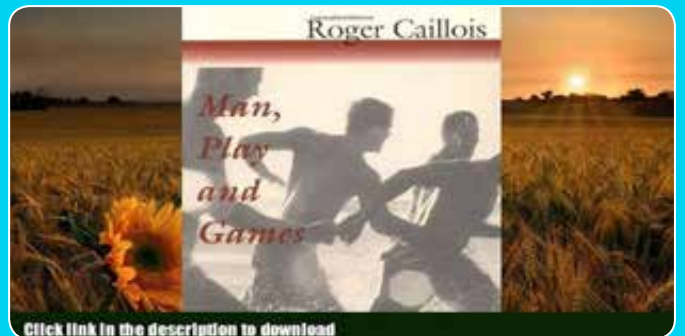
"اگر من با این گمان که این رسانه؛ اسباب بازی هوشمندانه و قدرتمندی است، بخواهم با آن چیزی را ابداع کنم، کم‌ترین چیز این است که مطمئن شوم در این فرایند آسیبی به کسی وارد نمی‌شود. و از آن بهترین است که این اسباب بازی هوشمندانه و قدرتمند را با جدیدیت خیلی خیلی بیشتری به کار بگیرم و با فرض اینکه ابزار قدرتمندی برای کمک به خیر یا شر است، سعی می‌کنم آن را تبدیل به ابزاری برای خدمت به خیر کنم."

این «نظریه‌ی احتمال پاسکال» است. اگر همه چیز فقط یک بازی باشد، من در تمام مدت یک دیوانه بودم، اما اگر این طور نباشد... تنها دوروش مسئولانه برای کار با چنین ابزاری وجود دارد، یا همراه هم از آن فاصله بگیریم و بگذاریم کس دیگری که صلاحیت‌اش را دارد آن را به کار بگیرد و یا خودمان دست به کار شویم و سعی کنیم صلاحیت لازم را به دست آوریم. پاسخ من این است که من خطر نمی‌کنم و دست به کار می‌شوم."

بلیز پاسکال می‌گوید: «اگر خدا وجود نداشته باشد، اعتقادی هم به آن نداشته باشیم اتفاقی نمی‌افتد. اگر خدا وجود داشته باشد، بهتر است که به وجود آن اعتقاد داشته باشیم. بنابراین در هر دو حالت اعتقاد داشتن احتمال صحیح‌تری است.»

این طراح بازی برجسته ادامه می‌دهد:

گودکان من بازی‌هایی می‌کنند، حرف‌هایی می‌زنند و کارهایی می‌کنند که مرا اذیت می‌کند، همان طور که من هم بازی‌هایی می‌سازم که پدر بزرگم را اذیت



Click link in the description to download

بازی‌های آرایشی ساده و دختران آرایشگر ماهر



رضا احمدی

در دنیای امروز بازی‌های دیجیتال دیگر بخشی از زندگی روزمره افراد شده‌اند. طبق تحقیقات سال ۹۶ مرکز پژوهش‌های بنیاد ملی بازی‌های رایان‌های (DIREC) ۲۸ میلیون بازیکن بازی‌های دیجیتال در کشور وجود دارد. طبق این پیمایش ۳۵ درصد از بازیکنان ایرانی را بانوان تشکیل می‌دهند که این نشان دهنده آن است که بخش قابل توجهی از بانوان ایرانی بازی‌های دیجیتالی را دنبال می‌کنند و آن‌ها را انجام می‌دهند. البته بیشتر علاقه بانوان ایرانی مربوط به بازی‌های موبایلی است. این موضوع تا این حد مهم و جالب به نظر می‌رسد که با نگاهی به فروشگاه‌های عرضه کننده بازی‌های موبایلی می‌توان دریافت که در تمامی آن‌ها بخش ویژه‌ای از بازی‌های مخصوص دختران وجود دارد.

بازی‌های این بخش دقیقاً با توجه به علایق جنس مونث طراحی و ساخته می‌شود اما این بازی‌ها و محتوای آن‌ها کاملاً همسوی با فرهنگ و سبک زندگی غربی است. از نمونه‌های این بازی‌ها می‌توان به بازی‌هایی که در آن بازیکن باید نوع آرایش چهره کاراکتر بازی را تعیین کند اشاره کرد.

در نمونه‌های دیگری از این بازی‌ها، می‌توان به بازی‌هایی اشاره کرد که بازیکن باید مدل خاصی را برای موی کاراکتر بازی انتخاب کند و با استفاده از ابزارهایی که در اختیار او قرار داده می‌شود چهره و مدل موی مورد علاقه خودش را برای آن انتخاب کند. سبک دیگری از این بازی‌ها، به طراحی و انتخاب لباس برای کاراکتر بازی می‌پردازد که بازیکن باید لباس‌هایی که توسط بازی‌ساز طراحی شدند را برای کاراکتر بازی انتخاب کند. در این بازی‌ها سعی شده است از کاراکترهای محبوب کارتونی و فانتزی زیبا استفاده شود و با رنگ آمیزی‌های متنوع، جذابیت اینگونه بازی‌ها را افزایش دهند. تنوع زیاد و انتخاب آزادانه در استفاده از مدل‌های مو، لباس و نوع آرایش،





باعث محبوبیت اینگونه بازی‌ها مخصوصاً در بین سنین پایین‌تر شده است. بازی‌هایی با عنوان ولنتاین که در این نوع بازی‌ها روابط بین دخترها و پسرها را به نمایش می‌گذارند و در آن‌ها سعی شده است که چنین روابطی را آموزش دهند. از خرید هدیه و علاقه‌مند کردن کاراکتر دختر گرفته تا رفتن به مهمانی‌ها و خوش‌گذرانی در آن‌ها. این گونه بازی‌ها مخصوصاً برای سنین پایین می‌تواند از روابط دختر و پسر قبح‌زدایی کند و اینگونه روابط را جذاب نشان دهد.

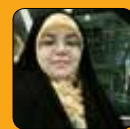
نوع دیگری از بازی‌ها نیز وجود دارد که از آن‌ها می‌توان به عنوان مبلغان فرهنگ غربی نام برد. بازی‌هایی که در آن‌ها جشن‌هایی مانند هالووین (Halloween) معرفی می‌شوند و از بازیکن خواسته می‌شود تا کاراکتر بازی را برای حضور در چنین جشن‌هایی آماده کند. متأسفانه در برابر این هجوم عظیم، ما در موضع انفعال قرار داریم. ظاهر ساده این بازی‌ها و همچنین مخاطب آن‌ها یعنی دختران خردسال و کودک به کوچک‌پنداری موضوع سوق داده شده‌اند. در کشور ما بازی‌هایی که دارای سبک آرایشی (مانند آرایش چهره، مدل مو، کاشت ناخن، لاک زدن، تاتو کردن) و یا سبک مد و طراحی لباس هستند اغلب توسط دخترانی که سن پایینی دارند انجام می‌شود که این امر سبب می‌شود آن‌ها در سنین پایین با لوازم آرایشی و نحوه استفاده از آن‌ها آشنا شود و در انتخاب نوع پوشش نیز در زندگی واقعی تحت تأثیر آن‌ها قرار بگیرند. در واقع در هفت سال اول زندگی کودکان به دلیل شکل نگرفتن شخصیت و نیز بالا نبودن سطح دانش و شناخت عمومی باید توجه ویژه‌ای به فعالیت‌های آنان داشت.

تعداد این بازی‌ها در فروشگاه‌های عرضه‌کننده بازی‌های موبایلی بسیار زیاد و دسترسی به آن‌ها بسیار آسان است. برای این که تأثیر این گونه بازی‌ها بر ذهن کودکان مخصوصاً دختران، کاهش یابد چند گزینه وجود دارد. شاید ساده‌ترین راه حذف و یا فیلتر کردن این گونه بازی‌ها از فروشگاه‌های عرضه‌کننده باشد که این امر می‌تواند باعث بروز مشکلات جدیدی از جمله روی آوردن مخاطبان به فروشگاه‌های خارجی و مواجه شدن با دنیای جدیدی که دیگر نظارتی بر محتوای آن‌ها نیست شود.

راه سخت‌تر ولی در عین حال موثرتر، این است که فرهنگ صحیح استفاده از بازی‌ها را در جامعه گسترش دهیم. برای اشاعه این فرهنگ نقش والدین بسیار مهم و جدی به نظر می‌رسد. با آگاه کردن خانواده‌ها از آسیب‌های ذهنی و روانی بازی‌ها و نظارت دقیق‌تر خانواده‌ها در انتخاب و نحوه بازی کردن فرزندانشان می‌توان تأثیر این گونه بازی‌ها را تا حد زیادی کاهش داد.

بازی‌های دخترانه، فرصت یا تهدید؟!

آسیب‌شناسی داستان بازی‌های دخترانه



ماه‌منیر داستان پور

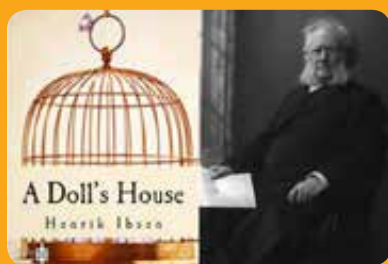
مهم‌ترین وظیفه‌اش کسب درآمد است. گرچه فرزند کوچکی در خانه دارد؛ اما مسئولیت مادری را کنار گذاشته و ترجیح می‌دهد؛ عصبانیت و بدخلقی مشتریان کم‌صبر را به جان خریده و از آنها سکه دریافت کند. نمی‌دانم چیزی درباره‌ی نمایشنامه‌ی خانه‌ی عروسک شنیده‌اید یا نه؟ داستان نورا، زنی زیبا، ظاهراً نادان و بوالهوس که می‌تواند به راحتی ولخرجی کند و هر چه می‌خواهد برای خود بخرد. زنی که نه پدر و نه همسرش، جز اینکه موجود فریبنده‌ای باشد؛ توقع دیگری از او ندارند! هیچ‌کدام از آنها نمی‌خواهند نوراعقل و درایت داشته باشد؛ یا در امور مهم زندگی دخالت کند تنها باید زیبا باشد و بس!

دختر! شما او را چگونه می‌بینید؟ از او چه می‌دانید؟ برای شناخت مناسب او بیشتر درباره‌ی کدام جنبه‌ی وجودیش توجه می‌کنید؟ به هویت انسانی یا شکل ظاهریش؟ به زیبایی، لطافت و شکنندگی بیشتری که نسبت به جنس مخالفش دارد یا صبوری، هوش و مقاومت بالاترش در برابر پسران؟ این نه به آن معناست که پسران ما از هوش کمتری برخوردارند؛ اما در برخی موارد دختران قدرت تحلیل و ریزبینی بهتری دارند.

بسیار خوب؛ حالا بیایید یکبار با توجه به این توانایی‌ها، بازی‌هایی که برای آنها طراحی شده را از نظر بگذرانیم. انواع و اقسام گیم‌های پر زرق و برقی که طبیعتاً با روحیه‌ی زیبایی دوست آنها سازگار است و دختران بر اساس طبیعت ساختاری و روحی‌شان، به آن جلب می‌شوند.

اما این بازی‌ها برای دختران چه داستان‌هایی را روایت می‌کنند؟ اصلاً چرا این بازی‌ها برای دختران ساخته می‌شود و چه قصدی از بیان این داستان‌ها در قالب بازی‌های رایانه‌ای برای دختران وجود دارد؟ این همان سوال مهمیست که از ابتدای کلام سعی دارم شما را به پرسیدن آن ترغیب کنم. قصه‌ی این گیم‌های نه چندان مهیج، اما پر زرق و برق و رنگارنگ چیست و از کجا نشأت می‌گیرد. شاید لازم باشد برای تقریب ذهن شما به چند گیم موبایلی خوش ساخت اشاره کنم. مثلاً چند بازی که توسط گوگل پلی ارائه شده و هر کدام توانسته‌اند امتیاز بالایی برای خود از میان مخاطبین داخلی و خارجی، کسب کنند را نام می‌برم. گیم‌هایی از قبیل *Delicious* و *fashion fantasy*، *Gymnastics Queen*، *Emilys Miracle of Life* که ممکن است هر یک از ما، حتی یکبار به خاطر دیراین زیبا و گرافیک بالایی که دارند؛ امتحانشان کرده باشیم. اینها و حتی نمونه‌های ایرانی‌شان که متأسفانه بدون توجه به تأثیراتی که ممکن است روی مخاطب بگذارند؛ ساخته و منتشر شده، چه داستانی را برای کودک ما تعریف می‌کنند؟ ماجرای دختری که تصمیم گرفته از خودش عروسکی زیبا بسازد که حسادت تمام زنان پیرامون خود را برانگیزد؟ ضمناً نباید مسئله تأثیرگذاری روی مردان را نیز از یاد ببریم که یکی از مهمترین اهداف این بازی‌هاست! ساخت و ارائه موجودی به جامعه که چیزی جز ظاهر فریبنده‌اش ندارد. یا نه، قصه‌ی ژیمیناستی که باید روی تشک، مانند افسونگری اغواگر حاضر شده و به همین سبب لازم است لباس‌هایی برای خود انتخاب کند و به نوعی چهره‌اش را آرایش کند؛ که بیش از هر چیز دیگر اندام جذاب و زیبایی ظاهریش را در چشم مخاطبین نمایش دهد. حتی حرکاتی که انتخاب و اجرا می‌کند؛ باید با پوشش مجذوب‌کننده و زیبایی فریبنده‌اش توازن داشته باشد. اما نوع دیگری از این بازی‌ها هم وجود دارد؛ زنی که





لطفاً یکبار دیگر به عباراتی که در تعریف نورابیان کردم توجه کنید؛ اوزبیا ، نادان و بوالهوس است . به نظر شما این تصویری از زنان داستان های گیم های دخترانه نیست ؟ حتماً شما هم مثل من به این نتیجه رسیده اید که بازی هایی که امروزه در جهان برای دختران طراحی می شود ؛ قصد دارد او را به ظاهربینی و ظاهر سازی تشویق کند ؟ رفتاری که نورادر خانه ی عروسک ؛ آن را موجب بدبختی خود می اند و از دیدگاه پدر و شوهرش که او را جوجه ی کاکلی می خواند ؛ خسته شده ! ایبسون در نمایشنامه ی خانه ی عروسک می خواهد این نوع نگاه را به دختران نکوهش کند . دیدگاه غلطی که دنیای امروز آن را رفته رفته توسط چنین بازی ها و داستان های مجاب کننده ی آنها به صورت ارزش در می آورد .

قصه ها ، قصه ها ، قصه ها بدون اینکه خودمان متوجه شویم ؛ می توانند تأثیر بسزایی در زندگی ما داشته باشند و چه اسلحه ای کشنده تر از یک بازی زیبا که می تواند با داستان مسحور کننده ی خود ، و با بردن ما به عالم رؤیا ، قدرت تفکرمان را سلب کرده و قصد و هدف خود را اجرا کند .

ولی اگر قرار باشد به جای این دست بازی ها که نه تنها سودی برای دخترانمان ندارند و ضررهای بسیاری به او می زنند ؛ گیم هایی ایرانی برای فرزندانمان طراحی کنیم ؛ چه موضوعاتی را می توانیم پیشنهاد دهیم ؟ بازنامه نویسان ما با استفاده از کدام دست مایه ، قادر خواهند بود نمونه های بهتری به دختران ایران ارائه دهند ؟ کمی فکر کنید . شاید با نگاهی موشکافانه در اطرافمان ، هزاران قصه ی جذاب بیابیم ؛ که قدرت پرورش شایسته ی عزیزانمان را داشته باشد . دخترانی که مادران ایران زمین خواهند بود و باید جامعه ساز باشند . برای نمونه چند زن را مثال می زنم که بخشی از زندگی آنها می تواند بهانه ی ساخت و قصه ی بازی های دخترانه باشد . مانند مهمترین پهلوان زن ایرانی در شاهنامه ، گردآفرید که با زیرکی ، جان تمامی مردم شهرش را از گزند تورانیان نجات داد ، بدون آنکه کوچکترین آسیبی به آنها برسد .

امادرتاریخ و ادبیات معاصرمان هم کم نیستند زنانی که داستان زندگیشان می تواند دستمایه ی بازی های هیجان انگیز و پرماجرای دختران باشد . به طور مثال ، زهرا حسینی ، قهرمان کتاب دا ، که سختیهای زندگی پرمخاطره اش در سال های جنگ به نثر درآمده و بسیار مورد توجه قرار گرفته است . همین طور ماجرای سیده طاهره هاشمی که سه سال پس از انقلاب ، در حالی که تنها یک دختر نوجوان بود ؛ توسط منافقین کشته شد . همچنین نرگس حیدرپور که در جریان اشغال قصر شیرین حضور داشته و بسیاری دیگر از زنان نامدار ایرانی که می توانند قهرمان بازی های دخترانه ی ما باشند و مهمترین آرزای ما ، باعث رشد و بالندگی عزیزانمان شوند .

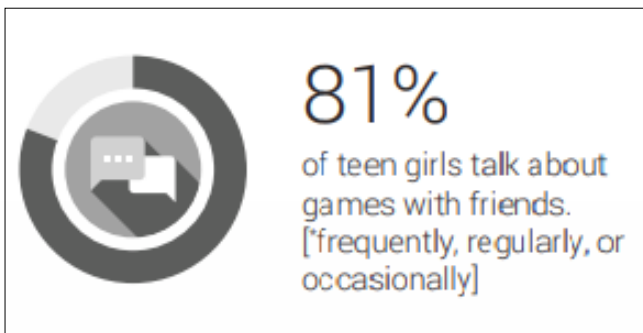
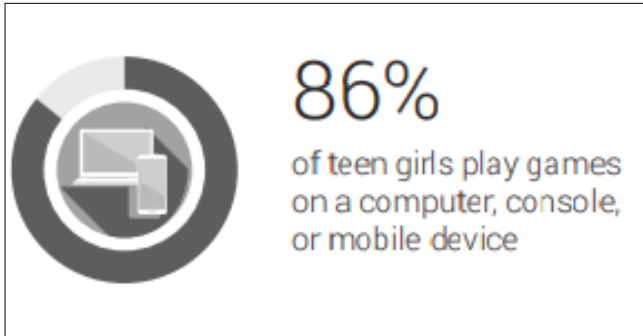
در آخر دوباره اشاره می کنم به این امر مهم ، که داستان های ما می توانند ؛ تیغ برنده ای باشند ؛ طراحی شده برای اینکه در قالب یک بازی دخترانه ، به جراحی روح جامعه سازان و تربیت کنندگان فرزندانمان بپردازند . پس بهتر است طراحان بازی های رایانه ای و همین طور بازنامه نویسان ، بیشتر درباره ی اینکه چه داستانی را به عنوان محتوا ، در گیم های خود می گنجانند ؛ فکر کنند و با تحقیقات بیشتر و در نظر گرفتن تأثیراتی که ممکن است روی مخاطب خود بگذارند ؛ قصه های جذاب ، اما سودمندی را مطابق با فرهنگ ، ادبیات و رسوم ایرانی ، دستمایه ی ساخت بازی های دخترانه قرار دهند . داستان هایی که از مهمترین عناصر جامعه ی ما ، فرصت بسازد ؛ نه تهدیدی برای نابودی ایران .



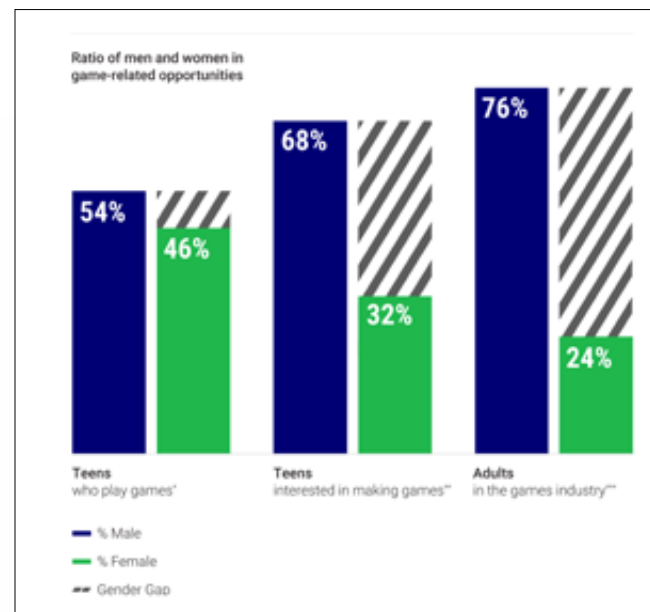
مشارکت دختران در عرصه بازی سازی



● سعیده جنتی



یک بازیکن بازی های دیجیتال را در ذهن خود مجسم کنید. آیا فردی که تصور کردید شلوار جین، کفش ورزشی و تی شرتی با عکس بازی مورد علاقه خود پوشیده و یک هدفون پیشرفته بر روش گوش خود دارد؟ صادقانه بگویید که آیا فرد مجسم شده یک پسر است؟ خیالتان راحت! اگر تصورتان اینگونه بوده، شما تنها نیستید چرا که علی رغم نسبت مساوی زنان و مردان در آمارهای جنسیتی بازیکنان در سال های اخیر، این تصور قالبی هنوز وجود دارد که بازی کردن امری پسرانه است. اگرچه زنان بسیاری در سراسر جهان بازی های دیجیتال را دنبال می کنند اما سهم زنان در تولید این دسته از بازی ها بسیار کم است. آمارها حاکی از آن است که تعداد زنان بازی ساز از سال ۲۰۰۹ دو برابر شده اما هم چنان شاهد سلطه قابل توجه مردان بر این حوزه هستیم.



Association) زنان و مردان بازیکن سهم تقریباً برابری در دنیای بازی های دیجیتال دارند اما سهم آن ها به طور برابر توزیع نشده است. بدین معنا که آمار بازیکنان در حوزه بازی های موبایلی، free-to-play و نقش آفرینی، نشان از تساوی این دو جنس دارد اما در بخش بازی های کنسول زنان سهم کمتری دارند چرا که بسیاری از بازی های کنسولی با هدف جلب توجه مردان بازیکن، ساخته و توزیع می گردند.

آنا میشل لاواندیر، روزنامه نگار و بازیکن، می گوید که بسیاری از دخترانی که بازی های دیجیتال را انجام می دهند از اینکه به عنوان "بازیکن (gamer)" شناخته شوند، خجالت می کشند. مثلاً ۴۸ درصد از زنان در آمریکا اعلام نمودند که بازی های دیجیتال را بازی می کنند اما تنها ۶ درصد از آن ها به عنوان بازیکن شناخته می شوند در حالی که ۱۵ درصد از مردان آمریکایی به خود عنوان بازیکن می دهند. دلالت های جنسیتی موجود در فرهنگ بازی های دیجیتال در کنار بازاریابی مردانه آشکار این دسته از بازی ها موجب گردیده تا زنان تمایل کمی داشته باشند که با برچسب بازیکن شناخته شوند.

امروزه چالش و حتی فرصت موجود برای صنعت چندین میلیارد دلاری بازی های دیجیتال، تولید ژانرهای جدید بازی با عناوینی جذاب برای زنان است. این امر نیازمند رویکردی جامع است که مشکلاتی نظیر تبلیغات جنسیتی و تصور کلیشه ای اجتماعی پیرامون بازی به همراه کمبود مشارکت زنان در ساخت بازی ها در بخش های مختلف را مدنظر قرار دهد. ایجاد تعادل در تناسب جنسی کارکنان شاغل در شرکت های بازی سازی، بی شک منجر به ساخت بازی هایی بهتر و متنوع تر متناسب با سلیقه زنان بازیکن و ایجاد محدودیت در تولید کاراکترهایی با تصور قالبی خواهد شد.

آیا دختران تمایلی به مشارکت در ساخت بازی ها دارند؟

تصور قالبی پسران بازیکن از کجا آمده است؟

ریشه تصور قالبی پسرانه از بازیکنان بازی های دیجیتال به دهه ۱۹۷۰ میلادی برمی گردد، زمانی که بازی های دیجیتال برای اولین بار شروع به کسب محبوبیت از سوی افراد مختلف نمودند. بازی های اولیه تولید شده در این صنعت، ماهیتی دوستانه و خانوادگی داشته که طیف وسیعی از مخاطبان اعم از کودکان و بزرگ ترها - و نه تنها پسران - را در بر می گرفتند. پس از آن صنعت بازی های دیجیتال دچار افت گردید و سازندگان بازی رویکرد متفاوتی را برای مبارزه با این رکود در پیش گرفتند. آن ها بودجه های کم مالی خود را بر روی گروه هدف خاصی پسران متمرکز ساختند. هرچند که نمی توان این امر را تنها عامل ایجاد اختلاف جنسیتی میان بازیکنان دانست اما این رویداد بیش از پیش موجب گردید تا دنیای بازی های دیجیتال جذابیت بیشتری برای پسران و مردان بازیکن نسبت به دختران و زنان داشته باشد.

مطابق آمارهای منتشر شده توسط ESA (Entertainment Software

■ دختر دانش‌آموز پایه دوازدهم:

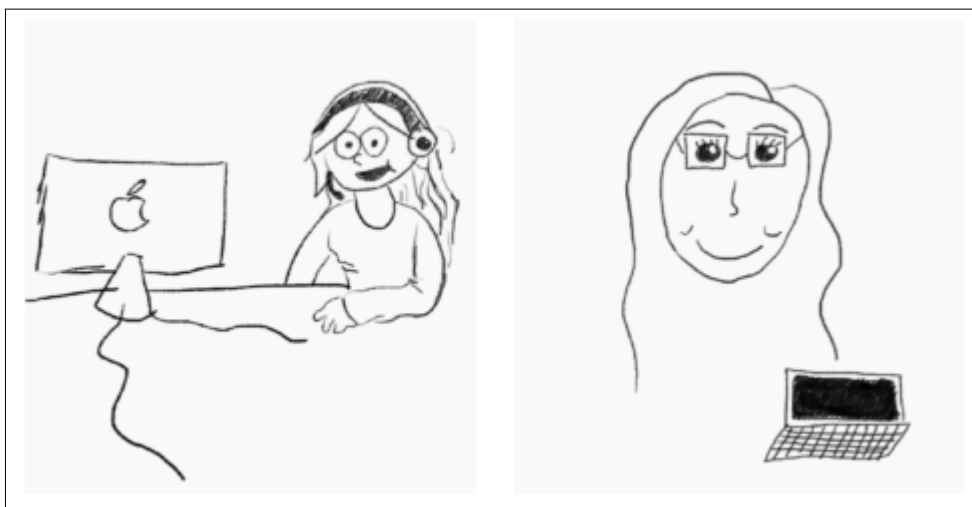
وقتی یک دختر میگه که من میخوام یک بازی دیجیتال بازی کنم، پسر میگن که حالا فقط اسم ۵ تا از بازیکن رو بگو! وقتی دختر باشی تنها باید زمانی وارد میدان بازی بشی که ثابت کنی تو میتونی."

■ دختر دانش‌آموز پایه نهم:

تصور که دختر رنگ صورتی رو دوست دارند و پسران رنگ آبی، این تصور هم وجود داره که دختری عروسک باربی و اینستاگرام رو دوست دارند و پسران بازی های دیجیتال رو. آدمها همیشه در معرض تصورات قالبی هستن و این تصورات هستند که فکر، گفتار و نگاهشون رو تحت تأثیر قرار میده."

■ دختر دانش‌آموز پایه دوازدهم:

یک تی شرت با عکس جنگ ستارگان می پوشم و همین نشون میده که فیلم و کاراکتر مورد علاقه من چیه. من نیازی ندارم که خودم رو به دیگران ثابت کنم."



سوگیری های جنسیتی، اثری منفی بر روی زنان بازیکن دارد

زنان تمایل کمتری دارند که:

■ ژانرهای مختلف بازی را جستجو کنند: بخش اعظمی از زنان تنها دو یا چند ژانر محدود را دنبال می کنند در حالی که اکثر مردان بیش از سه ژانر را بازی می کنند.

■ با دوستان خود درباره بازی گفتگو کنند: مردان بیش از زنان پیرامون تجربیات خود از بازی با یکدیگر گفتگو می کنند (۴۴٪ در مقابل ۲۷٪).

■ در بازی های موبایلی سرمایه گذاری کنند: مردان بیش از زنان در بازی های موبایلی هزینه می کنند.

■ برای هزینه ای که کرده اند ارزش قائل شوند: مردان بیشتری نسبت به زنان از اینکه در بازی های موبایلی هزینه کرده اند، احساس رضایت و هیجان می کنند (۷۰٪ در مقابل ۵۸٪). در حالی که زنان بیشتری نسبت به مردان از هزینه کرد خود در بازی احساس گناه و پشیمانی می کنند (۲۳٪ در مقابل ۱۶٪).

■ به عنوان بازیکن شناخته شوند: مردان تمایل بیشتری نسبت به زنان دارند که به عنوان بازیکن شناخته شوند (۵۷٪ در مقابل ۲۹٪).

پایگاه تحقیقاتی Newzoo در مطالعات خود پیرامون بازیکنان موبایلی نوجوان در آمریکا، عواملی که منجر به نابرابری جنسیتی در میان تعداد زنان و مردانی که بازی می کنند و در ساخت بازی مشارکت دارند را مورد بررسی قرار داده است. نتایج حاکی از آن است که اگرچه نیمی از بازیکنان نوجوان، زن هستند اما تنها یک سوم از آن ها تمایل به دریافت شغلی مرتبط با ساخت بازی های دیجیتال داشته و تنها یک چهارم از آن ها شخصاً مایل به ساخت بازی هستند. نمودار صفحه قبل فراوانی درصدی بازیکنان نوجوان و بازیکنانی که تمایل به ساخت بازی دارند به تفکیک جنسیت را به نمایش می گذارد.

نتایج این مطالعات نشان می دهد که دختران نوجوان علاقه بسیاری به انجام بازی های موبایلی دارند. ۸۶ درصد از آن ها بر روی سه پلتفرم رایانه، کنسول و موبایل بازی می کنند و ۸۱ درصد از آن ها درباره بازی با دوستان خود گفتگو می کنند. ۵۵ درصد از دختران نوجوان آمریکایی گزارش نموده اند که ایده هایی برای ساخت بازی دارند. بازیکنان نوجوان دختر با سنین بزرگ تر تمایل کمتری به ساخت بازی های دیجیتال نسبت به نوجوانان با سن کمتر دارند (۱۸ درصد در مقابل ۲۴ درصد) هم چنین نوجوانان بزرگ تر تمایل کمتری به این داشتند که بازی های دیجیتال را به عنوان سرگرمی مورد علاقه خود معرفی نمایند (۱۹ درصد در مقابل ۲۴ درصد).

کاهش تمایل دختران به بازی های دیجیتال به ویژه در بخش ساخت آن ها را می توان با شیوع تصورات قالبی جنسیتی به وجود آمده پیرامون این دسته از بازی ها مرتبط دانست. گوگل پلی در پیمایش اخیر خود از دختران

دانش آموز خواسته است تا تصویر ذهنی خود از یک سازنده بازی های دیجیتال را بر روی کاغذ نقاشی کنند. اکثر دختران مشغول به تحصیل در پایه هشتم، تصویر یک زن و اکثر دختران دبیرستانی، تصویر یک مرد را نقاشی کرده اند.

تصویر ذهنی دختران پایه هشتم از یک بازی ساز

تصویر ذهنی دختران پایه دهم و

پایزدهم از یک بازی ساز

بخشی از جملاتی که دختران دانش آموز از تجربیات خود پیرامون بازی های دیجیتال گفته اند را در ادامه می خوانید:

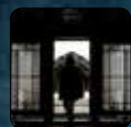




جادو یا تفنگ

کدام سلاح زنانه تر است؟

آنچه طراحان بازی در مورد سلاح های مورد علاقه زنان و دختران در گیم ها باید بدانند!



مترجم: نازنین نوری



به نقل از وبسایت **quanticfoundry** (۲۰۱۷)

سردبیر: کوانتیک فاندری (quanticfoundry) یک شرکت تحقیقات بازار است که سعی دارد تا با جمع آوری داده از سمت گیمرها و تطبیق این داده‌ها با علوم اجتماعی، اطلاعات مفیدی در خصوص عوامل انگیزشی گیمرها و نحوه تعامل آنها با دنیای گیم را به مخاطبان خود ارائه دهد. از این رودر این شماره به دو مطلب داده‌ای - تحلیلی از این سایت که مرتبط با گیمرهای زن است می‌پردازیم.

آنچه **Gamer Motivation Profile** در خصوص گیمرهای زن به ما می‌گوید!

درویسایت Quantic Foundry علاوه بر **Gamer Motivation Profile**، نظرسنجی‌های تحقیقاتی دیگری نیز وجود دارد که بازیکنان می‌توانند در آنها شرکت کنند. این نظرسنجی‌ها به سوالات مختلفی درباره سلیقه گیمرها و ترجیحات آنها در بازی‌ها پاسخ می‌دهند و این امکان را می‌دهند که پاسخ‌های بازیکنان را به متغیرهایی مانند امتیازات انگیزشی، جنسیت و سنشان ربط بدهیم. ۱۲۶۶ گیمر در این مطالعه شرکت کردند. در این نظرسنجی از بازیکن‌ها خواسته شد تا به ترجیحات خود در زمینه ستینگ تم بازی و انتخاب اسلحه امتیاز بدهند. ترتیب تم‌ها برای هر پاسخ دهنده به صورت تصادفی مرتب شده بود. برای جدول بندی و تجزیه و تحلیل، این ترجیحات از (به هیج وجه) تا ۵ (بسیار زیاد) کدگذاری شدند.

به عنوان نمونه به یکی از این سوالات دقت کنید.

گیمر پلی مشابه اغلب می‌تواند در یک گستره متنوع از ستینگ در بازی‌ها اجرا شود. یک بازی در ژانر نقش آفرینی یا اکشن می‌تواند در تم قرون وسطی، آینده علمی-تخیلی یا سفرهای بین کهکشانی یا در توکیو مدرن در ضمن یک حمله قرار گیرد. ما می‌خواهیم بدانیم شما به عنوان یک گیمر، چقدر به گستره‌ای از تم‌ها یا ستینگ‌ها علاقه دارید یا نداشتید.

(به عنوان یک سوال نمونه برای شما خوانندگان گرامی): شما چقدر از بستینگ تاریخی یا تخیلی در موارد زیر لذت می‌برید؟ (با انتخاب یکی از گزینه‌ها بر روی طیف اصلا موافق نیستم تا خیلی موافقم)

گیمرهای زن کدام تم و ستینگ را می‌پسندند؟

جذاب‌ترین ستینگ‌ها، **High Fantasy** (خیال پردازی حماسی) و **Sci-Fi** (علمی-تخیلی) هستند که ترتیبشان میان مردان و زنان متفاوت است. گیمرهای مرد **Sci-Fi** را به **High Fantasy** ترجیح داده و زنان **High Fantasy** را به **Sci-Fi** ترجیح می‌دهند. سومین ستینگ مورد علاقه بازیکنان نیز میان زنان و مردان متفاوت است. برای زنان **Medieval Europe** (اروپا قرون وسطایی) در جایگاه سوم قرار دارد؛ در حالی که مردان **Post-Apocalyptic Earth** (زمین در پسا آخرالزمان) را ترجیح می‌دهند. آخرین جایگاه‌ها در این طبقه بندی به **Contemporary Superheroes** (ابر قهرمانان معاصر)، **Zombie Apocalypse** (دوره آخرالزمان زامبی وار) و با فاصله زیادی به **WWI/WWII** (جنگ جهانی اول و دوم) اختصاص می‌یابد.

گیمرهای مرد به طیف وسیع تری از سلاح‌ها علاقه مندند

به طور کلی، مردان به انواع اسلحه علاقه بیشتری نشان می‌دهند و به جز **Magical Spells** (طلسم‌های جادویی)، به سلاح‌های دیگر مانند گیمرهای زن و بسیار بیشتر از آنها امتیاز داده‌اند.

بیشترین تفاوت میان ترجیحات این دو جنسیت مربوط به **Conventional Guns** (سلاح‌های متعارف / تفنگ) و **Sci-Fi Futuristic Laser/Plasma Weapons** (اسلحه لیزری / پلاسمایی پیشرفته) است که آقایان علاقه بیشتری به این نوع سلاح‌ها نشان داده‌اند. این نتایج با نتایج نمودار ستینگ موضوعی بازی که در آن خانم‌ها به **WWI/WWII** و **Sci-Fi** رای کمتری داده‌اند، هماهنگ است.

گیمرهای زن در مورد نحوه کشتن دیگران مشکل پسند تر هستند

تفکر غالب حاکی از این است که خانم‌ها از بازی‌های خشونت آمیز دوری می‌کنند؛ در حالی که نتایج نشان می‌دهد که واقعیت ممکن است بسیار پیچیده تر و جالب تر از اینها باشد. به طور مثال، کشتن دیگران با طلسم‌های جادویی و شمشیر در کنار گزینه‌های دیگر، جزو انتخاب‌های زنان گیمر به شمار می‌آید. در واقع نکته جالب توجه این است که آنها به اندازه مردان به سلاح‌های مورد استفاده در نبردهای تن به تن و خشونت بار (شمشیر/چکش) تمایل نشان داده بودند.

به نظرمی رسد تفاوت جنسیتی همان طور که در نمودار ستینگ تم بازی مشاهده کردیم، بیشتر در ارتباط با تقابل **Sci-Fi/War/High Fantasy** دیده می‌شود. خانم‌ها در مقایسه با آقایان به طلسم‌های جادویی، شمشیر و کمان رای بیشتری داده و به سلاح‌های متعارف، لیزری، موشک انداز مواد منفجره اشتیاق کمتری نشان داده‌اند. بنابراین، می‌توان گفت که زنان گیمر از کشتن دیگران ابایی ندارند؛ بلکه به استفاده از سلاح‌هایی که مربوط به جنگ‌های واقعی هستند، تمایلی نشان نمی‌دهند. حتی سلاح‌های علمی-تخیلی و مدرن مانند لیزری و پلاسمایی هم می‌توانند برای آنها واقعی تلقی شوند؛ چرا که جنگ افزارهایی پیشرفته به شمار می‌آیند.

این یافته‌ها نشان دهنده ترجیحات جنسیتی در زمینه تکنولوژی در بازی‌ها هستند به نظرمی رسد که تقابل **Sci-Fi/War/High Fantasy** و **Spells/Guns/Swords**، منعکس کننده تفاوت‌های اساسی در نگرش به عناصر تکنولوژیکی بازی است. این موضوع در قالب پرسشی که در تحقیق قبلی از ۱۰۸۲ بازیکن پرسیده بودیم مطرح شده بود که در آن از گیمرها خواسته شده بود تا در یک بازی استراتژیک فرضی یکی از ۳ فکشن (دسته) را انتخاب کنند.

همسو با نتایج به دست آمده در بخش‌های قبلی، گیمرهای زن گزینه‌های ۱ و ۲ (یعنی دسته بازی‌های استراتژیک با محوریت طبیعت و جادو) را انتخاب کرده بودند؛ در حالی که مردان گزینه ۳ (بازی‌های استراتژیک با محوریت تکنولوژی) را ترجیح داده بودند (به میزان ۲/۴ بیشتر).

در این قسمت نیز مجددا شاهد تمایل بیشتر خانم‌ها به **High Fantasy** و تمایل بیشتر آقایان به تکنولوژی هستیم.

هماهنگ با یافته‌های تقابل **Sci-Fi/War/High Fantasy** در زمینه ترجیحات ژانر این یافته‌ها بارخی دیگر از یافته‌های اخیر مرکز کوانتیک فاندری، مانند این که ۳۶٪ از خانم‌ها **High Fantasy MMO** و تنها ۱۶٪ از آن‌ها **Sci-Fi MMO** بازی می‌کنند، همسوی بوده و نشانگر این موضوع هستند که نیروی محرکی در زنان وجود دارد که آنها را به سمت المان‌های **High Fantasy** می‌راند. یک فرضیه این است که این عناصر (بر خلاف جنگ‌های متعارف) از لحاظ تاریخی در رسانه‌های دیگر مانند کتاب، تلویزیون و فیلم برای خانم‌ها بیشتر تبلیغ شده و در نتیجه اثر بیشتری بر آن‌ها گذاشته‌اند و فرضیه دیگر می‌تواند نشان دهنده این موضوع باشد که جنبه‌هایی از چگونگی کنار هم قرار گرفتن تم / مکانیک / نمایش بازی در ژانرهای بازی برای خانم‌ها از اهمیت بیشتری برخوردارند. برای مثال، بازی‌های **High Fantasy** دارای آپشن‌های بیشتری برای شخصی سازی کاراکتر هستند و یا گیمر پلی داستان-محور قوی تری نسبت به بازی‌های **WWI/WWII** که کاراکترهای زن قابل بازی در آنها دیده نمی‌شود، دارند.

تجدید نظر در مورد ماهیت **FPS** (تیراندازی اول شخص)

در نهایت باید از این نتیجه‌گیری که خانم‌ها علاقه‌ای به بازی‌های خشونت آمیز ندارند و تنها ۴٪ از آنها بازی‌های تاکتیکی تیراندازی را انجام می‌دهند، صرف نظر کنیم. این اعداد بیشتر نشانگر فرصت‌های بازار هستند و نه علایق خانم‌ها! در واقع باید گفت که در این نوع بازی‌ها جنگ نسبت به خشونت نمود بیشتری دارد. برای مثال، اگر بازی‌های مبارزه‌ای و تیراندازی در یک محیط **High Fantasy** انجام می‌شود، قطعاً زنان درصد بالایی از بازیکنان را تشکیل می‌دهند؛ چرا که ترجیح می‌دهند با سلاح‌هایی از جنس شهاب و یخ و طلسم‌های جادویی مبارزه کنند. در واقع وقتی از یک جنبه دیگر به **FPS** نگاه می‌کنید، متوجه می‌شوید که این نوع بازی در هدف‌گیری و کلیک کردن روی آدم‌هایی که باید قبل از این که شما را بکشند، آنها را به قتل برسانید، خلاصه می‌شود و استفاده از تفنگ تنها یکی از راه‌هایی است که می‌توانید این کار را انجام دهید.

سرمان را بالا می‌گیریم و بازی می‌سازیم! نظرات زنان فعال در صنعت گیم ایران

سردبیر: یکی از حوزه‌های مهمی که در زمینه زنان و بازی‌های دیجیتال می‌توان به سراغ آن رفت، بحث در خصوص شکاف جنسیتی و همچنین بازنمایی کاراکترهای زن در بازی‌ها می‌باشد. از این رو با طرح سؤالاتی سعی کردیم تا نظرات چهارتن از زنان فعال در صنعت بازی‌های دیجیتال ایران را جویا شویم. از سرکار خانم‌ها طباطبایی، طاهایی، گودرزی و خدایی بابت وقتی که گذاشتند تشکر می‌کنیم.

The screenshot shows a WhatsApp chat interface. At the top, the contact name is 'Bazibaan Online'. The chat contains three messages from different users, each with a profile picture icon.

Message 1: به نظر شما بازی کردن (گیمینگ) یک فعالیت پسرانه است یا دخترانه؟

Message 2: سیده مریم طباطبایی

هر دو، کافی هست برای پی بردن به این موضوع به کودکانی نگاه کنیم که در یک کودکستان و یا در جمع خانوادگی دورهم جمع می‌شوند و همگی فارغ از جنسیت مشغول بازی کردن هستند حالا گروهی خاله بازی و گروهی پلیس بازی. بازی کردن مقوله‌ی مستقل از جنسیت هست اما نوع بازی وابسته به تفاوت‌های روحی دختر و پسر تفاوت می‌کند. اما مسئله‌ای که هست در بازی‌های ویدیویی غالباً سبک‌هایی ساخته شده که با روحیات پسرانه سازگار بوده است و همین امر باعث شده که این شبهه به وجود بیاید که اصولاً خانم‌ها اهل بازی کردن نیستند و این فعالیت را خاص پسران بدانند.

Message 3: نجمه طاهایی

به نظر من کلا سرگرمی جنسیت نداره و برای تغییر روحیه یا افزایش مهارت واجبه.

Message 4: هانیه گودرزی

در لغت نامه دهخدا بازی به معنی سرگرمی می‌باشد. در فرهنگ معین بازی به معنی فعالیت جسمی یا ذهنی برای سرگرمی یا تفریح است. در هیچ کجا و هیچ کتابی برای بازی معنای جنسیتی وجود ندارد. در بازی‌های رایان‌های، موبایل و یا کنسول هم می‌توانیم از همین تعاریف استفاده کنیم.

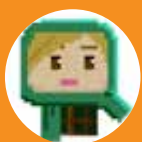
همانگونه که پسرها نیاز به سرگرمی دارند دخترها هم نیازمند سرگرمی هستند و هیچ تفاوتی بین بازیکن دختر و یا پسر وجود ندارد. همانگونه که در بسیاری از فعالیت‌هایی که جنبه سرگرمی و یا حتی جدی دارد مانند نقاشی، موسیقی، خیاطی، آشپزی جنسیت معنا ندارد، در بازی کردن به صورت حرفه‌ای یا کنسول و یا موبایل و کامپیوتر این جداسازی نیز وجود ندارد. البته بیان این نکته هم ضروری است که از نظر کمیت، پسرها در این زمینه با توجه به نگرش اجتماعی و خانوادگی و آزادی بیشتر، فعال‌تر هستند.



سیده مریم طباطبایی کارشناس ارشد فناوری اطلاعات ، مدرس دانشگاه ، از سال ۱۳۹۰ وارد حوزه ی بازی سازی شدم و از شهریور ماه ۱۳۹۷ به عنوان بنیانگذار استودیو بازی سازی مَندی مشغول به فعالیت هستم .



هانیه گودرزی هستم مدیر پروژه و تولید بازی . در بیش از ۲۰ پروژه فعالیت داشتم که معروف ترین آن ها بازی خاله قزی است . هم اکنون مضاف بر بازی سازی در حوزه خدمات ارزش افزوده برای بازی ها در دستر اپراتوری (VAS) فعال هستم .



من نجمه طاهایی هستم . آرتیست گیم هستم و حدود ۷ سال در این حوزه فعالیت می کنم .



فاطمه خدایی هستم . فوق لیسانس هوش مصنوعی . از سال ۸۸ در زمینه تولید بازی تلفن همراه فعالیت داشتم . مدیرعامل شرکت هستم و برنامه نویسی میکنم .





نجمه طاهایی

از نظر سلیقه‌ی رفتاری تقسیم‌بندی‌هایی کردند. مثلاً پسرها طبق الگوی رفتاری که حتی در دوران کودکی هم بروزش قابل پیگیری، علاقه به تخریب دارند یا شکار و مالکیت. که خوب برای سلیقه‌ی مناسب پسرها، بازی‌هایی مطابق با این ذائقه ساختند که پسرها از انجامش لذت ببرند و از آن طرف ممکن است دخترهایی حتی به تعداد محدود از انجام همچنین بازی‌هایی لذت ببرند. از آن طرف بازی‌هایی مثل پو که در مورد نگهداری و رسیدگی به حیوانات خانگی هست، مناسب با الگوی رفتاری دخترها هست ولی با این حساب هستند پسرهایی که از این بازی لذت می‌برند. در اصل به نظر من بازی‌ها بیشتر از اینکه دسته‌بندی جنسیتی داشته باشند، بسته به سلیقه‌ی بازیکن چه دخترچه پسر، می‌توانند لذت بخش باشند.



هانیه گودری

از دیدگاه من تفکیک بازی‌ها به صورت جنسیتی درست نیست، چه بسا خیلی از همین نوع بازی‌ها مورد علاقه آقایان هم هستند. به صورت کلی علایق و سلیق در بازی‌ها بسیار بستگی به شرایط و روحیات انسان‌ها دارد، و فکر می‌کنم دیدگاه بازی‌های صورتی از همین تفاوت احساسات در خانم‌ها شکل گرفته است. البته باید به این نکته توجه داشت بازیکن‌های کژوال گیم با بازیکن‌های حرفه‌ای بسیار عملکرد رفتاری متفاوتی دارند.



فاطمه خدایی

بازی‌های صورتی، بازی‌های دخترانه هستند، یعنی بازی‌هایی که برای جنس مونث و کودک تولید شده‌اند، این بازی‌ها اغلب شامل کاراکترهای کارتونی، و پرنسس‌ها هستند و اغلب رقابت در آن‌ها وجود ندارد و از آیتیم‌های خشن در آن‌ها استفاده نمی‌شود. این به این معنا نیست که پسران این بازی‌ها را به هیچ عنوان دوست ندارند یا انجام نمی‌دهند بلکه به این معناست که درصد بالایی از گیمرها را جنس مونث تشکیل می‌دهند. همینطور است بازی‌هایی که به عنوان بازی‌های پسرانه معروف هستند، دختران هم این بازی‌ها را انجام می‌دهند اما درصد پسران مخاطب آن بیشتر است.

همانطور که می‌دانید قریب به ۴۰ درصد گیم‌های ایرانی خانم هستند. به نظر شما گیم‌هایی که دختران بازی می‌کنند با گیم‌هایی که پسران بازی می‌کنند فرق دارد؟



سیده مریم طباطبایی

عمدتاً بازی‌های مورد پسند خانم‌ها سبک‌های مدیریتی، استراتژیکی، پازل و از این دست می‌باشد که پسران نیز بازی می‌کنند. تفاوت در تمایل بیشتر به یک سبک بازی است و به این معنی نیست که این سبک‌ها را پسران بازی نمی‌کنند.





نجمه طاهایی

باز هم سلیقه‌ایی است چون دخترهایی هستن که رزیدنت اوپل بازی می‌کنند و بازی‌های هارر اسلشر را دوست دارن و از دیدن خون لذت می‌برند. ولی خوب می‌تواند تعداد بازی‌هایی که دخترها انجام می‌دهند در سال، کمتر از پسرها باشد و در بازی‌های موبایلی گیمرهای دختر نوجوان ممکن است بیشتر به گیمرهای دخترانه مثل مَد ایا باری بیشتر علاقه نشان دهند و آن‌ها را پیگیرانه ادامه دهند.



هانیه گودرزی

خیر بازی کردن وابسته به شرایط و هدف متفاوت است. بسیاری از بازی‌هایی که امروزه به عنوان بازی‌های پسرانه از شما یاد میشه، دارای بازیکنان دختر است. مثال واضحی هم که میشه در همین زمینه در بازی‌های موبایلی خارجی زد بازی کلاش رویال، کلاش اف کلان، نبرد اساطیر و... است که بسیاری از بازیکنان آن‌ها خانم‌ها هستند، در بازی‌های کنسولی هم می‌توان خیلی بازی را نام برد که دختران بصورت جدی بازی میکنند و علاقه شدیدی به سبک‌های آن‌ها دارند مثل آن چارتد، گاد آف وار، رد دد و ...
بیان این نکته ضروری است که در دنیای گیمر بازیکنان متفاوت هستند و نمی‌توان برای همه نسخه‌ای یکسان نوشت. دیدگاه گیمرهای کژوال بسیار متفاوت تر از هاردکور گیمرها یا همان بازیکن‌های حرفه‌ای است. کژوال گیمرها فرا از جنسیت، بازی را وسیله‌ای برای تمدد اعصاب، گذراندن وقت، تمرکز و... استفاده می‌کنند و در شرایط مختلف و حالات متفاوت انتخاب‌های تغییر می‌کند.



فاطمه خدایی

برخی گیمرها مورد توجه هر دو جنسیت هست و برخی گیمرها بیشتر مورد توجه جنسیت مشخصی است. بله آمار، این راه به ما نشان می‌دهد که علاقه مندی خانم‌ها و آقایان متفاوت است.

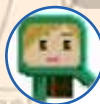


از نظر شما دلیل اینکه دختران و زنان بیشتر سراغ بازی‌های ژانر پازل، آرایی و تعویض لباس (Dressup)، بازی‌های مزرعه‌داری، جورکردنی و... می‌روند چیست؟



سیده مریم طباطبایی

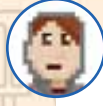
دو دلیل را می‌توان برای این امر آورد. اولاً اینکه خانم‌ها ذاتاً به مدیریت و سازمان دهی امور علاقمند هستند و دوماً سبک گرافیکی که عمدتاً در این نوع بازی‌ها استفاده شده است بیشتر مورد پسند خانم‌ها می‌باشد و استفاده از رنگ‌های شاد و آرت استایل‌های فانتزی و جذاب.



نجمه طاهایی

به نظر من چون احساس می‌کنند با این کار مهارت بیشتری در زندگی واقعی پیدا می‌کنند تا اینکه فقط سرگرم شوند و برای تفریح بازی کرده باشند.





هانیه گودری

بازی های با زانرهای ذکر شده بازی هایی هستند که جنسیت در بازی کردن آن ها نقش به سزایی ندارد (به جز بازی های تعویض لباس و آرایشی). علایق افراد، شرایط و توقعی که در هنگام بازی کردن دارند، سبک بازی را انتخاب می کند. این سوال به این معناست که بازی کندی کرش، آمیرزا، فندوق، گاردن اسکیزو... کاملاً دخترانه است در صورتی که همین بازی ها در گوشی خیلی از آقایان یافت می شود و دررده های بالای لیدر برد این بازی ها آقایان قرار دارند و حتی می توان گفت آقایان در این سبک بازی ها بیشتر از خانم ها خرج می کنند. ولی این که خانم ها به بازی کژوال علاقه مند هستند غیر قابل انکار هست.



فاطمه خدایی

به دلیل ویژگی های شخصیتی جنسیتی، زنان و دختران به بازی های دارای خشونت و استرس علاقه کمتری دارند و در مقابل بازی های فکری و سرگرمی کم تنش را می پسندند. لذا به این زانر بازی هایی که ذکر فرمودید علاقه بیشتری دارند.

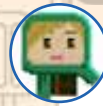


آیا تفکیک بازی دخترانه و پسرانه درست است یا کمک به کلیشه سازی جنسیتی است. تاچه میزان تفکیک بازی های دخترانه از پسرانه لازم است؟



سیده مریم طباطبایی

بازی ها باید نسبت به روحیات متفاوت افراد، ساخته شود و اینکه هر روحیه ای را مخصوص یک جنسیت خاص بدانیم به نظرم از جمله موارد کلیشه ای است.



نجمه طاهایی

به نظر من تاحدی که باعث تغییر روحیه فرد نشود، خیر من موافق تفکیک نیستم چون بازی یک سرگرمیست چه اشکالی دارد دخترانجا کارهای مردانه کند، گول بکشد، زامبی بکشد... همان طور که در سینما دیدن فیلم عمومی است و تفکیک جنسیت نشده، تجربه ی بازی هم مثل فیلم نباید تفکیک جنسیت شود. گیمرها چه دختر و چه پسر بسته به روحیه و علاقه شون حق دارند آن بازی را تجربه کنند و اگر اصطلاحاً با بازی حال نکردند یا ادامه دادنش از روحیه حوصله ی مثلا دخترها خارج شد، خوب دیگر با صلاح دید خودش ادامه نمی دهد.



فاطمه خدایی

در تولید حتما نیاز هست، ما باید جنسیت و سن و تمام خصوصیات مخاطب را در زمان تولید در نظر بگیریم و براساس آن بازی را طراحی و تولید کنیم. اما در زمان عرضه به مخاطب معمولاً استورها با توجه به نوع بازی های در اختیار و نوع برخورد مخاطب این تصمیم را می گیرند که برای یک سبک بازی خاص دسته بندی ایجاد کند یا خیر. اما به طور معمول استورها یک دسته بندی برای بازی های دخترانه در نظر می گیرند که اغلب شامل بازی های سبک dressup یا pet است، با وجود اینکه دختران به بازی های مزرعه داری و پازل نیز علاقه دارند اما این سبک ها معمولاً دسته بندی خود را در استورها دارند.



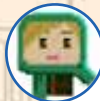


آیا می شود برخی بازیها را اجتماع فقط برای دختران بچسندد و برخی بازیها را برای پسران؟ و برخی برای هر دو مناسب باشد؟ آیا نقش های اجتماعی و ویژگیهای فیزیولوژیکی در این مساله تاثیر گذار است؟ آیا دین و فرهنگ اسلامی ایرانی در این مساله تاثیر گذار است؟ آیا سنت و تجدد در این مساله تاثیر گذار است؟



سیده مریم طباطبایی

متاسفانه آنچه در جامعه به صورت عام دیده می شود تبلیغات منفی در مورد بازی های ویدیویی می باشد و هنوز در ابتدای مسیر فرهنگ سازی بازی در بین خانواده ها هستیم. غالباً بازی به عنوان فعالیتی مخرب و منفی در بین خانواده جا افتاده است. و آنچه شاهد هستیم منع دختران و پسران در امر بازی کردن هست فارغ از نوع بازی.



نجمه طاهایی

راستش اگر بازی بخواهد همه ی اینها را رعایت کند به نظرم با دنیای واقعی فرقی ندارد. فان بودن بازی کمی به ذهنی بودن بازی ربط دارد. چیزی که در دنیای واقعی کمتری پیش می آید که تجربه اش کنیم.

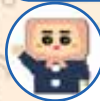


فاطمه خدایی

بله همه مواردی که گفتید تاثیر گذار هستند، کلیشه ها و دین و فرهنگ و... همه اینها باعث می شود تا تفکر اجتماع نسبت به تفکیک جنسی بازی ها سمت و سو بگیرد. اما این تفکر یک چیز موجود است که ممکن هست درست یا اشتباه باشد، ولی آمار واقعیت ماجرا را بر ما معلوم می کند.



به نظر شما بازی های "دخترپسند" چه ویژگی هایی باید داشته باشند؟



سیده مریم طباطبایی

این امر کاملاً با روحیات افراد متفاوت است بعضاً دخترانی را دیده ام که بازی های خشن و با تعریف شما پسرانه را به شدت دوست داشته اند. اما عموماً بازی های با گرافیک جذاب و فانتزی و رنگ بندی های شاد معمولاً در نگاه اول برای خانم ها جذاب است و سپس سبک بازی که سبک های مدیریتی و یازل و... مورد پسند خانم ها می باشد. عموماً بازی هایی که معما و مسئله ای برای حل کردن داشته باشد برای خانم ها جذاب تر است حالا این معما می تواند در حد جور کردن سه المان یکسان در کنار یکدیگر و یا نحوه ی مدیریت درآمد و هزینه در یک سرزمین باشد.



نجمه طاهایی

بهتر است گرافیک و موسیقی قوی ایی داشته باشد. دخترها کمتر درگیر مکانیک های پیچیده بازی می شوند و داستان را بیشتر دنبال می کنند تا فقط گیم پلی.





فاطمه خدایی

باید به دور از استرس و هیجان شدید و خشونت باشد و بتواند یکی از خصوصیات رفتاری یا علاقه مندی های دختران را برآورده سازد. به عنوان مثال توانایی حل مسئله، ایجاد زیبایی، مدیریت امور، استفاده از معلومات و استعدادها و... اگر در بازی یکی یا چند تا از این ها باشد به احتمال زیاد مورد پسند دختران است.



آیا برای درهم شکستن سلطه پسرها بر دنیای گیم باید دختران را تشویق به شرکت در مسابقات بازی های اکشن شوتری مانند کانتر استریک، PUBG، فورتنایت و... کرد؟



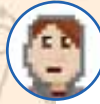
سیده مریم طباطبایی

باید بازی هایی طراحی شود که برای دختران هم جذابیت داشته باشند.



نجمه طاهایی

مجبور نه ولی هستند افرادی که این فضا را دوست دارند. بازی سلیقه ای است تا جنسیتی. ولی اجازه دهند دختران هر چند کوتاه چنین فضایی را با برادر یا جنس مخالف معتمد خود که او را تحقیر نکند تجربه کند، اگر علاقه مند شد خودش این سبک بازی ها را ادامه می دهد و در آن ها استاد می شود. اولین تجربه خیلی مهم است.



هانیه گودرزی

بله چرا که نه، وقتی دختران در این ژانرها موفق و علاقه مند هستند باید از توان آن ها استفاده کرد، باید تشویق شوند باید نگاه جنسیتی در هر زمینه ای حذف شود.



فاطمه خدایی

خیر. نه نیازی به درهم شکستن سلطه پسران هست و نه نیازی به اجبار دختران برای انجام بازی های شوتر.



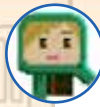
در مورد آن دسته از دخترانی که بازی های اکشن اول شخص و اکشن ماجراجویی بازی می کنند چه نظری دارید؟



سیده مریم طباطبایی

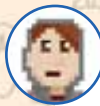
دخترانی جذاب و دوست داشتنی





نجمه طاهایی

به نظرم دختران بی نظیری هستند و انسان های شجاع و کارآمد . چون دنیای واقعی به آن ملاحظت که در بازی های دخترانه است نیست . این دخترها ، شیر زنان آینده اند که می توانند از پس زندگی خود و کمک به دیگران بربایند . و آماده ی حل بحران های زندگی واقعی .



هانیه گودرزی

در مورد آقایانی که این بازی ها را انجام می دهند چه نظری دارید ؟؟ نگاه جنسیتی در نوع بازی و سبک اشتباه است .



فاطمه خدایی

این یک مسئله شخصی و سلیقه ای است ، و هیچ اشکالی هم ندارد ، همانطور که قبلا هم گفتم وقتی ما می گوئیم دختران بازی های اکشن و شوتر را دوست ندارند یک مسئله مطلق نیست و به این معنا نیست که هیچ دختری این سبک بازی را دوست ندارد و انجام نمی دهد بلکه به این معناست که دختران تمایل کمتری به این نوع بازی ها دارند .

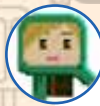


آیا بازی سازی یک فعالیت مردانه است ؟



سیده مریم طباطبایی

نه به هیچ وجه



نجمه طاهایی

مردها در بازی کردن مصرترو پیگیرترند و خوب چون در جامعه شان کل کل می کنند اگر بازی کردن را رها کنند ممکن است دوست هایشان را از دست بدهند و بخاطر همین مخاطبان پرو پا قرص صنعت بازی سازی هستند و می خواهند همه ی بازی های مطرح را تجربه کنند که حرفی برای گفتن در جمع دوستانشان داشته باشند .



هانیه گودرزی

خیر اصلا اینگونه نیست . بازی سازی هم مانند تمامی شغل ها است ، واقعا جنسیت گرایي باید از این حوزه حذف شود .



فاطمه خدایی

خیر. اما تعداد بازی سازان خانم در ایران کمتر از مردان است .





از کاستی های اشتغال زنان در این حوزه بفرمایید.



سیده مریم طباطبایی

تا به امروز غالباً محیط های کاری مردانه بوده اند و در مواردی پذیرش خانم ها به عنوان همکار برایشان سخت بوده است. و از طرفی به دلیل اینکه غالب بازی ها مردپسند و متناسب با روحیات آقایان بوده است خانم ها کمتر به سمت بازی کردن رفته اند و به طبع آن برای بازی سازی فعالیت کرده اند.



نجمه طاهایی

بیشتر شرکت دارها آقایان هستند و خوب طبق همان کهن تفکری که زن ها را ضعیف و بی مهارت می پندارند، خیلی میدان به حضور زنان نمی دهند. با اینکه در تیم های خارجی موفق حضور پررنگ زنان در مقام تحقیق و ایده پردازی و تصمیم گیری داریم و حتی زنان گیم دیزاینر که نقش کلیدی دارند و خُب نتیجه های درخشانی هم از حضورشان در صنعت بجا گذاشتند.



هانیه کوردزی

متأسفانه به علت هایی مانند عدم اعتماد به خانم ها، دیدگاه جنسیتی به مقوله بازی سازی، حقوق و مزایای کم، شواف بیش از حد آقایان و نگاه مردسالارانه، انتظارات بالا و... زمینه فعالیت برای خانم ها خیلی کم و محدود است.



آیا برخورد با زنان در تیم های بازی سازی ایرانی، برخوردی توأم با تبعیض جنسیتی است؟



سیده مریم طباطبایی

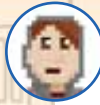
در مواردی بله، با توجه به اینکه شایستگی و دانش خانم ها شاید بیشتر بوده اما به دلیل خانم بودن از پذیرش در تیم اجتناب شده است.



نجمه طاهایی

بله حتی اگر به صورت خیلی واضح نباشد ولی ری اکشن های زیادی دیدم که همکاران آقا با اکراه با این قضیه برخورد می کنند و یا نظر خانم در تیم شان را دور می زنند بدون منطق و دلیل.





هانیه گودرزی

با توجه به دید مردسالارانه در رده های بالای جامعه و این صنعت کوچک، تبعیض جنسیتی به وفور یافت می شود. در راس کارخانم ها به علت جنسیت و دیدگاه مردسالارانه حذف می شوند و در تصمیم گیری های کلان جایگاهی ندارند، در صورت اعتراض به ناشایسته بودن و سوء استفاده جنسی از خود محکوم می شوند. در شرکت های بازی سازی بستگی به جایگاهی که خانم ها دارند و افراد تیم متفاوت تر است و کمترین تبعیض دیده می شود ولی همچنان وجود دارد.



فاطمه خدایی

خیر. اما تعداد بازی سازان خانم در ایران کمتر از مردان است.



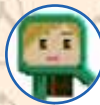
در خصوص برابری وضعیت حقوق زنان و مردان در تیم های بازی سازی بفرمایید.



سیده مریم طباطبایی

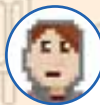
در مواردی که شخصا شاهد بوده ام در صورت پذیرش خانم حقوق برابری وجود داشته است.

۵۷



نجمه طاهایی

در زندگی واقعی برابری نیست چه برسد به تیم بازی سازی و زنانی که در این حیطه می خواهند حضور مستمری داشته باشند باید خیلی پوست کلفت شوند تا بی مهری های برخورد در این صنعت را تحمل کنند و به اهداف و الایشان برسند و حرفی برای گفتن داشته باشند.



هانیه گودرزی

متاسفانه در نظام مردسالارانه و نگرش سنتی جامعه، مردان نان آوران خانه به حساب می آیند، قوی تر و باهوش تر و شایسته تر هستند. به همین دلیل آن ها حق گرفتن حقوق و مزایای بیشتر را دارند ولی خانم ها از سر تفریح کار می کنند و توانایی و بهره هوشی پایین تری را دار هستند به همین دلیل باید بیشتر کار کنند و کمتر حقوق بگیرند. متاسفانه این دیدگاه همچنان به قوت خود باقی است.



فاطمه خدایی

فکر نمی کنم اینطور باشد



آیا از خانم ها در تیم های بازی سازی سو استفاده می شود؟





سیده مریم طباطبایی

بنده ندیده‌ام.



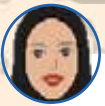
نجمه طاهایی

بله متاسفانه. همکاران آقا به محیط مشترکی که خانم‌ها هم در آن میدان، دارند برای هدف مشترک بازی سازی می‌جنگند احترام نمی‌گذارند و انگار آن خانم یا خانم‌هایی که در تیم حضور دارند، می‌شوند هدفشان تا هدف بازی سازی که مهم‌تر است. آنقدر به نیاز خودشان فکر می‌کنند که همکار خانم مجبور به ترک تیم می‌شود یا به آن وضعیت تن می‌دهد که فقط در تیم بماند و خروجی کارش را ببیند.



هانیه گودری

از لحاظ جنسیتی خیر، اصلا اینگونه نیست.



فاطمه خدایی

این چه سوالی است!؟



اگر بخواهید یک تیم بازی سازی تشکیل دهید، ترجیح می‌دهید همه خانم باشند یا آقایان هم استفاده می‌کنید؟



سیده مریم طباطبایی

ترجیح می‌دهم از آقایان هم استفاده کنم.



نجمه طاهایی

قطعاً آقایان اگر واقعا دغدغه بازی سازی داشته باشند کارآمد ترند و می‌توانند زمان بیشتری را روی پروژه بگذارند به شرطی که بازیگوشی و بدقولی نکنند و خانم‌ها هم که آهسته و پیوسته کار می‌کنند می‌توان روی قول‌شان برای انجام کارها در ددلاین مقرر اعتماد کرد و از کار نمی‌زنند.



هانیه گودری

تعادل در همه موارد بهترین گزینه است، نوع نگاه خانم‌ها و آقایان باهم متفاوت است، برای موفق بودن باید از هر دو جنسیت استفاده کرد و بهره گرفت و به نظرم تفکیک جنسیتی و نادیده گرفتن هر کدام درست نیست.





فاطمه‌خداایی

هر دو



به نظر شما برای پرداختن درست به سبک زندگی دخترانه و زنانه و بازنمایی زن به عنوان انسان و نه به عنوان یک آیتم جذاب جنسی، بازی‌های ساخته شده چقدر موفق عمل کرده‌اند؟



سیده‌مریم طباطبایی

این مسئله در مورد بازی‌های ایرانی که موضوعیت ندارد و به صورت پیش فرض همگی موظف به رعایت شئونات هستند.



نجمه‌طاهایی

بعضی از بازی‌ها موفق بودند در این زمینه ولی بیشتری‌ها، طبق سلیقه آقایان ساخته شده‌اند که بخاطر جذابیت بصری‌شان پلیرها که بعضاً آقایان هستند بازی را ادامه دهند و زمان بیشتری در بازی بمانند و به نظرم نیاز هست تا کمی فرهنگ سازی بشود که آنقدر به زن حتی در بازی‌های ویدیویی با دید ابرازی نگاه نشود و به لایه‌های روانی و درونی زن بیشتر پرداخته بشود.



فاطمه‌خداایی

بسیار کم

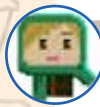


همانطور که می‌دانید کارتهای زن در بازی‌ها عموماً نقش مکمل هستند، یا مورد سواستفاده مردان قرار می‌گیرند و همچنین اوت فیت (لباس وزره و...) آن‌ها برخلاف مردان پوشیده نیست و بیشتر جنبه تبلیغاتی برای جذاب کردن بازی را دارد. به نظرتان اگر زنان در تیم‌های بازی سازی نقش محوری تری داشته باشند و بتوانند در خصوص محتوای بازی نظر جدی بدهند صحنه‌های جنسی بازی‌ها را حذف می‌کنند؟ وضعیت عربانی، پوشش و نمایش اندام زنانه را چطور؟



سیده‌مریم طباطبایی

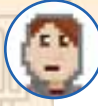
معتقدم این امر به دلیل تفاوت‌های فرهنگی در کشورهای مختلف است. اگر بنا بود با اضافه شدن زنان به تیم‌های بازی سازی این موارد حل شود باید در صنعت سینما هم با اضافه شدن زنان دیگر شاهد این صحنه‌ها نمی‌بودیم.



نجمه‌طاهایی

قطعاً نسبت به کاراکتر زن نگاه عمیق‌تر و محترم‌تری دارند. بله صحنه‌های جنسی را حذف می‌کنند و لباس‌های زیبا ولی غیرسکسی به تن کاراکتر زن می‌کنند و سعی می‌کنند به شخصیت پردازی و درونیات زن بیشتر پردازند حتی اگر کاراکتر زن در بازی فقط نقش حامی و در سایه باشد.





هانیه‌گودرزی

در ایران چنین بازی‌هایی وجود ندارد، برهنگی یا سوء استفاده جنسیتی دیده نمی‌شود. به هر حال این نوع برخورد و استفاده ابزاری با توجه به استقبال مخاطب و درآمدزایی برای کمپانی‌های بزرگ بازی‌سازی غیر قابل حذف و نادیده گرفته شدن است. البته بازی‌هایی هم وجود دارند که اصلاً این نوع نگاه را ندارند. برای مقابله با این موضوع در مرحله اول باید جایگاه زن در فرهنگ خودمان درست شود و بعد در بازی‌ها دیده شود و فرهنگ‌سازی داخلی شکل بگیرد و اگر در آخر توانی ماند و راه درست طی شد، به فرهنگ‌سازی دنیا فکر کرد.



فاطمه‌خدایی

دو جنبه برای ساخت بازی وجود دارد. تولید ثروت و ترویج فرهنگ و مسلماً اولی برای اکثر بازی‌سازان دنیا و ایران اهمیت بسیار بیشتری دارد. لذا برای رسیدن به سود تجاری حتی بازی‌سازان خانم در تیم‌ها (خارج از ایران مدنظر است) در راستای همین هدف گام برمی‌دارند. اگر بخواهیم با بازی فرهنگ‌سازی کنیم باید هزینه‌آن را عهده‌دار شویم تا به قول شما از آیت‌های فریبنده و تجاری در بازی اجتناب شود.



برای این منظر یعنی بازنمایی صحیح زن به عنوان دختر، همسر و مادر در بازی‌ها مردان بازی‌ساز موفق تر خواهند بود یا زنان بازی‌ساز؟ یعنی می‌توان ادعا نمود که اگر یک تیم کاملاً زنانه مشغول ساخت یک بازی دخترانه و زنانه بشوند موفق‌تر از یک تیم مردانه خواهند بود؟ و یا اینکه باید یک تیم مرکب داشت؟



سیده‌مریم‌مطابایی

یک تیم مرکب به دو دلیل قوی‌تر خواهد بود. اولاً بازی که تمام تیم را دختران تشکیل بدهند تنها مناسب روحیات دخترانه است و به نظر من برای بازنمایی مقام زن نیاز است دیدگاه مردان نیز اصلاح شود و بازی مناسب هر دو جنس طراحی شود. ثانیاً ساخت بازی تنها شامل طراحی بازی نیست و بخش‌های فنی هم از جمله مواردی هست که در موفقیت یک بازی تأثیرگذار است که در آن قسمت وجود آقایان در کنار خانم‌ها مفید خواهد بود.



نجمه‌مطابایی

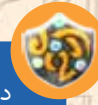
من به تیم مرکب اعتقاد دارم ولی به شرطی که آن مرزبندی که معمولاً از طرف آقایان تحمیل می‌شود موجود نباشد و فقط به عملکردها دقت شود بدون تحقیر یا ترحم. و خوب بهترین بازی‌سازان مرد هم از مادر یا همسر خود به شدت الهام گرفتند و به شخصیت یک زن، حتی در بعد روانی به خوبی مسلط بودند که این قضیه مورد توجه پلی‌های خانم هم قرار گرفته است. تیم زنانه می‌تواند خوب عمل کند ولی ریسکش بالاست. اگر تیم مردانه هم بخواهد چنین بازی بسازد به شدت پیشنهاد می‌شود از خانم‌ها مشورت بگیرند حتی اگر خارج از تیم تولیدشان هستند.





فاطمه خدایی

در این مورد به نظر بنده خط فکری مدیر تولید در درجه اول اهمیت است که در درجه بعدی آن را به بازینامه نویس ، دیزاینر و آرتیست منتقل می کند ، مدیریت تیم نقش اصلی را دارد و پروژه را در مسیری که می خواهد هدایت می کند . به هر حال هیچ چیز مطلقاً وجود ندارد ، اما چیزی که به نظر بنده بدیهی می آید این است اگر تیم تولید متشکل از زنان باشد کمک بسیاری خواهد کرد .



در زمینه " تربیت دخترانه " یک دختر و " تربیت پسرانه " یک پسر؛ بازی ها چقدر می توانند موفق باشند . آیا بازی های اکشن از نوع خشونت و خونریزی ، دختران را از دخترانگی شان دور می کند ؟ به عبارتی جنس لطیف و ملایم دختر با بازی کردن برخی گیم ها همخوانی دارد ؟ مثلاً یک گیم که در گیم پلی آن باید با تبر به جان زامبی ها افتاد یا کله دشمن را هداشات کرد و خون مهاجمان را به درو دیوار پاشانید ! و یا در یک بازی اکشن فایتینگ مانند مورتال کمبت که به خشن ترین صورت ممکن اعضای بدن حریف را می توان تکه تکه کرد ؛ آیا این گیم پلی با روحیات عمومی دخترانه جور در می آید ؟



سیده مریم طباطبایی

خیر با روحیات عمومی دخترانه و حتی پسرانه هم سازگار نیست .



نجمه طاهایی

همان طور که قبلاً گفتیم ، به نظرم بازی دخترانه پسرانه ندارد مثل سینما . به تناسب روحیه فرد ممکن است حتی خوب باشد و دختری خشمش را در بازی خالی کند بهتر از پرخاشگری به خانواده و یا دوستان هست . ولی خوب اگر آگاهیش موجود باشد که آن یک بازیست و محلی برای خروج خشم و بعد آن در زندگی واقعی ، باید طبق قوانین دنیای واقعی رفتار کرد بدون خشونت و زورگویی ، به نظرم خیلی هم خوب است . ما باید برای هر حسی که داریم ، محل امنی برای بروز و ظهورش داشته باشیم .



فاطمه خدایی

این مواردی که گفتید با روحیات پسرانه هم جور در نمی آید و تاثیر منفی خواه گذاشت . متأسفانه در کشور ما بسیار کم به رده بندی سنی بازی ها توجه می شود . اغلب نوجوانان که بیشتر آن ها پسر هستند بازی هایی را می کنند که برای ۱۸+ یا ۲۵+ است . همانطور که می دانید به طور عمومی هر چه سن فرد کمتر باشد باور پذیری و تاثیر پذیری آن ها بیشتر است لذا باید خود افراد و والدین آن ها ابتدا به تناسب سن و سپس به تناسب جنسیت و علاقه ، بازی مناسب را انتخاب کنند .



در برخی بازی ها برای درامان ماندن جان باید دست به خشونت زد (مانند بازی the last of us) و در برخی بازی ها (مانند بازی مورتال کمبت) برای مبارزه و پیروز شدن باید دیگری را از سر راه برداشت . با این توصیف ، به نظر تان بازی اول بیشتر به روحیه و تربیت دخترانه لطمه می زند یا بازی دوم ؟





سیده مریم طباطبایی

یادگیری مبارزه و جنگیدن برای دختران را مغایر با روحیات دخترانه نمی دانم و به نظرم باید یک دختر نیز بتواند دفاع و دوزدن موانع را خوب بلد باشد. اما آنچه که با روحیات لطیف دخترانه ناسازگار است وجود خشونت است نه مبارزه.



نجمه طاهایی

قطعاً مورتال کمبت مخصوصاً ورژن جدیدش خشونت فانتزی و اغراق شده دارد که خوب حال آدم را بد می کند تا حدی. ولی در بازی های ماجرابی مثل لست آو آس به نظرم طبیعی است و حتی خوب است آدم بداند اگر در دنیای واقعی هم این اتفاق برایش افتاد باید چه طور مدیریت بحران کرد تا جان سالم به در برد که خوب در دنیای واقعی به این راحتی ها هم نمی شود دست به هر کاری زد چون پای پلیس و قانون به میان می آید. ولی ساید افکت مورتال کمبت روی ذهن بیشتر است.



فاطمه خدایی

بنده این بازی ها را انجام ندادم و محیط های آن را ندیدم لذا نظر دقیقی نمی توانم بدهم. بستگی به میزان خشونت، نوح صحنه و... دارد، ولی به نظرمی رسد که در نوع اول چون برای حفظ جان است تاثیر کمتری داشته باشد.



برای جلب زنان و دختران به بازی های رایانه ای و ارتقای نقش و جایگاه آنان در این صنعت چه راهکارهایی می تواند مناسب باشد:

الف) تشویق دختران برای انجام بازی های پسرانه

ب) طراحی بازی های مخصوص دختران

ج) تحقیق و توجه به نقطه نظرات کاربران دختر و پسر در مورد تمایلات شان

د) به کار گرفتن زنان در تیم طراحی و ساخت بازی های رایانه ای



سیده مریم طباطبایی

به ترتیب اولویت اگر بخواهم پاسخ بدهم گزینه ج، د، ب



نجمه طاهایی

تحقیق و توجه به نقطه نظرات کاربران دختر و پسر در مورد تمایلات شان



هانیه گودری

تحقیق و توجه به نقطه نظرات کاربران دختر و پسر در مورد تمایلات شان





فاطمه‌خدایی

ب، ج، د



کلام آخرشما



سیده‌مریم‌طباطبایی

امیدوارم روز به روز شاهد پیشرفت صنعت گیم در کشور باشیم. و یک صحبت با دختران جوانی که جویای کار هستند، یکی از حوزه‌های کاری که نیازمند ذوق و خلاقیت دختران است و اتفاقاً بسیاری از کنش‌ها و سختی‌های محیط‌های دیگر را ندارد و بسیار جذاب است، صنعت گیم است. به امید روزی که دختران به اندازه پسران در تیم‌های بازی‌سازی فعالیت کنند.



نجمه‌طاهایی

کلام آخرم این هست. همه ما چه مرد و چه زن نیاز به سرگرمی و محیط امنی برای تخلیه احساسات مان داریم که این احساسات را خداوند مثل هم در همه مان گذاشته است. بنابراین بازی‌ها بهتر است رویکرد روانشناسانه داشته باشند تا جنسیت‌گرایانه. مثل سینما که برای عموم ساخته می‌شود و فیلمی که فقط برای زنان باشد نداریم و همین‌طور برعکس. همه چیز را همه می‌بینند و تجربه می‌کنند مگر علاقه‌ایی به تجربه‌اش نداشته باشند. بنابراین اگر در دنیای واقعی آنقدر به تفکیک زنان و مردان پردازیم در دنیای سرگرمی هم لازم نیست از هم جداایشان کنیم تا بازی‌ها مخاطبان بیشتری را پوشش دهند. و به نظرم برای جذب بازیکن‌ها و حتی بازی‌سازان زن به این صنعت، لازم است که نگاه‌های آقایان که بخش اعظم را به خود اختصاص داده‌اند کمی مدرن‌تر و بی‌کالبدتر شود. هر انسانی یک تجربه است و جا برای رشد همه هست. به خانم‌ها میدان بدهند حداقل آن بازی را امتحان کنند اگر کنشش نداشته‌اند و علاقه‌مند نشدند خودشان می‌روند. نیاز به تنگ کردن عرصه حضور و تحقیر کردن خانم‌ها نیست که مگرزن‌ها هم بازی می‌کنند؟ برو آشنیزیت را بکن... بازی کردن حق هر موجود زنده است.



فاطمه‌خدایی

امیدوارم به زودی بتوانیم بازی‌های ایرانی با محتوای اسلامی و فرهنگ اصیل ایرانی به کیفیتی برسانیم که همه دنیا بازی کنند و به آن‌ها علاقه‌مند شوند.



شخصیت‌های دنیای بازی‌های دیجیتال

نقدبازی (یادداشت دوم)



● مهدی حق‌وردی طاقانکی

در ادامه سلسله یادداشت‌های نقد بازی، در شماره قبل به موضوع تجربه بازی پرداخت شد. این بار می‌خواهیم قدم به دنیای شخصیت‌های دنیای بازی‌ها وارد شویم و نگاهی موشکافانه‌تر به این شخصیت‌ها بیندازیم. شخصیت‌هایی که بیشتر از صفر و یک و بیشتر از یک تصویر برای کاربران دنیای بازی‌های دیجیتال مهم است و گاه جایگاه الگو برای آنها پیدا می‌کنند و گیمرها با این شخصیت‌ها هم‌ذات‌پنداری می‌کنند.

داستان بازی

یکی از مباحثی که در نقد و بررسی بازی باید بدان پرداخته شود داستان بازی است. داستان، سیر آشکار شدن وقایع در بازی است و می‌تواند خطی و از پیش نوشته‌شده یا شاخه‌دار و ناشی از سایر وقایع باشد. (شل، ۲۰۰۸، ۵۲) از منظر داستان و روایت، بازی‌ها را می‌توان به بازی‌های روایی و غیرروایی تقسیم‌بندی نمود. با این حال چنانچه موضوع نقد محتوایی بازی‌های رایانه‌ای مدنظر باشد و به صورت دقیق‌تر با رویکرد "علوم انسانی" در مطالعات بازی نگاه کنیم به دنبال پاسخ به این سؤال هستیم که: "از یک بازی چه مفاهیمی استخراج می‌شود؟". همچنین در نقد موضوعی، اولویت با بازی‌های روایی است.

شاید برخی موضوع داستان در بازی‌های دیجیتال را جدی نگیرند اما گیمرها گاه بازی‌هایی انجام می‌دهند که چند هزار دیالوگ دارد به‌عنوان مثال در بازی Divinity: Original Sin ۲، بیش از یک میلیون کلمه و ۷۴,۰۰۰ خط دیالوگ وجود دارد. (گیمفا)

شخصیت‌های بازی‌های رایانه‌ای:

شناخت شخصیت‌های بازی به درک آن بازی می‌تواند بسیار کمک کند. به‌طور کلی شخصیت‌ها و به‌صورت خاص شخصیت‌ها در بازی‌های رایانه‌ای از منظرهای مختلفی همچون وضعیت، ویژگی، وظایف و... قابل تقسیم‌بندی هستند. که توجه به این شخصیت‌ها به نقد بازی و پی بردن به اهداف بازی می‌تواند کمک‌شایانی نماید.

گذشته شخصیت:

برای شناخت کاراکتر یک بازی گاه صرفاً بررسی داستان بازی به‌تنهایی کفایت نمی‌کند و بایستی سایر رسانه‌ها مانند کمیک بوک‌ها، فیلم‌های سینمایی، سریال‌های مرتبط و حتی نسخه‌های قبلی یک بازی (در صورت وجود) را پیگیری نمود تا شناخت دقیق‌تری از کاراکتر حاصل شود. به‌عنوان مثال کاراکتر جان کنستانتین که از دنیای کمیک بوک پا به دنیای سینما و بازی‌های رایانه‌ای گذاشته است. یکی از توانایی‌های کاراکتر کنستانتین "جن‌گیری" است، که در ابتدای بازی نمایش داده می‌شود اما شناخت گذشته کنستانتین در کمیک بوک و فیلم سینمایی اطلاعات قابل توجه‌تری را آشکار می‌کند. جان به‌شدت سیگاری و از نسل جادوگران است. توجه به کلیدواژه‌هایی در داستان کمیک مرتبط با این شخصیت مانند فرشته‌ای به نام جبرئیل، موضوع شیطان، بهشت و جهنم مؤید این موضوع است که به این شخصیت و بازی باید بیشتر از یک جادوگر یا جن‌گیر توجه کرد.

موجودیت کاراکتر:

اینکه شخصیت بازی رایانه‌ای چه موجودی است، می‌تواند برای منتقد قابل توجه باشد. شاید در نگاه اول بسیار تقسیم‌بندی ساده‌ای به نظر آید اما با توجه به این تقسیم‌بندی می‌توان به نقد و بررسی بازی‌های رایانه‌ای از منظرهای نوینی که کمتر مورد توجه قرار گرفته است (لااقل در ایران) پرداخت. شخصیت‌های بازی‌های رایانه‌ای می‌توانند انسان یا غیرانسان باشند. به



عنوان نمونه در شخصیت‌های انسانی، شخصیت کاپیتان پرایس در سری بازی‌های ندای وظیفه، یا شخصیت مکس در بازی مکس بین که در نسخه اول مکس پین، مدل چهره مکس از روی صورت سم لیک، نویسنده فنلاندی بازی برداشته شده است.

همچنین شخصیت‌های بازی می‌توانند یک ابرقهرمان که معمولاً با قدرت و نیروی فرا بشری، مانند شخصیت مرد عنکبوتی با قدرت فرا بشری عنکبوت یا یک ابرقهرمان مانند بتمن که قدرت فرا بشری ندارد و با نقاب و از توانایی‌هایی همچون هوش، علم و ثروت بهره می‌جوید و یا یک حیوان مانند شخصیت پودر بازی "پاندای کونگ فو کار" و یا حتی یک فرشته مانند فرشته‌ای به نام جبرئیل در بازی کنستانتین باشند. همچنین می‌توانند یک کاراکتر از دل اساطیر بیرون آمده مانند کرتوس در بازی خدای جنگ که از اساطیر یونان است، یا کاراکتر گولم در بازی‌هایی همچون گولم که از اساطیر یهود است باشد. گولم در افسانه‌های یهودی نوعی موجود شبیه به انسان است که با استفاده از سحر از اشیای بی‌جان مانند گل ساخته می‌شود. کاراکترهای دوره‌ها ظاهراً جایگاه خاصی در دنیای بازی‌های رایانه‌ای دارند.

مانند شخصیت دانته در بازی شیطان گریه می‌کند که نیمه انسان، نیمه شیطان است چرا که مادر او انسان و پدرش اهریمن بود. یا حضور موجوداتی مانند نفیلیم در برخی از بازی‌ها و البته سایر کاراکترهایی که می‌توان به موجوداتی فرازمینی، اشیای جاندار، ربات‌ها، خون‌آشام‌ها و... اشاره نمود.

ویژگی‌های شخصیت:

شناخت ویژگی‌هایی همچون ویژگی‌های ظاهری صفات و نگرش‌های فکری، شخصیتی، ویژگی‌های احساسی، ویژگی‌های معنوی و چگونه درگیر شدن شخصیت در داستان می‌تواند به شناخت عمیق‌تر و نقد بازی کمک نماید.

جسی شل در کتاب "هنر طراحی بازی، کتاب لنزها" در لنز ۷۷ با پرداختن به ویژگی‌های شخصیت این سؤال را مطرح می‌کند. چه ویژگی‌هایی شخصیت من را تعریف می‌کنند؟ و چگونه این ویژگی‌ها خودشان را در کلمه‌ها، کنش‌ها و ظاهر شخصیت من نشان می‌دهد؟ (شل، ۲۰۰۸، ۳۱۷)

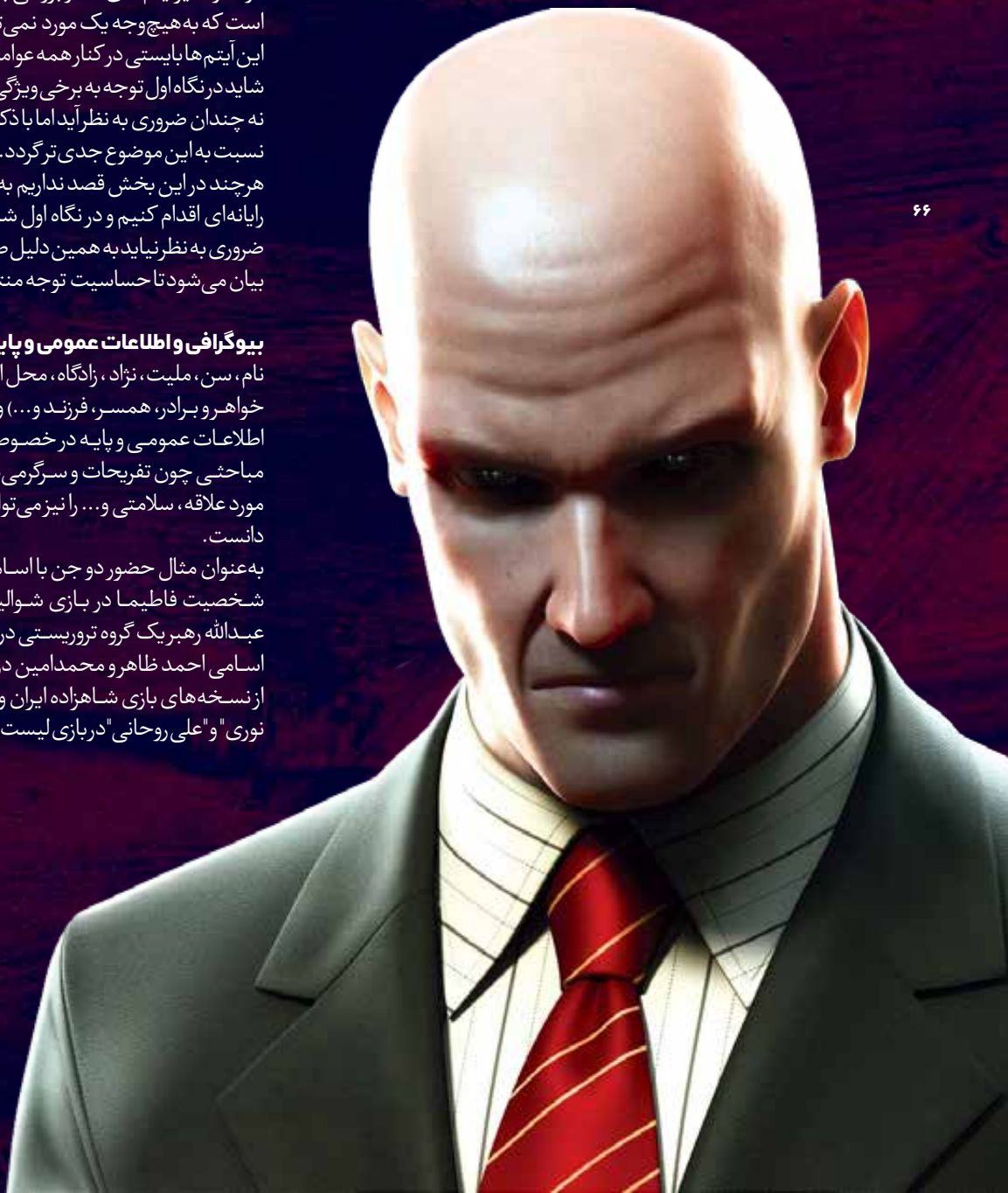
این‌گونه ویژگی‌ها گاه کمتر مورد توجه گیمرها و حتی منتقدین بازی قرار می‌گیرد ولی همین اطلاعات در خصوص ویژگی‌های کاراکتر می‌تواند با قرار گرفتن در کنار سایر آیتم‌های نقد و بررسی بازی مورد استفاده قرار گیرد. لازم به تأکید است که به هیچ‌وجه یک مورد نمی‌تواند عاملی برای نتیجه‌گیری باشد بلکه این آیتم‌ها بایستی در کنار همه عوامل مورد نقد و بررسی قرار گیرد. شاید در نگاه اول توجه به برخی ویژگی‌های شخصیت مانند نام و... موضوعی نه چندان ضروری به نظر آید اما با ذکر برخی مصادیق سعی می‌شود نگاهتان نسبت به این موضوع جدی‌تر گردد.

هرچند در این بخش قصد نداریم به صورت موردی نسبت به نقد یک بازی رایانه‌ای اقدام کنیم و در نگاه اول شاید توجه به جزئیات کاراکتر چندان هم ضروری به نظر نیاید به همین دلیل صرفاً برخی از این موارد به صورت مصادیقی بیان می‌شود تا حساسیت توجه منتقدین به این حوزه جدی‌تر گردد.

بیوگرافی و اطلاعات عمومی و پایه کاراکتر

نام، سن، ملیت، نژاد، زادگاه، محل اقامت، اشتغال، زبان، بستگان (والدین، خواهر و برادر، همسر، فرزند و...) و توانایی و مهارت‌ها را می‌توان از جمله اطلاعات عمومی و پایه در خصوص کاراکتر مورد توجه قرار داد. همچنین مباحثی چون تفریحات و سرگرمی‌ها، عادات رفتاری، پوشش، گفتارهای مورد علاقه، سلامتی و... را نیز می‌توان جزء مسائل قابل توجه در این بخش دانست.

به عنوان مثال حضور دو جن با اسامی راضیه و زهرا در بازی شاهزاده ایران، شخصیت فاطیما در بازی شوالیه ارواح (Undead Knights)، شخصیت عبدالله رهبر یک گروه تروریستی در لبنان در بازی آغاز نبرد، دو تروریست با اسامی احمد ظاهر و محمد امین در بازی هیتمن، شخصیت جعفر در یکی از نسخه‌های بازی شاهزاده ایران و یا شخصیت‌های "مجید صادق"، "رضا نوری" و "علی روحانی" در بازی لیست سیاه می‌تواند قابل تأمل باشد و البته قرار



گرفتن این مصادیق در کنار هم، در حوزه مطالعات موضوعی به عنوان محور مستقل قابل استفاده و بهره برداری می باشند.

مهارت و توانایی:

سم فیشرو مهارت او در هنرهای رزمی خصوصاً در رشته رزمی کراوماگا، دارا بودن قدرت تاریکی و شیطانی رایان لینوکس کاراکتر بازی، اینفرنال و قدرتی که با گناههایی مانند کشتن انسان ها تقویت می شود و یا دارا بودن قدرت سحر و جادو در برخی از کاراکترها و... یکی از مواردی است که نیاز به پژوهش های جدی دارد.

ویژگی های فکری و روانی شخصیت

بیماری روانی، اهداف کوتاه مدت و بلندمدت در زندگی، منطقی یا احساسی بودن، نکات منفی و خجالت آورو... را می توان در خصوصیات و ویژگی های فکری و روانی شخصیت مورد بررسی قرارداد. به عنوان مثال شخصیت اصلی بازی Call of Cthulhu: Dark Corners of the Earth که شما وظیفه هدایت این کاراکتر را در بازی برعهده دارید، جک والتر نام دارد که یک بیمار روانی است.

ویژگی های احساسی و عاطفی

ضعف و قدرت، درون گرا یا بیرون گرا بودن، نحوه واکنش به خشم یا غم یا تغییر یا از دست دادن... و یا اینکه چه چیزی شخصیت را می ترساند، تحریک و یا خوشحال می کند را می توان در ویژگی های احساسی و عاطفی شخصیت مورد بررسی قرارداد. به عنوان مثال کاراکتر سم فیشر کاراکتری کم حرف و خونسرد است و یا شخصیت خیالی ابرقهرمان هالک در هنگام بروز خشم

توانایی بالایی پیدا می کند به نوعی که هرچه هالک خشمگین تر باشد قوی تر است.

ویژگی های معنوی شخصیت

ویژگی هایی مانند اعتقاد یا عدم اعتقاد به خدا، اعتقادات معنوی شخصیت، جایگاه مذهب یا معنویت در زندگی شخصیت را می توان در ویژگی های معنوی شخصیت مورد بررسی قرارداد. به عنوان مثال کاراکتر رایان لینوکس در بازی اینفرنال قدرت تاریکی و شیطانی در اختیارش قرار می گیرد. این قدرت با نماد آتش نمایش داده می شود. قدرتی که با کشتن انسان ها، تغذیه از روح آن ها و دوری جستن از نور و حضور در اماکن مقدس مثل کلیسا تقویت می شود.

وظایف شخصیت

جسی شل در کتاب "هنر طراحی بازی، کتاب لنزها" در لنز ۷۶ با پرداختن به وظایف شخصیت این سؤالات را مطرح می کند. چه نقش هایی را نیاز دارم شخصیت ها انجام دهند؟ چه شخصیت هایی را قبلاً تصور کرده ام؟ کدام شخصیت ها به کدام نقش ها به خوبی نگاشت می شوند؟ آیا هر شخصیتی





می‌تواند بیش از یک نقش انجام دهد؟ آیا برای تطابق بهتر با نقش‌ها نیاز دارم شخصیت‌ها را تغییر دهم؟ آیا شخصیت جدیدی نیاز دارم؟ (شل، ۲۰۰۸، ۳۱۶)

تبدیل شخصیت

کاراکترها در بازی می‌توانند ایستایا پویا باشند. یعنی شخصیتی در روند داستان دستخوش تغییرات شخصیتی بشود یا تقریباً شخصیت ثابتی داشته باشد. جسی شل در کتاب "هنر طراحی بازی"، کتاب لنزها" در لنز ۸۱ این موضوع را مطرح می‌کند که داستان‌های قدرتمند می‌توانند شخصیت‌های خود را تغییر دهند و برای این موضوع این سؤالات را مطرح می‌کند. چگونه هر یک از شخصیت‌های من در طول بازی تغییر می‌کنند؟ چگونه آن تغییرها را به بازی‌کننده مخابره می‌کنم؟ آیا می‌توانم آنها را به‌طور واضح‌تری با قوی‌تری مخابره کنم؟ آیا تغییر کافی وجود دارد؟ آیا تغییرها شگفت‌انگیز و جذاب هستند؟ آیا تغییرها باورکردنی هستند؟ (شل، ۲۰۰۸، ۳۲۷)

سفر قهرمان

موضوع سفر قهرمان به تبدیل و تغییر کاراکتر می‌پردازد. بر اساس این دیدگاه که اولین بار در کتاب «قهرمان هزارچهره» توسط جوزف کمبل مطرح شد، این موضوع اشاره می‌شود که تمام اسطوره‌ها ۱۷ مرحله را می‌توانند طی کنند که البته گذراندن همه این مراحل توسط اسطوره الزامی نیست. این هفده مرحله، در سه مرحله کلی جدایی، تشریف و بازگشت قرار می‌گیرند. بالطبع در طراحی شخصیت بازی و تحلیل و بررسی بازی توجه به تغییر شخصیت و مراحل طی شده می‌تواند حایز اهمیت باشد.

جایگاه شخصیت

شخصیت‌ها در بازی‌ها می‌توانند جایگاه‌های مختلفی داشته باشند. یک شخصیت ممکن است قهرمان، ضدقهرمان، شخصیت مکمل و یا شخصیت فرعی داستان باشد. که هر کدام از این شخصیت‌ها ممکن است ایستا یا پویا باشند.

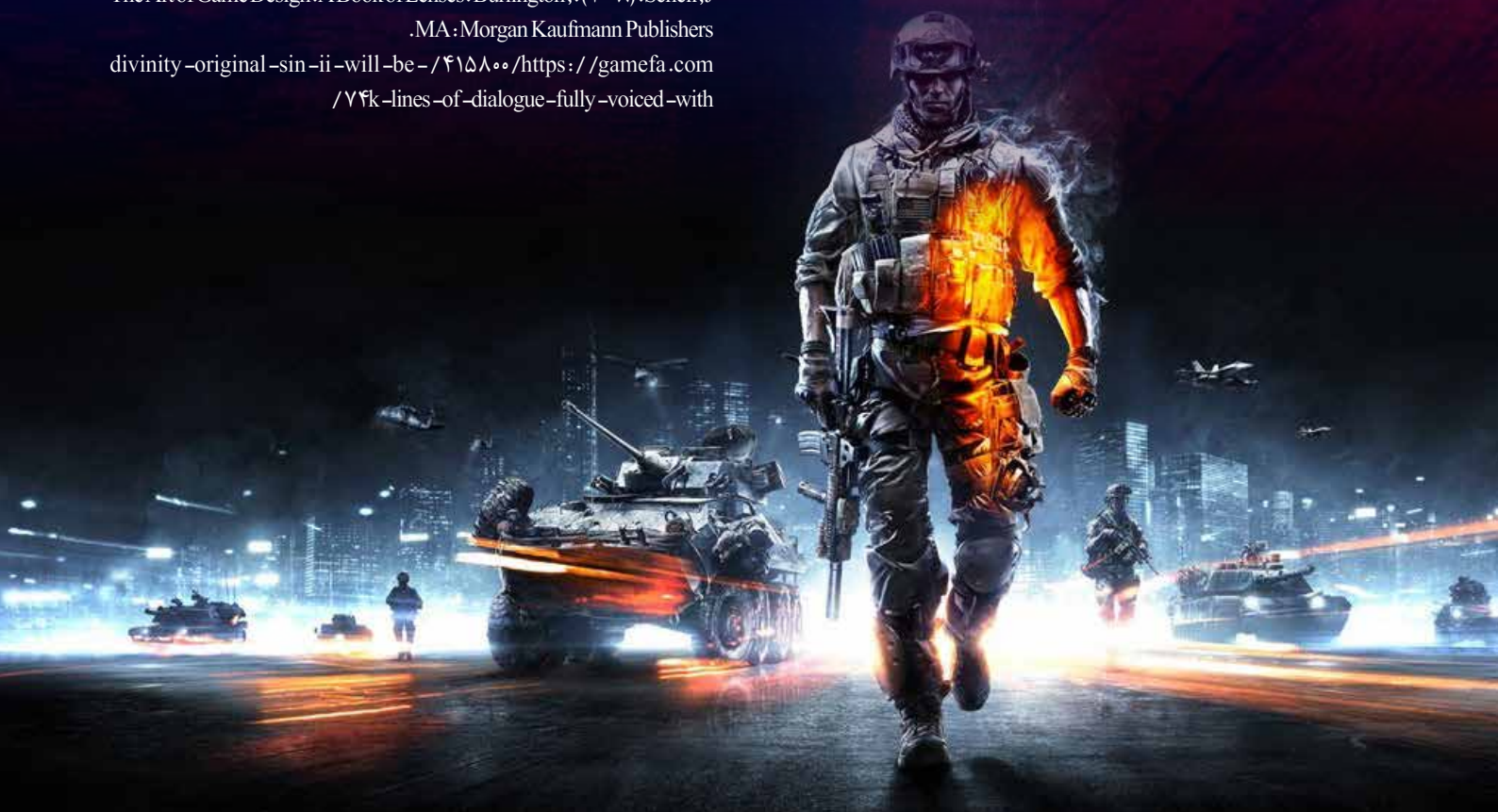
• همیشه برخی این سؤال را مطرح می‌کنند که نقد و بررسی بازی رایانه‌ای به چه درد می‌خورد؟

اولاً موضوع مطالعات بازی یک مقوله و رشته بین‌المللی است. که ورود به این حوزه در بخش دانشگاهی و مطالعاتی خصوصاً مبتنی بر سیاستها و راهبردهای کشورهای کشور ضروری است.

دوماً منتقد بازی رایانه‌ای الزاماً فقط بازی را نقد و بررسی نمی‌کند بلکه محقق در این حوزه با شناخت زمینه‌ها و عوامل مؤثر در تولید بازی می‌تواند در ارائه مشاوره جهت ساخت بازی مناسب، آن هم مبتنی بر مقتضیات ایرانی اسلامی در سطح کلان و اقتضائات بومی هر منطقه (داخلی یا بین‌المللی) ورود نماید. امری که به دلایل متعدد تاکنون در کشور به صورت هدفمند محقق نگردیده است.

منابع:

The Art of Game Design: A Book of Lenses. Burlington, . (۲۰۰۸). Schell, J
 .MA: Morgan Kaufmann Publishers
 divinity-original-sin-ii-will-be- /۴۱۵۸۰۰/https://gamefa.com
 /۷۴k-lines-of-dialogue-fully-voiced-with





به شبکه نویسندگان #بازی_بان پیوندید

دعوت از نویسندگان و پژوهشگران فعال در حوزه بازی‌های دیجیتال
برای نوشتن یادداشت در مجله تخصصی بازی بان.

ارتباط مستقیم با سردبیر: mjamshidi110@gmail.com

پاپانوئل

امی کاتلیر، مدیر کمپانی تبلیغاتی ASquared Group باور دارد بازاریابی آنقدر قدرتمند است که می‌تواند ارزش‌ها و باورهای ما را شکل دهد و ما حتی نسبت به این مسئله آگاهی هم نداریم. تبلیغ سال ۱۹۲۰ کوکاکولا را شاید ما ندیده باشیم اما تا به حال فکر کرده‌اید چرا پاپانوئل یک پیرمرد عیاش و گوشتالو در لباس قرمز رنگ کوکاکولا است؟ در حقیقت، پاپانوئل باوری عمومی بود که کوکاکولا ایجاد کرد. پیش از این تبلیغ، هیچ تصویری از پاپانوئل نبود که تمام مردم آن را قبول داشته باشند. او عمدتاً مردی لاغر بود که بعضی وقت‌ها لباس سبز و گاهی اوقات هم لباس قهوه‌ای می‌پوشید. بنابراین اگر کوکاکولا می‌تواند یک باور عمومی را در سراسر جهان چنان نهادینه کند که کسی حتی به ریشه‌ی آن هم نیاندیشد، پس صنعت بازی راه دشواری در فروختن این ایده که «این یک دنیای پسرانه است» ندارد.



هفت شخصیت برتر زن در بازی‌های خارجی



مابرسبحانی

کاراکترهای زنی که می‌شود با داستان آن‌ها در دنیای گیم همراه شد

شخصیت‌هایی که در زیر به آن‌ها اشاره می‌شود، بجز آخرین شخصیت، از شخصیت‌های برگزیده منتقدان خارجی است و نگارنده با بررسی، این شخصیت‌ها را انتخاب کرده است. فارغ از اینکه بازی‌های خارجی، خارجی هستند و شخصیت‌ها حاصل تفکر جمع عوامل سازنده، میتوان به این هفت شخصیت نگاهی انداخت.

همانطور که اشاره شد، شخصیت‌های زن دیگری هم وجود دارند که البته ممکن است یک جنگجوی ماشین کشتار، وسیله‌های برای شکل دادن موضوع داستان، ابزار برای شهوت، یا یک شیروفرنی روانی باشند. هفت شخصیت، آمانداریپلی، گلاوس، ایلوی، الی، کلمنتین، الکس ونس و اورورا هستند.

کاراکترهای زن بسیاری در بازی‌های خارجی وجود دارد. تعدادی از آن‌ها مردانی هستند در کالبد زنانه و تعدادی هم از دید ظاهری و رفتاری برای میل جنسی مخاطب ساخته و پرداخته میشوند. در این بین، تعدادی شخصیت زن وجود دارند که شاید بتوان آن‌ها را از سایرین بخاطر زن بودنشان، جدا کرد. یعنی اینکه آن‌ها شخصیت‌هایی هستند که نه ابزاری برای جذب مخاطب، که شخصیتی هستند که میتوان آن‌ها را بازی کرد و با داستان آنها آشنا شد. هرچند تمام این شخصیت‌ها چه بسا زیر نظر نویسندگان غربی شخصیت‌پردازی شده‌اند، اما نقاط اشتراکی بین انسانها وجود دارد که جامعه به جامعه مشترک است. شاید بتوان در این ۷ کاراکتر، تنوع شخصیتی‌ای را احساس کرد که برای ساخت کاراکتر خانم، مفید واقع شود.



Amanda Ripley-Alein: Isolation

آمانداریپلی یک زن محقق فضا نورد است که در سفر فضایی خودش با اتفاقاتی روبرو می‌شود که اصلاً انتظارش را نداشته است. موجودات فضایی همه را میکشند و او باید راه فراری برای خودش و همکارانش پیدا کند. این بازی با نام بیگانه: جداسازی، چیزهای زیادی از شما بعنوان کاراکتر اصلی نمیخواهد. اول، نترس باشید. دوم، ناامید نشوید. سوم، با مهارت خودتان با ابزار سرو و کله بزنید و از وسایلی که دارید و مکان‌های تعبیه شده در بازی برای پنهان ماندن از دید موجودات مهلک فضایی، استفاده کنید. پنجم، از ابزار جنگی هم استفاده نکنید. ششم، با موقعیتی که پیش آمده، کنار بیایید و یک زن با هوش، مهندسی ماهر، شجاع و فداکار باشید. آماندانی تنها ومتکی بر خود است که هوشمندانه سعی میکند با پنهان شدن از دید موجودات ترسناک، امنترین مسیر را برای حل معماها طی کند. او یک شخصیت برتر و قهرمان تلقی میشود. اگر دد هنی بعضی شخصیت‌های بازی خارجی را نادیده بگیریم، آمانداری یکی از شخصیت‌هایی است که در بدترین شرایط، برای نجات خود و همکارانش دست به فداکاری اجباری زده و سعی میکند در موقعیتی بحرانی، خودش را متمرکز نگه دارد و ناامید نشود و هدف‌هایی که برایش تعیین می‌شود را انجام بدهد. این خصوصیت شاید برگرفته از این است که بعضی از زنان در دنیای واقعیت، هرچند از جنس لطیف هستند، اما در برخی شرایط، بجای، قدرتمندانه و نترس رفتار میکنند؛ یعنی از بعضی مردها، مردتر هستند.



Ellie-The Last of Us



در بازی آخرین ما، که یک بازی سوم شخص است، بازیکن باید از خودش (با نام جوئل) و یک دختر به نام الی محافظت کند و مراحل مختلف را به همین گونه طی کند. مثلاً الی را در حالیکه سوار یک تکه چوب است از روی رودخانه عبور بدهد. از او در برابر حمله انسان‌های دیگر محافظت کند و... در این شرایط آن چیزی که اهمیت پیدا میکند رابطه پدر و فرزند یا احساس مسئولیت همراه با رابطه عمیق عاطفی است. الی به همین دلیل یکی از شخصیت‌های خانم است که در این لیست قرار میگیرد. دخترکی که نیاز به مراقبت دارد اما در طول کل بازی همراه شخصیت اصلی است. الی، یک دختر عادی است که گاهی ناراحت می‌شود و گاهی شوخی میکند. اما شرایط دنیا تغییر کرده و او نیاز به کمک دارد. دیالوگ‌های بازی و صحنه‌ها و گیم پلی طوری ترتیب داده شده‌اند که بازیکن با شخصیت همراه، یعنی الی ارتباط درگیرکننده‌ای پیدا میکند. در طول بازی که بازیکن کنترل الی را بدست میگیرد بیش از پیش به ضعف این دختر در برابر اتفاقات رخ داده پی میبرد و... مثلاً در یک قسمت که بازیکن الی را کنترل میکند باید از دست یک آدم‌کش پنهان بشود و از این سوبه آن سو برود. یک شخصیت درگیرکننده و همراه و از دیدی کاربردی (ونه سربار) و با عاطفه و در عین حال خشن برای دفاع از دوست، خلاصه یک شخصیت که از آن بعنوان یک دختر خانم عادی یاد میشود تا یادآوری کند که در دنیای واقعی هم، دخترها نیاز به مراقبت دارند و نه تنها سربار جامعه نیستند که شیرینی زندگی و کمک یار زندگی هستند.





Aloy-Horizon: Zero Dawn

ایلوی در منطقه پس‌آخرالزمانی، بدنبال این ماجراست که چرادر کودکی بعنوان یک تبعیدی متولد شده و مادرش چه کسی است. داستان او از دوران کودکی روایت می‌شود تا بتوانید با او هم حسی کنید و در پیدا کردن گذشته و البته تبدیل شدن او به یک قهرمان زن در سن جوانی، راضی بشوید.

در بازی هورایزن زیروداون، بازیکن باید در نقش یک شخصیت با موهای قرمز، در آینده‌ای که توسط رباتهای جنگنده، احاطه شده است به مبارزه با نقشه و پنهان کاری و یانبرد مستقیم بپردازد. چیزی که این بازی را و شخصیت آن را مهم میکند، محیط باز بودن بازی و وجود قبیله‌های مختلف و داستانی مرتبط میان این قبیله‌هاست. وقتی ایلوی بدنبال گذشته خودش است اما ماجراهایی در حال وقوع است که فقط او از بین قبیله خودش می‌تواند با آن مقابله کند، پس شخصیت اول، رسماً از همان اوایل بازی یک قهرمان تداعی شده است.

مجدداً در این جا با یک زن طرف هستیم، که باید به کسی تکیه کند چرا که خانواده‌ای ندارد. بهر حال او یک زن جنگجو است که از توانایی‌های مبارزه برخوردار است. دنیای اطراف او پر از دشمن شامل ربات‌ها و آدم‌هاست و گذشته او نامعلوم است. یک دختر تبعیدی که کودکی خودش را در جایی گذرانده که به او به چشم یک تبعیدی نگاه میکند. در دنیای زندگی میکند که قبیله‌های گوناگون قوانین مختلف خود را دارند، همچنین اعتقادات خود را دارند. ایلوی، به دلیل تبعید شدن، جنگجو، مستقل و ماجراجو شده است. اما بعد از بدست آوردن یک ابزار استثنایی، که میتواند فضای اطراف را اسکن کند و اطلاعات خوبی بدست ایلوی بدهد و کارهای اینچینی، بمرور زمان با کمک به مردم در پس‌آخرالزمان مورد احترام همه قرار میگیرد. زمانیکه ربات‌ها آنقدر تکثیر یافته‌اند که به دشمن انسان‌ها تبدیل شده‌اند.

اونماد یک زن متکی بر خود است که البته شرایط زندگی، این موقعیت را برای او فراهم کرده است. شخصیت جوان که با استفاده از کمک یک آموزگار مهربان و بدست آوردن یک وسیله استثنایی، به یک قهرمان زن و مورد احترام مردم تبدیل میشود که پرده از اسرار بدبختی مردم برمی‌دارد. همچنین در انتها مشخص می‌شود که یک خانم جوان استثنایی است که از بدو تولد، برای کمک به دیگران به دنیا آورده شده است اما بخاطر اعتقادات خرافی، مورد تبعید مردم قرار گرفته بوده، بجز یک نفر که از او به نیکی یاد می‌کرده است. همچنین شخصیتی، شاید پیش از آنکه بیانگر یک شخصیت واقعی در دنیای امروز باشد، یک شخصیت خیالی برای پیشبرد داستان احتمالاً مهم، از دید نویسندگان بازی، قرار گرفته است و اما از بس بُعد قهرمانانه دارد، یک انسان ایده‌آل از دید جنگجویی باهوش و ماهر اما خانم، قلمداد می‌شود که مورد توجه برخی منتقدین قرار گرفته است.



GlaDos-Portal2

اگرچه شل، شخصیت قهرمان بازی پرتال است اما شخصیت مورد نظر ما شخص دیگری، یعنی گلا دوس، ربات مؤنث بازی است. او که ربات است، که توسط یک دانشمند در حال مرگ برای یک شرکت آزمایشگاهی خلق می‌شود، اما به مرور زمان، دانشمندان شرکت، کنترل او را از دست میدهند و او شروع به کشتار دانشمندان میکند. سپس این جنون ربات، توسط دانشمندان کنترل می‌شود اما او که مدعی خوب شدن است، بعد از مدتی، با برنامه‌ریزی قبلی شروع به کشتن مجدد دانشمندان و بچه‌های آن‌ها میکند. تحت تأثیر صحبت‌های یک دانشمند تصمیم می‌گیرد به شکل غافلگیرانه از نمونه‌ها بعنوان تست در اتاق‌های آزمایشگاه استفاده کند. او به مرحله‌ای میرسد که کنترل شرکت را به دست می‌گیرد. در سری بعد بازی، این ربات نفرت‌انگیز، خودش اسیر یک ربات دیگر می‌شود و با توسری خوردن و تحقیر و شکست از آن ربات، به خودش آمده و در پایان به شل کمک میکند تا از این آزمایشگاه فرار کند و ربات بدجنس را نابود میکند و به این ترتیب به یک ربات دوست داشتنی در نظر مخاطب تبدیل میشود.

گیم پلی بازی پورتال (درگاه)، به این شکل است که بازیکن در نقش شل، باید با استفاده از یک سلاح مخصوص و ابزارهای دیگر، به حل معماها بپردازد. به این ترتیب که هر شلیک منجر به ایجاد یک درگاه می‌شود که به درگاه دیگری ختم میشود.

بازیکن از ابتدای بازی درگاه، به حل معماهای طرح شده توسط گلا دوس می‌پردازد و در طول کل بازی با او، صحبت‌های او، طعنه‌های او همراه است. رباتی که توسط یک مرد ساخته شده و صدای یک خانم را دارد و از کنترل انسان‌ها خارج می‌شود و بعد این ربات باهوش تصمیم می‌گیرد قدرت همه چیز را بدست بگیرد و برای اینکار به کشتن انسان‌ها اقدام میکند و از یک ربات ساده و طعنه‌زن و نسبتاً دوست‌داشتنی به یک دشمن درجه یک و تنفرآمیز تبدیل میشود. اما در انتها وقتی خودش اسیر یک ربات دیگر میشود، و به مرور به خودش می‌آید، مجدداً تصمیم به کمک کردن به انسان میکند و به این ترتیب از یک دشمن، به یک ربات دوست داشتنی تبدیل میشود. شاید بخشی از شخصیت گلا دوس، مثل تعدادی از خانمها در دنیای واقعی و در طول تاریخ است، که برای بیهمتا بودن و بدست آوردن قدرت، از بعضی مردها هم خطرناک‌تر میشوند!





Clementine-The Walking Dead

یک دختر کوچک، ۸ ساله و بی پناه که از پدر و مادرش خبری نیست. کل دنیا را زامبیها گرفتهاند و حالا وقتش است که از این دختر دفاع کنید. با اینکه این بازی شخصیت‌های زیادی داشته است اما کل داستان بازی حول این شخصیت کوچک میگذرد. در اصل، او کسی است که در سریهای اول بازی باید از او مراقبت کرد و در سریهای بعدی او را بازی کرد. کلمنتین، حالا در غیاب والدین باید در میان یک گروه، سعی کند از دست زامبی‌ها فرار کند، به این ترتیب شما را مجبور میکند تا بارها بخاطر او زامبی‌ها را بکشید. او فردی زیرک است، در آن شرایطی که هرکس برای زنده ماندن خودش تلاش میکند، این دختر کوچک به دیگران کمک میکند. گاهی تصمیم‌گیری میکند و خودش فردی را به قتل میرساند. فراموش نکنیم این بازی براساس نوشته نویسنده‌ای غربی ساخته شده پس درحقیقت کنترل یک دختر که از بین چند گزینه مجبور است یک گزینه را انتخاب کند، باز هم ساخته و پرداخته نویسنده است. با این توصیف، این دختر که از یک دختر بی پناه ذره ذره در طی سریهای بازی، به یک دختر نوجوان که به خودش متکی است تبدیل میشود. گریه میکند، شوخی میکند ولی در بین کلی زامبی قرار گرفته و باید بکشد. درحقیقت، کلمنتین، شخصیتی تکامل یافته و ماحصل اتفاقات در طی سری بازی مردگان متحرک است.



Alyx Vance-Half Life

الکس ونس، کسی است که مادرش را در یک واقعه از دست داده است. (چقدر تکراری نه؟!؟) او در کنار مردی به نام دکتر فریمن با دشمنان مبارزه میکند. دارای مهارت‌های جسمانی برای مبارزه با دشمن و بالا رفتن از دیوار است. دختری باهوش که میتواند با هک سیستم‌ها از آن‌ها استفاده کند و از سیستم‌های هوشمند امنیتی عبور کند. چهره او، بطوری طراحی و کار شده که احساسات متفاوت را به مخاطب نشان میدهد. خنده شادی ناراحتی و غیره. به همین دلیل حس ترس او درمواقع مختلف دیده می‌شود که او سعی میکند با کنترل خودش، بر اوضاع فائق بیاید. در عین حال یک فرد بامزه است و در هنگام جنگ هم یک جنگجوی خوب. او یکی از معروف‌ترین شخصیت‌های بازی ویدیویی است.

شاید بتوان در واقعیت او را یک زن مناسب برای همسرگزینی انتخاب کرد! نوع شخصیت او به این‌گونه طراحی شده که در موقعیت‌های مختلف با کارا کتر صحبت میکند و در مواقع جنگ می‌جنگد و مشکلات را برطرف میکند. یک شخصیت همراه که شاید شبیه سریال‌های کرهای، صمیمی، شوخ و ماهر است. در واقعیت، اما همچنین شخصیتی، بهتر است همسر آدم باشد تا یک فرد غریبه!



Aurora-Child of Light

یک زندگی خوب در یک قصر پادشاهی. دختری که شاد و خوشحال است اما ناگهان با فوت مادرش، و بعد از ازدواج مجدد پدر با نامادری سنگدل به دختری غمگین مبدل میشود. دختر مهربان روز به روز ضعیف‌تر و ناتوان‌تر می‌شود و در نهایت بخاطر آزار ملکه جدید، از ضعف به خواب عمیقی فرو میرود. اما در دنیای دیگری بیدار می‌شود لموریا. اورورا برای اینکه به دنیای خودش، پیش پدرش برگردد، باید اجسام به سرقت رفته از دنیای لموریا، یعنی خورشید(احتمالا گرمای زندگی سابق او) و ماه (زیبایی و آرامش زندگی سابق او) و ستارگان (لحظات زیبای زندگی سابق او) را برگرداند. سپس به اورورا دو بال زیبا داده می‌شود که می‌تواند با آن پرواز کند. این دختر کوچک با دلی بی‌کینه، اما رومی پریشان با شمشیر می‌رود تا آن اجسام روشنایی را بازپس بگیرد و ملکه تاریکی را شکست بدهد. همراه او اینیکولوس یک موجود نورانی و یا به قول اورورا کرم شب تاب است که در طول بازی به اورورا کمک‌های اساسی میکند. شخصیت پردازی بازی، بسیار خوب انجام شده و شخصیت‌های موجود در بازی بیادماندنی هستند. طرح هنری و شاعرانه و کتابی بازی، آن را یکی از خاطره انگیزترین بازی‌هایی کرده که از آن نام می‌برند. شخصیت اورورا، کودکان معصومی را به تصویر میکشد که به‌بهردلیلی احساساتشان لکه‌دار شده‌است.



برندا لارل

برندا لارل، کار خود را به عنوان برنامه نویس و تهیه کننده در آتاری و اکتیویژن آغاز کرد. وی بعدها Purple Moon را تاسیس نمود، استودیویی که پیش از خریداری شدن توسط Mattel، تنها برای دخترها بازی می ساخت. برندا می گوید استودیوهایی که در آن کار می کرد، ناخودآگاه بازار خود را پسرها فرض می کردند، حتی زمانی که هیچ آماری در کار نبود. وی اینچنین تفسیر می کند: «عمدتاً، کمپانی هایی که برای شان کار می کردم، جامعه هدف خود را زنان فرض نمی کردند. همیشه تصور این بود که "اوه، مشخصاً دخترها بازی نمی کنند، چرا سرمایه مان را صرف چیزی بکنیم که اصلاً وجود ندارد". اما در حقیقت، وجود نداشتن جامعه دخترانی که بازی می کنند یک توهم ساختگی بود. وقتی ما Purple Moon را تاسیس کردیم، یکی از انتقاداتی که دریافت کردیم این بود که "چرا باید برای دخترها بازی مخصوص ساخته شود؟" و من می گفتم، همه چیز برای پسرهاست و شما حتی نسبت به آن آگاه نیستید"



نگاهی به نظرات زنان فعال در صنعت بازی‌های ویدیویی

Kirsty Fraser از اسکاتلند می‌گوید: من از این موضوع آگاه نبودم، تا زمانی که یکی از دوستانم گفت کسی را می‌شناسد که می‌تواند در این مورد تحقیق کند. او ۱۷ سال داشت و مانند بسیاری از نوجوانان دیگر آن زمان هیچ ایده‌ای نداشت که چه کاری می‌خواهد انجام دهد. "می‌دانم که می‌توانم مطالعه کنم و شغلی پیدا کنم که از آن لذت ببرم."



Centipede, 1981

بامشارکت: Dona Bailey

Daria Levac اهل یک شهر کوچک در نزدیکی سادبری است. او معتقد است "با وجود اینکه موضوعات دیگری هستند که زنان در توسعه بازی‌های ویدیویی با آن‌ها مواجه‌اند، مهم فقدان آموزش و پرورش برای دانشجویان آینده است و من معتقدم که سلطه مردان در این زمینه تا حد زیادی ناشی از عدم علاقه زنان است." اطلاعات نباید در یک نام روی یک چک لیست متوقف شود.

طیف گسترده‌ای از نقش‌ها در سراسر این صنعت وجود دارد و زنان جوان فقط باید بدانند که می‌توانند آن‌ها را پر کنند و موفق شوند. Jodie Azhar که در مجمع خلاقیت استودیویی AAA Horsham کار می‌کند، پتانسیل بیشتری را برای نشان دادن گستره‌ی صنعت بازی در دبیرستان می‌بیند. "بسیاری از دختران از کارهایی که در صنعت بازی وجود دارد آگاه نیستند و نمی‌دانند که می‌توانند این مشاغل را انجام دهند. طیف گسترده‌ای از نقش‌ها در سراسر این صنعت وجود دارد و زنان جوان باید بدانند که می‌توانند این نقش‌ها را پر کنند و مشاغلی که در آن موفق هستند را داشته باشند."

به نقل از سایت IGN (۲۰۱۷) سردبیر: در این متن به مروری کوتاه و خلاصه از سایت IGN در زمینه نظرات زنان فعال در صنعت بازی می‌پردازیم. مردان علاوه بر به نام زدن سرگرمی بازی در فرهنگ عامیانه بازیکنان و دشواری ورود دختران و زنان گیم‌ر به این حوزه بر صنعت بازی‌های دیجیتال نیز مهری مردانه زدند. این بخش از زنان به وجود فاصله جنسیتی و همچنین سواستفاده‌هایی که از زنان در این صنعت می‌شود اذعان دارند و البته به پتانسیل بالقوه و بالای زنان برای ساخت بازی‌های خوب نیز اشاره می‌کنند!

در سال ۲۰۱۷ جایی که صنعت بطور مشهود در حال پیشرفت است، حداقل نسبت به گذشته باید تحت نظارت بیشتری از نظر تقسیم جنسیتی مورد بررسی قرار گیرد.



Uncharted 3, 2011

کارگردان: Amy Hennig



ایده‌های Borsellino برای یک بازی ویدیویی مشتق شده و غیراصولی خوانده شد و گفتند که او به اندازه کافی زیبا نیست که در تلویزیون باشد. او می‌گوید "من ۱۱ سالم بود، چه کسی صدای مرا در ۱۱ سالگی شنید؟"

عدم وجود دختران و نداشتن شهرت در این بازی‌ها در طول سال‌ها تبلیغ بر جنس زن ادامه داشت و بازی‌های ویدیویی همچنان پسران و مردان را در درجه اول قرار می‌داد. Tanya Short توسعه دهنده بازی از مونترال: "من فکر می‌کنم بازی‌ها در شکل دیگری از تکنولوژی قرار دارند و به دلایل مختلف، موضوع بازاریابی به یک چرخه تبدیل می‌شود. اگر شما در درجه اول بازی را با هدف قرار دادن یک گروه خاص ایجاد کنید، آن بازی معتبر است و افرادی که آن را انجام می‌دهند احتمالاً از شما می‌خواهند محصول بیشتری بسازید."

Vee Prendergast توسعه دهنده از Perth: "صادقانه بگویم من دوست دارم تغییر اساسی در نحوه عرضه بازی‌های ویدیویی ببینم."



The Shrouded Isle, 2017

از سری بازی‌های Kitfox

کو فاندر بازی: Tanya Short

تأثیر تبلیغات بازی‌ها نه تنها دختران بلکه والدین آن‌ها را هم در بر می‌گیرد. بسیاری از والدین هنوز در مورد بازی‌های ویدیویی فکر می‌کنند در حالی که بسیاری از آن‌ها از بس داستان‌های ترسناک از رسانه‌ها در مورد آزار و اذیت و طرد عمومی زنان شنیده‌اند، منصرف شده‌اند.

Angie McKeown یک توسعه‌گر از هالیوود در ایرلند شمالی: "من فکر نمی‌کنم که این شغل تا زمانی که ما بتوانیم مادرانمان را متقاعد کنیم که آن‌ها را توصیه کنند، بتواند بعنوان شغل زنانه به بازار عرضه شود. در حال حاضر ما پسران و دختران را به باشگاه‌های کد می‌بریم. دختران به خانه می‌روند و والدین آن‌ها می‌گویند آیا شما برای WFT کار می‌کنید؟ او می‌گوید اگر ما نتوانیم پدر و مادران را متقاعد کنیم، هیچ فایده‌ای ندارد. چرا والدین نمی‌خواهند دخترانشان در این صنعت باشند؟"

آزار و اذیت و رفتارهای نامناسب در محیط کار، همچنان برای زنان در سراسر صنعت بازی ویدیویی در مقیاس زیادی انجام می‌شود و ادامه دارد. بسیاری از زنانی که با آن‌ها صحبت کردم (برخی نخواستند به این سوال پاسخ دهند) یکی از موارد را در سطح کم یا زیاد تجربه کرده بودند و همگی فکر می‌کردند که این اتفاق برای شخص دیگری می‌افتد.

Dana Card از لندن: "من فکر می‌کنم زنان باید جایگاه خود را در تیمی که مردان به طور خودکار به آن دعوت شده‌اند بدست آورند." او می‌گوید: "برخی از مردان هنوز برای داشتن یک زن بعنوان رهبر یا برابر خود مشکل دارند و کاری که من می‌توانم انجام دهم این است که آن‌ها را نادیده بگیرم. امیدوارم اوضاع بهتر شود. حتی اگر یک نسل دیگر طول بکشد."

در حالی که ممکن است موسسات آموزشی بطور یکنواخت برای کسب و کار بازی‌های ویدیویی بیدار شوند، ابتکارات رو به رشد برای آموزش دختران در زمینه توسعه بازی از سنین پایین وجود دارد. استودیوهای AAA محور مانند Creative Assembly و Media Molecule به طور مرتب در طرح‌های آموزشی مانند هفته کدینگ ملی، جامعه بازی، Jams و یا کارگاه‌های توسعه دهنده شرکت می‌کنند. در حالی که ساختن بازی‌های دخترانه تمرکز ویژه‌ای نیاز دارد.



Journey, 2012

تولید کننده: Robin Hunicke

کمپ‌های بازی سازی دختران به خاطر نتایجی که ارائه می‌کنند مشهور هستند. در طول ۳ هفته در کمپ که در حال حاضر در چند شهر در سراسر آمریکا برگزار می‌شود، دختران قبل از شروع بازی جنبه‌های اصلی توسعه بازی‌ها را یاد خواهند گرفت. تابستان در رقابتی ملی که در آن ۵ تیم برتر به Bay Area اعزام می‌شوند تا با دریافت یک جایزه بزرگ به رهبران توسعه صنعت تبدیل شوند. Laila Shabir مدیرعامل (CEO) شرکت سازنده بازی‌های دختران (می‌گوید): "این بیشتر از یک اردوی تابستانی است. این مکانی است که دختران دیگر استثنائات نیستند، آن‌ها عادی هستند."

تمرکز بر آموزش تنها بخشی از مشکل را حل می‌کند. این ایده مبنی بر این است که بازی‌های ویدیویی پسرانه در سنین پایین شروع می‌شود ولی برای زنان و دختران برای وارد شدن به این صنعت یک دیوار غیر قابل نفوذ ایجاد می‌شود. یک توسعه دهنده انگلیسی که خواست نامش فاش نشود می‌گوید: "بازی تنیس و بطور کلی رشته‌های پایه، معمولاً مردانه است. این کلیشه غیر جذاب که مردها قدرتمند هستند به زنانی آسیب می‌زند که تمایل دارند در مهارت‌های اجتماعی مورد قضاوت باشند." و او ادامه می‌دهد: ما می‌خواهیم لباس زیبا داشته باشیم و در گفتگوها شرکت کنیم نه اینکه در خفا بازی کنیم."



Gone Home, 2013

با مشارکت Karla Zimonja در طراحی بازی

Mary Borsellino یک توسعه دهنده بازی اهل ملبورن است که داستان دلسرد شدن از ساخت بازی را در سن ۱۱ سالگی می‌گوید. در حالی که دو دوست مرد نیز به این کار علاقمند بودند و در تلویزیون ملی بازی می‌کردند.

FIREWATCH



Firewatch, 2016

آرتیست هنر محیطی: Jane Ng

ادعا و اعتماد به نفس بعنوان ویژگی های مردانه دیده می شود. بنابراین بر خلاف تقاضای ذاتی برای چنین صفاتی در این شغل، انتظار نمی رود که زنان بعنوان فردی رگ دیده شوند. Rachel Sima از فیلا دلفیا شاهد یک تفاوت ویژه در رفتار جوانان در این صنعت است. جایی که مردان جوان در موقعیت های قدرتمند بعنوان شگفتی و شخصی فعال مشهور می شوند، زنان جوان در همان جایگاه بعنوان عجایب و ناهنجاری هستند. با وجود اینکه هر دوی آن ها حرفه ای اند. "همکار مرد من در سن و سال من خیلی جدی تر از من گرفته می شود."

بیشتر زنان در ادارات توسعه بازی تحت سلطه مردان هستند. این بدان معناست که آن ها با فشار مواجه می شوند. Tanya Short می گوید: "زمانی در یک جلسه در مورد یک تجاوز با هم شوخی می کردند و وقتی مراد دیدند گفتند متأسفیم، و من تازه فهمیدم تنها زن این جلسه در بین ۲۰ نفر هستیم." او ادامه می دهد: "من در نهایت تلاش کردم تا چیزی برای گفتن داشته باشم و در نهایت در تیم جای گرفتم." او این موضوع را به همکاری یادآوری می کند و می گوید آخرین باری است که یک زن معاون مدیر شده است و آن ها دوستان خوبی شده اند.



Armello, 2015

ساخته: Lisy Kane

خارج از دفتر کار، تبعیض جنسی و آزار در فضای مجازی آنلاین، به فرهنگی از ترس تبدیل شده که باعث می شود بسیاری از زنان سوال کنند که آیا در مرحله اول به توسعه بازی دست یافته اند یا نه سال ۲۰۱۴ یک نقطه عطف بود، کمپین آزار و اذیت تبدیل به جنگ فرهنگی با تنوع در بازی های ویدیویی شد و بسیاری از زنان احساس کردند ممکن است با پیوستن به این صنعت خود را در خطر قرار دهند.

Camila Gormaz از سانتیاگو: "من در همان سال در توسعه بازی ها شروع به

کار کردم که بحث GamerGate رخ داد. خبرهای زیادی در مورد آزار و اذیت من را به این باور رساند که این اتفاق می تواند درباره من هم بیفتد.

در صنعت بازی، چگونه می توان به مساله تبعیض جنسی و آزار و اذیت پرداخت؟ در سال ۲۰۱۷ این موضوع مورد توجه همگان است. اگرچه هشتگ #metoo در این سال وسعت آزار و اذیت زنان در سراسر جهان را مورد توجه قرار داده است. یکی از آن ها هشتگ "من چگونه می توانم تغییر دهم" بود که از مردان خواست با فرهنگ آزار و اذیت مقابله کنند.

Ange McKeown می گوید: افرادی داریم که آزارها را می بینند اما گزارش نمی کنند، زمان آن رسیده که صنعت بازی ها در مورد چگونگی کمک به آن ها صحبت کند. اما احساس می کنم از این کار درمانده است.



Thimbleweed Park, 2017

نویسنده همکار: Lauren Davidson

برنامه ریز بازی: Jenn Sandercock



Rumu, 2017

هنر محیطی سه بعدی از: Teja Godson

افزایش منابع و بورس تحصیلی به توانمندسازی و پیشرفت شغلی کمک می کنند. Crista Megee از میشیگان می گوید: گروه ها می توانند از هر کجا آمده باشند "من برای هر ایده بازی مشتاقانه ای که در آن وجود دارد می گویم بهترین کاری که می توانید انجام دهید این است که گروهی از دوستان را جمع کنید و چیزی بسازید. دوره های آموزشی کد و هنر را ببینید و آنرا خودتان انجام دهید. اگر پول ندارید، منابع رایگان موجود است. از آن ها استفاده کنید." اگر یک زن احساس کند که یک فرصت عالی شغلی دارد، واقعاً مایل است کار

سخت فعلی خود را تعطیل کند و ساعات طولانی کار جدید را انجام دهد. Mac Lean می‌گوید: شما بطور مداوم متوجه می‌شوید مردان از نظر بالقوه ارتقا یافته‌اند و زنان بعد از موفقیت ارتقا پیدا می‌کنند. "و به این ترتیب زنان تمایل دارند فناوری را بطور کامل ترک کنند، این در مورد بازی‌ها نیز صدق می‌کند.

اگر شما همه اقلیت‌ها در صنعت بازی به زنان فرصت ندهید، پیشرفت پیش رو را از دست می‌دهید. Mac Lean ادامه می‌دهد: بعنوان یک صنعت ما تاثیر از دست دادن استعداد را روی فرایندهای خلاقمان، روی کیفیت محصولاتمان و یا روی کسب و کارمان درک نمی‌کنیم.

تحقیقات منابع انسانی زیادی وجود دارد که نشان می‌دهد هزینه از دست دادن یک متخصص با تجربه می‌تواند به اندازه ۶ ماه حقوق آن‌ها باشد. وقتی یک مهندس زن با ۵ سال سابقه این صنعت را ترک کند، هزینه عظیمی است و ما باید در مورد آن نگران باشیم. چون یک فرار باور نکردنی از استعداد ما، فرصت‌های ما و ضرر به کارماست. در سال ۲۰۱۶، Mac Lean و IGDA به هم پیوستند و با XBOX به طور خاص به این مسئله پرداختند.

برنامه Next Gen Leader برای کمک کردن به زنان و اقلیت‌ها که در حال حاضر در صنعت بازی با موانعی روبرو هستند ساخته شده است. اول اینکه آن‌ها با یک مربی که برای منافع حرفه‌ای آن‌ها انتخاب شده است، تطبیق داده می‌شوند. دوم آن‌ها به GDC آورده می‌شوند که در آنجا دوروز کارگاه‌های خصوصی و حرفه‌ای برگزار می‌کنند که ممکن است همه چیز را از "گفتگوهای دشوار" در سرکار گرفته تا سلامت روانی و مدیریت حرفه در آشفتگی را پوشش دهند. Mac Lean می‌گوید: "این فرصتی است برای نشان



دادن مهارت‌های رهبری آن‌ها و مهارت‌هایی که بدست آورده‌اند و راهی برای ماست برای اینکه بگوییم بعنوان یک صنعت و یک سازمان، ما به شما اعتقاد داریم، ما شما را به عنوان یک رهبر می‌بینیم و به شما فرصت رهبری می‌دهیم."

این روحیه زنانی که باعث بیداری زنان دیگری می‌شوند تقریباً در هر زنی که من با آن‌ها صحبت کردم وجود داشت. رسانه‌ها اغلب فضایی هستند که توسعه دهندگان بازی در آن از بدترین جنبه‌های صنعت خود می‌خوانند و بسیاری می‌خواهند نور بیشتری را با سایه ببینند.

Corina Diaz می‌گوید: من این صنعت را بعنوان یک کل برای حساس بودن به موضوع آزار و تبعیض جنسیتی می‌بینم و مردم را در تلاش برای باز کردن بحث در مورد "محتوا" مشاهده می‌کنم. این یک لحظه حساس در صنعت است و ما در حال تنظیم استانداردهایی برای کسانی که می‌آیند هستیم.

Andie Sacchi می‌گوید: "من یک شورش از ابتکارات فمینیستی در بازی‌ها و فناوری را تجربه می‌کنم و نمی‌توانم به اندازه کافی سپاسگزار و خرسند باشم." صحبت کردن در مورد چیزی که دوست دارید یک زن در صنعت باشد و اینکه چطور می‌تواند صادق باشد، متعارض است و اما همچنان خواهان تشویق است. بیشتر زنانی که با آن‌ها صحبت کردم به روبرو نگاه می‌کردند و آینده را می‌دیدند.

Alexei Pepers می‌گوید: "می‌خواهم بگویم که در مدت کوتاه، حمایت بی‌قید و شرط از سوی ده‌ها نفر از توسعه دهندگان بازی را انجام دادم و هنوز هم عمیقاً به بهبود زنان اهمیت می‌دهم. مهم است که بگوییم این کار ممکن است انجام شود و با مردمی بزرگ کار کنید که به شما احترام می‌گذارند و از شما حمایت می‌کنند، حتی بعنوان یک زن"

۱- این مطلب صرفاً تلاشی در جهت معرفی بانوان فعال در حوزه تولید بازی‌های رایانه‌ای می‌باشد. بدیهی است بازی بان نسبت به موضوعات بازی‌های تولیدی ایشان مسئولیتی ندارد.



آزادی یواشکی

گیمرهای حرفه ای زن دنیا

فرهنگ گیم و گیمینگ بیشتر مردانه، جذابیت جنسی کاراکترهای مونث در بازی ها، سواستفاده از استریم های زن! و گیمرهایی در پستوی خانه ها!

۸۰

در Blizzcon ۲۰۱۶، خیلی ها از دیدن رایلی فراست (کیتی) در تیم فرانسوی اوروچ تعجب کرده بودند؛ در صورتی که اصلا مسئله تعجب آوری نیست. چرا او نباید در رده های بالاتر حضور داشته باشد؟ حال که صحبت ها در مورد جدایی کیم شیون (گگوری) و پیوستن او به تیم شانگهای نایتس است، شاید زمان آن رسیده تا تیم های حرفه ای تعصب مردانه خود را کنار گذاشته و از گیمرهای زن استفاده کنند. هیچ چیزی نباید زنان را از رسیدن به مراحل بالاتر باز دارد؛ اما مسائلی وجود دارند که مانع می شوند.

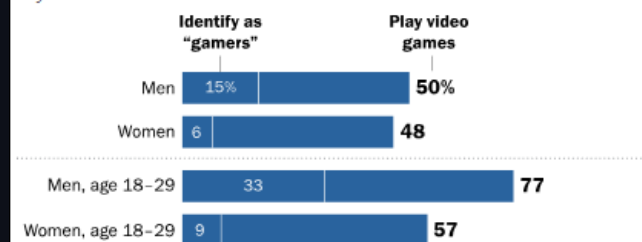
از نظر تعداد

این روزها زنان بخش قابل توجهی از جامعه بازی را تشکیل می دهند. براساس مطالعه ای که در سال ۲۰۱۲ توسط ESA (Entertainment Software Association) انجام شد، ۵۳٪ از گیمرها آقا و ۴۷٪ خانم بودند. تعداد خانم ها با ۱۸ سال سن یا بالاتر (۳۰٪)، بیشتر از آقایان زیر ۱۸ سال (۱۸٪) بوده و البته لازم به ذکر است که این آمار مربوط به بازی های موبایل بوده است.

تنها از روی همین اعداد می توان دید که زنان گیمر جمعیت زیادی را به خود اختصاص می دهند و صنعت بازی باید بیشتر به آن ها توجه داشته باشد. خانم ها فقط ۴٪ کمتر از آقایان بازی می خردند که با وجود تعداد زیاد بازی های ویدیویی، مبلغ بسیار زیادی می باشد. اگر این درصد ها تا الان ثابت مانده باشند، حدود ۴۴ میلیارد دلار فروش بازی ها در سال ۲۰۱۶ مربوط به خرید زنان گیمر بوده است (۴۸٪ از ۹۱٫۸ میلیارد) و این ارقام در آینده بیشتر نیز خواهد شد. برای مثال، درآمد حاصل از پروژه های Newzoo در چند سال آینده به ۱۱٫۶ میلیارد خواهد رسید. با وجود کسری بزرگی از زنان گیمر، تخمین زده می شود که تنها ۵٪ از آن ها بازیکنان حرفه ای باشند.

Men and women play video games, but men are more likely to call themselves "gamers"

% of all adults who...



Source: Survey conducted June 10 - July 12, 2015.

Note: "Play video games" includes those who identify as gamers. E.g., 50% of adults play video games, including 15% who consider themselves gamers.

PEW RESEARCH CENTER

ترجمه شده از سایت gamecrate (۲۰۱۸)

وقتی به آمار مربوط به گیمرهای حرفه ای نگاه می اندازید، متوجه چند الگو می شوید که مشهودترین آن ها این است که بازیکنان، زیر ۲۵ سال و مرد هستند. پس گیمرهای حرفه ای زن کجا هستند؟ بازی ویدیویی در سطح حرفه ای دلیلی برای جدایی خانم ها و آقایان نیست؛ چرا که این بازی ها شباهتی به ورزش فوتبال ندارند که زنان به دلیل تفاوت های قد و هیکل با مردان به طور جدی آسیب ببینند. این بازی ها تنها به وجود کیبورد، ماوس و مانیتور نیاز دارند که هیچ کدام ارتباطی به جنسیت ندارند. با این حال، هنوز هم شاهد حضور کم رنگ خانم ها در مسابقات قهرمانی سطح برتر بازی ها هستیم.

فرهنگ بازی

فرهنگ بازی‌های ویدیویی، بازدارنده‌ترین جنبه برای خانم‌ها جهت رقابت در سطوح بالاتر محسوب می‌شود. مردان در زمان شکل‌گیری بازار بازی‌های ویدیویی بر آن تسلط داشتند، ولی در حال حاضر شرایط تغییر کرده است؛ با این حال، نکته قابل توجه این است که با وجود تغییر آمار و ارقام، فرهنگ بازی دچار تغییرات چندانی نشده است.

یکی از شکایت‌هایی که در این زمینه زیاد به گوش می‌رسد که البته منحصراً مربوط به بازی‌های ویدیویی هم نیست، دروازه‌بانی ورود به این صنعت است. مردان برخی از فعالیت‌ها را مختص به خود می‌دانند و در نتیجه هرزنی که قصد رقابت با آن‌ها یا شرکت در آن فعالیت خاص را داشته باشد، می‌بایست توانایی‌های خود را به آن‌ها ثابت کند. خانم‌ها باید اثبات کنند که به اندازه آقایان و حتی در مواردی بیشتر از آنان اطلاعات دارند تا بتوانند مورد قبول واقع شوند. بازی هیلو را دوست داری؟ شناسه مستر چیف چیست؟ ممکن است این‌ها سوالاتی بی‌ضرر جلوه کنند، اما در واقع در پس آن‌ها حرف‌های دیگری پنهان شده‌اند. این پرسش‌ها استانداردهای بی‌حد و حصری را ایجاد می‌کنند تا دیگران را از جامعه بازی دور نگه دارند.

از آن جایی که بحث هیلو را پیش آوردیم، بد نیست نگاهی هم به طراحی کاراکترها و زره‌هایشان بیاندازیم. کورتانا نمونه‌ای برای نمایش اتفاقاتی است که زنان در صنعت گیم با آن دست و پنجه نرم می‌کنند. با وجود برجسته بودن شخصیت او در این سری بازی، پیچیدگی‌ها و به خصوص مفاهیمی که در رابطه نشانگر آن‌هاست، هنوز لباس مناسبی به تن ندارد. به چه دلیل؟ چرا او نباید زره اسپارتن بیوشد یا پوششی مانند دکتر کاترین هالزی داشته باشد؟ بازی‌های دیگر نیز همین شرایط را دارند و یا شاید بدتر؛ چرا که شخصیت‌های زن این بازی‌ها حتی عمق کاراکتر کورتانا را هم ندارند. بایک گوگل کردن ساده متوجه می‌شوید که در بازی ورلد او وار گرفت هم لباس‌های جنگی مناسبی برای خانم‌ها طراحی نشده است.

آرتیست کره‌ای بازی مگنا کارتا، کیم هیانگ ته، مثال دیگری در این زمینه است. طراحی شخصیت زن او در بازی به شدت بر جذابیت جنسی متمرکز

است و تا جایی که ممکن بوده پوست بدن این کاراکتر که فرم منحصر به فردی از بدن زن را داراست، نمایان است؛ در حالی که شخصیت‌های مردانه طراحی شده چندان جذابیتی ندارند.

با این‌که می‌توان لباس‌های کوتاه و کاراکترهای شهوت‌انگیز را با بیان یک سری داستان و افسانه توجیه کرد (که البته توجیه پذیر نیست)، اما در واقع هیچ کدام توجیه مناسبی به شمار نمی‌آیند. البته بهتر از همه، کسانی که در شرکت بازی سازی Riot کار می‌کنند، می‌توانند درباره این مسئله نظر بدهند. جینکسیلورد، طراح قهرمانان این شرکت در مورد طراحی بعدیش از یک دختر سکسی قهرمان می‌گوید:

به نظر من باید نمونه‌های دیگری هم ساخت؛ البته نه به خاطر جاذبه جنسی بلکه به خاطر جذاب بودن کاراکترهای فانتزی برای جلب خانم‌ها و آقایان برای ادامه دادن بازی. نکته کلیدی این است که ظاهر کاراکتر باید باطن او را نیز به نمایش گذاشته و با آن سازگار باشد. مثلاً ظاهر کیتلین برای کلانتری که برخوردی سرد و خشک دارد، مناسب نیست؛ در صورتی که ظاهر آهری هماهنگی زیادی با ساکوبوس دارد. این مورد یکی از نکات مثبت بازی‌های ویدیویی است؛ چرا که به شما اجازه می‌دهد تا شخصیتی کاملاً متفاوت داشته باشید. ما دوست داریم خودمان را به عنوان شخصیت اصلی در بسیاری از موارد تصور کنیم؛ اما زمانی که شخصیت پردازی و ظاهر کاراکتر همخوانی نداشته باشند، همه چیز مسخره به نظر می‌رسد. برای مثال، مستر چیف را با لنگ در حال مبارزه با گوننت تصور کنید. خنده‌دار نیست؟

موانع موجود فقط در تصاویر نیستند. زنان با چالش‌های دیگری مانند وُیس چت و بازی کردن هم رو به رو هستند. داستان‌های زیادی مبنی بر صحبت کردن زنان در ویس چت می‌شنوید که تا صدای یک زن به گوش می‌رسد، صفحه چت به خاطر حضور او منفجر می‌شود! خانم‌ها اغلب مورد آزار و اذیت و مزاحمت قرار می‌گیرند و تهدید می‌شوند.

استفانی هاروی که گیمری حرفه‌ایست، سال گذشته در مصاحبه‌ای بابی بی سی گفت: جامعه بازی هنوز هم جامعه‌ای مردانه است و به طور اتوماتیک به خاطر زن بودن متفاوت تلقی می‌شوید. در واقع به دلیل وجود چنین نگاهی





است که خانم‌ها مورد آزار و اذیت قرار می‌گیرند؛ چرا که به خاطر زن بودن، حق حضور در چنین جامعه‌ای را ندارند. همه چیز در مورد ظاهر است! به علت وجود چنین چیزهایی است که خانم‌ها از بازی‌های آنلاین و ویس چت فرار می‌کنند. با این حال، اگر هم در این موقعیت‌ها حضور داشته باشند، سعی می‌کنند صحبت نکنند تا درگیر عواقب چنین تعامل‌های ساده‌ای نشوند! حتی اگر میان ۱۰۰ مورد، در ۱ مورد هم آزار و اذیت یک زن اتفاق بیفتد، برای خانم‌ها درگیر بازی آنلاین شدن و ویس چت کردن ارزشش را ندارد. هنوز هم با وجود ۵ بار قهرمانی در جهان، شناخته شدن به عنوان یک سازنده موفق بازی و تأسیس میس کلیکس، استفانی هاروی مورد آزار و اذیت قرار می‌گیرد.

به دلیل وجود این مسائل، خانم‌ها از بازی کردن بازی‌های مورد علاقتان سر باز می‌زنند. اگر هر باری که وارد بازی آنلاین می‌شوید، حتی از طرف یک نفر هم مورد مزاحمت و توهین قرار بگیرید، تجربه تلخ دیگری به تجربیاتتان افزوده می‌شود و هر چه بیشتر بازی کنید، با اطلاعاتی که از شما به دست می‌آید، بیشتر هم مورد آزار قرار می‌گیرید.

استریمینگ

در مسیر حرفه‌ای شدن، خیلی از گیمرها به استریمینگ روی می‌آورند؛ زیرا راه بسیار خوبی برای شناخته شدن و کسب درآمد (ناچین) است. بازی کردن در سطوح پایین تر پول زیادی به همراه ندارد؛ بنابراین این مورد برای تشویق بازیکن‌ها برای افزایش درآمد در کنار آموزش دیدن، راه حل خوبی است. استریمینگ نه تنها جنبه مالی دارد، بلکه از آن طریق می‌توانید در انجمن بازی محبوبیت کسب کنید. بسیاری از گیمرهای حرفه‌ای استریم‌های فعال و طرفدارانی دارند که از لحاظ مالی آن‌ها را حمایت می‌کنند. هنگامی که یک تیم حرفه‌ای به دنبال انتخاب یک بازیکن جدید است، داشتن هواداران وفاداری که همراه وی به تیم جدید نقل مکان کنند، عامل کوچک کمک کننده‌ای محسوب می‌شود. همانند سایر جنبه‌های بازی، زنان در اینجا هم با چالش‌های زیادی روبرو هستند. اکثر استریمرها دوربین کوچکی روی صفحه دارند که آن‌ها را در حال بازی کردن نشان می‌دهد. این کار به مخاطبان اجازه می‌دهد تا بتوانند شما را بهتر بشناسند و احساس نزدیکی بیشتری کنند که این خود به معنی به دست آوردن درآمد بیشتر است؛ اما متأسفانه، دیده شدن باعث می‌شود تا مزاحمان راه دیگری برای آزار و اذیت شما پیدا کنند. البته همگی استریم‌ری را که از جنسیت خود استفاده کرده تا فالوئرهای بیشتری جمع کند، دیده ایم یا حتی می‌شناسیم. در حالی که بسیاری گیمرهای ماهری هستند، برخی تصمیم می‌گیرند که با پرداختن به غرایز اساسی انسان پول بیشتری به دست بیاورند که البته این کار را محکوم نمی‌کنیم؛ چرا که نمی‌توان به دست آوردن پول از این طریق را انکار کرد. فقط این نکته را به خاطر بسپارید که با این کار مسائلی را وارد فرهنگ کرده‌اید که باید مسئولیت آن‌ها را به عهده بگیرید. مردان هم به همین اندازه مقصر هستند؛ زیرا اگر انجام چنین کاری موثر واقع نمی‌شد، استریمرها به سراغش





همیشه از بازی کردن با خواهر بزرگترم به خصوص زمانی که بازی Mario Kart ۶۴ بازی می‌کردیم، لذت می‌بردم.

از طراحان بازی بخواهید که پاسخگو باشند. اجازه ندهید که به طراحی سکسیستی خود ادامه دهند. طرفداران به دصورت این کار را با بازی اوروچ انجام دادند: اولین شکایت ابراز شده در این زمینه، این بود که تمامی کاراکترهای زن بازی باریک و بلند بودند؛ در حالی که کل جمعیت این خصوصیات را ندارند و ساخت شخصیت زریا نتیجه این اعتراضات بود. پس از آن بحث درباره مدل باسن تریسر در گرفت. سوالی که در این مورد مطرح شده بود، این بود که آیا این حالت نشان دهنده شخصیت تریسر بوده یا صرفاً به علت جذابیت جنسی آن طراحی شده است؟ اگر چنین سوالاتی برای بازی مانند اوروچ مطرح می‌شود، تصور کنید برای استودیوهای نه چندان مطرح در مقایسه با Blizzard Entertainment چه اتفاقی می‌افتد.

در نهایت، باید شروع به پذیرفتن این موضوع کرد که زنان هم می‌توانند به اندازه مردان در زمینه بازی با استعداد باشند. باید به جای متهم کردنشان به این که کس دیگری به جای آن‌ها بازی می‌کند، قبول کرد که آن‌ها همان کسانی هستند که استریم می‌کنند. باید پذیرفت که زنان تقلب نمی‌کنند و از کسی کمک نمی‌گیرند. باید دانست که در عوض می‌بایست در این راستا دوستان خود را تشویق کرد تا در جامعه بازی تاثیر مثبتی داشته باشند.

پی‌نوشت‌ها:

۱- Riley Frost (Kitty)

۲- Overwatch

۳- Kim Se-yeon (Geguri)

۴- Shanghai Knights

۵- Halo

۶- Master Chief

۷- Cortana

۸- Catherine Halsey

۹- World of Warcraft

۱۰- Magna Carta

۱۱- Kim Hyung-tae

۱۲- Jinxylord

۱۳- Caitlyn

۱۴- Covenant

۱۵- Stephanie Harvey

۱۶- Misselicks

۱۷- سردبیر: این مساله با اصول فرهنگ دینی و ملی ما و اصالت خانواده منافات دارد ولی ما خواستیم تا نظر نویسنده به طور کامل در اینجا منعکس شود.

۱۸- Yu Hao

نمی‌رفتند.

سال گذشته در چین، تیم "دختران گل فروش دوقلو، Twin Flower Girls" متوجه شدند که ظاهر خانم‌های گیمر در سطح حرفه‌ای حائز اهمیت است. یوهاو سرپرست تیم اظهار کرد که در بازار چین، بعضی از سرپرست‌های تیم‌ها مدل‌ها را به کار گرفته و به آن‌ها گیمر شدن را آموزش می‌دهند. در چنین وضعیتی اگر دورزومه را جلوی آن‌ها بگذارید و بخواهید یکی را انتخاب کنید، آن‌ها گیمری را که ظاهر جذاب‌تری دارد، انتخاب می‌کنند.

در نهایت پاسخ پرسش ما چیست؟

متأسفانه حل این مسئله آسان نیست. ما می‌توانیم خودمان را آموزش دهیم و در مسیر درست حرکت کنیم. آگاهی از این مسائل و همکاری با سایر بازیکن‌ها برای از بین بردن این رفتارهای منفی، گامی مثبت در مسیر صحیح است. باید بدانیم که این مشکل زمانی حل خواهد شد که زنان بیشتری را در سطوح بالای بازی‌های حرفه‌ای ببینیم.

برگزاری مسابقات مخصوص بانوان شروعی مناسب برای حل این مسئله است؛ چرا که فضای رقابتی به دور از احساس انزوا را برای خانم‌ها فراهم می‌کند؛ حس انزوایی که عاملی بازدارنده برای نمایش توانایی‌های بازی کردن آن‌هاست. اگر در محیط اطراف خود احساس راحتی نکنید، میزان عملکرد شما کاهش خواهد یافت. به علاوه، احتمال این که طرفداران مسابقات مخصوص بانوان نسبت به مسابقات سنتی با فردی تازه وارد بهتر برخورد کنند نیز بیشتر است. البته باید به این موضوع نیز توجه کرد که زنان می‌خواهند در مسابقات اصلی هم شرکت داشته باشند. بدون پیوستن به رقابت‌های اصلی، مهارت و پتانسیل دستیابی به پیروزی شان کاهش پیدا می‌کند. برای مثال، جوایز مسابقات کنونی زنان در مقایسه با مسابقاتی که اکثر اعضای آن‌ها را مردان تشکیل می‌دهند، بسیار کم است. برندگان مسابقه Lady Star League چین حدود ۲۲۰۰۰ دلار به خانه بردند؛ در حالی که جایزه قهرمان LoL spring split امسال ۱۰۰۰۰۰ دلار، نفر دوم ۵۰۰۰۰ دلار، نفر سوم ۳۰۰۰۰ دلار و نفر چهارم ۲۰۰۰۰ دلار بود.

اگر تردیدهایی در مورد مسابقات زنانه دارید، باید به یاد داشته باشید که این نوع مسابقات چیز جدیدی نیست. در شطرنج نیز این کار انجام شده و نیروی مثبت آن احساس شده است. در طول سال‌ها، این امر به رشد ورزش کمک کرده و بسیاری از این بازیکنان را مطرح نموده است.

ما همچنین باید به تشویق خانم‌ها برای بازی کردن در سنین پایین‌ترین پیردازیم؛ زیرا آمارها حاکی از تعداد کم گیمرهای دختر هستند؛ چرا که هنوز هم از لحاظ فرهنگی بازی کردن دختران مسئله‌جا افتاده‌ای نیست. بدین ترتیب، نباید آن‌ها را جدا دانست؛ بلکه باید به اندازه پسران به آن‌ها هم شانس بازی داد. مثلاً خواهر بزرگتر یا کوچکتر خود را تشویق کنید تا با شما بازی کند. من





Gris

بازی Gris یکی از آثار مستقل است که در آخرین ماه سال ۲۰۱۸ غریبانه و در سکوت منتشر شد. بازی زیبایی که توانسته هارمونی کاملی را میان گیم پلی و موسیقی ایجاد کند و در حقیقت همین هارمونی است که به آن هویت می‌دهد. بازی Gris داستان دختری جوان، درگیر در مسائل احساسی درونی اش است که در فراز و فرودی از ماجراجویی به مرور با مشکلات درونی پرتنش کنار می‌آید. روند بازی ساده، بدون دغدغه و با معماهای نه چندان پیچیده پیش می‌رود. مراحل بازی دارای مکانی ثابت است که باید یک به یک با به دست آوردن تجربیات و مهارت‌های جدید، راه را برای رسیدن به پایان بازی هموار نماید. نقش نورها در گریس نمادی از امید است که دختر جوان باید با یافتن نورها، قدرت‌های جدیدی را به لطف شغل جادویی اش به دست بیاورد و با ایجاد صورفلکی، راه را برای صعود باز کند.



به نقل از زومجی

یه روز باحال

سردبیر: اینکه #بازی_بان اختصاص به بازی های دیجیتالی دارد درست، ولی خُب هراز گاهی بازی های غیردیجیتال هم مزه می دهد. اصلاً می شود از این روز به بعد در هفته یک روز را به بازی های غیردیجیتال اختصاص داد. به دوراز تلفن همراه، کنسول و رایانه. یک روز خوب به روش سنتی! "یه روز باحال"



بازی دست چین یه گل گل رنگارنگ

کارت های بیشتری جمع کرده باشد. تقویت حافظه آنی و حافظه دیداری، افزایش سرعت عمل و قدرت تمرکز و دقت از مهم ترین اهداف این بازی به شمار می آید. اعتماد به نفس، برانگیختن حواس، تقویت کننده حافظه، تقویت مهارت حرکتی و هیجان از مهم ترین مواردی است که از بازی با این محصول به آن خواهید رسید. بازی دست چین مناسب و سرگرم کننده برای سن ۶ سال به بالا و هر جنسیتی می باشد. شما می توانید از طریق اسکن تصویر از طریق تلفن همراه (QR code) به سایت فروش این بازی دسترسی پیدا کنید.

بازی فکری دست چین پرهیجان، ۲ تا ۴ نفره شامل ۲۰ عدد لیوان کوچک رنگی، تعدادی کارت و یک عدد زنگ است. به هر نفر ۵ لیوان با رنگ های مختلف داده و کارت ها را در یک دسته به پشت، وسط می گذاریم. زنگ هم جایی قرار می گیرد که در دسترس همه باشد. هر بار یک کارت رو می شود و بازیکنان باید به سرعت لیوان ها را بر اساس الگوی نشان داده شده در کارت بچینند. هر کس زودترین کار را بکند و شکل کارت را بسازد، زنگ را به صدا در می آورد و کارت را از آن خودش می سازد و برنده آن دوراز بازی خواهد بود. در پایان بازی، برنده کسی خواهد بود که



شما می توانید از طریق اسکن تصویر از طریق تلفن همراه (QR code) به سایت فروش این بازی دسترسی پیدا کنید.



سواستفاده در محیط کار

گزارشی که از سوی وبسایت Kotaku منتشر شده بود حاکی از آن بود که یکی از کارکنان حال حاضر راییت گیمز به نام ملانی مک کرکن (Melanie McCracken) و یکی از کارکنان سابق به نام جسیکا نگرین (Jessica Negron) یک شکایت علیه راییت گیمز انجام داده‌اند. بنا بر گفته‌ی ملانی مک کرکن، راییت گیمز قوانین پرداخت برابر و قانون تبعیض جنسیتی ایالت کالیفرنیا را نقض کرده است. دلیل اصلی این شکایت به پرداخت حقوق بیشتر به مردان برمی‌گردد. بنا بر گفته‌ی شاکیان، برای یک کارمعی، مردان حقوق بیشتری نسبت به زنان دریافت می‌کنند. همچنین مردان بسیار سریع‌تر از کارکنان زن ترفیع می‌گیرند. این مسائل باعث تشویق کارکنان مرد برای آزار و اذیت جنسی و داشتن رفتارهای نامناسب با کارکنان زن شده است.



به نقل از گیمفا

به سپر #بازی_بان مسلح شوید

بازی بان، مجله تخصصی مطالعات، سواد و بررسی محتوایی بازی های دیجیتال دریافت نسخه دیجیتالی از طریق وب سایت www.bazibaan.com و یا از طریق برنامه کتابراه



www.bazibaan.com
@bazibaan
bazibaan@gmail.com

www.bazibaan.ir
شبكة بازی بازار

سراج
مجله تخصصی مطالعات بازی
www.saraj.ir





www.Bazibaan.ir
شبکه بازی یاران



سازمان فناوری مجازی سراج
www.saraj.ir

w w w . B a z i b a a n . c o m

 @bazibaan
bazibaan@gmail.com