

# بازی‌های رایانه‌ای

ویژه‌نامه وضعیت‌شناسی بازی‌های رایانه‌ای از منظر حوزه علمیه

• هفته‌نامه افق حوزه | شماره دوم | • دوشنبه • ۲۴ مهر ۱۴۰۲ | • ۳۰ ربیع‌الاول ۱۴۴۵ | • ۱۶ اکتبر ۲۰۲۳



## حوزویان بازی‌ساز

عرصه بازی‌های دیجیتالی با توجه به تغییر ذائقه اقشار مختلف سنی در جامعه به‌عنوان عرصه‌ای نوین در حوزه اوقات فراغت و سرگرمی از اواسط دهه ۸۰ در جمهوری اسلامی مطرح گردیده است و می‌توان ادعا کرد: «در عصر حاضر بازی‌های دیجیتالی جزء لاینفک زندگی است.»؛ از این‌رو ویژه‌نامه حاضر با توجه به رویکردهای مختلف اندیشمندان حوزوی و خبرگان مطرح در این عرصه، به بازنمایی برخی از ابعاد موجود در این عرصه پرداخته و به‌صورت خلاصه به ارائه مطالبی در این موارد اختصاص پیدا کرده است. خاطرنشان می‌گردد: برخی از مطالب مطرح‌شده در این ویژه‌نامه به‌صورت خلاصه می‌باشد و علاقه‌مندان جهت مطالعه و بهره‌مندی هرچه بیشتر می‌توانند به اصل مطالب مراجعه نمایند.



## ظرفیت بازی‌های رایانه‌ای برای انتقال پیام

دبیر ستاد راهبری بازی‌های رایانه‌ای حوزه‌های علمیه حجت‌الاسلام سید محمدمحسن میرمرشدی، پژوهشگر و تولیدکننده بازی‌های رایانه‌ای



از این ابزار به‌خوبی استفاده کنند؛ درحالی‌که امروزه، شاید بازی بیشتر از برنامه‌های گفت‌وگومحور مانند منبر می‌تواند انتقال‌دهنده پیام اخلاقی و تربیتی به فرزندان و نسل بعدی باشد. متأسفانه روحانیون کمی هستند که می‌توانند، به زبان بازی با کودکان سخن بگویند؛ اما از طرف دیگر درصد بسیار بالایی از کودکان و نوجوانان به بازی‌ها علاقه‌مند هستند.

کم‌توجهی به بازی‌ها، هم در حوزه پژوهش و هم آموزش و هم تولید، به‌طور جدی به چشم می‌خورد. به‌همت برخی از مسئولان و نگاه‌های مدیریت محترم حوزه‌های علمیه، ستادی با عنوان ستاد راهبری بازی‌های رایانه‌ای راه‌اندازی شده است تا زمینه تغییر وضعیت موجود فراهم شود. آماری که در پایگاه‌ها و نهادهای رسمی بازی ارائه می‌شود، نشان می‌دهد که مخاطبان بازی‌های رایانه‌ای، افرادی در سنین مختلف و موقعیت‌های گوناگون اجتماعی هستند. البته بازی در گونه‌های مختلف غیردیجیتال هم، در میان اقشار مختلف مردم محبوبیت داشته و استفاده می‌شود. بازی‌های فیزیکی، بازی‌های کارتی، بازی‌های رومیزی و بازی‌های دورهمی، از جمله بازی‌های غیرمجازی هستند که در میان مردم رواج دارد. به‌طور خلاصه می‌توان برخی از ظرفیت‌های بازی‌های رایانه‌ای برای انتقال پیام به مخاطبان را به این شکل بیان کرد:

### • ظرفیت‌های دانشی

• قابلیت انتقال اکثر پیام‌های دینی؛

• سرعت انتقال مطالب؛

• نامحدود بودن زمان آموزش(انعطاف‌پذیری در زمان و افراد)؛

• نامحدود بودن مخاطب؛

• امکان تکرار نامحدود آموزش؛

• استفاده از انواع راه‌های آموزشی با ابزارهای جدید؛

• استفاده از هوش مصنوعی برای آموزش؛

• بالاتر بردن عدالت آموزشی در بین اقشار مختلف؛

• آموزش غیرمستقیم و تحت مهارت‌های معمول زندگی؛

• شبیه‌سازی داستان‌ها و وقایع تاریخی؛

• شبیه‌سازی بسترهای مختلف علمی و طبیعی؛

• قهرمان‌پروری و شخصی‌پردازی.

### • ظرفیت‌های گرایشی

• به‌دلیل تعامل بالا در این هنرها، حس همدلپنداری و جای‌گذاری با قوت زیاد ایجاد می‌شود؛

• تمرین و تکرار و درگیری بسیار، باعث به وجود آمدن گرایشات و ملکات متعدد در مخاطب می‌شود؛

• به‌دلیل درگیری حسی و ذهنی شدید، عمق گرایشات ایجادشده، به دنیای واقعی بسیار نزدیک است؛

• جنبه کمال‌گرایی انسان را ارضا می‌کند؛

• جنبه نامیرایی را برای انسان تداعی می‌کند؛

- جنبه قدرت‌طلبی را برای انسان تداعی می‌کند؛
- جنبه زیباخواهی انسان را ارضا می‌کند؛
- جنبه آگاهی‌خواهی و کنجکاوی انسان را ارضا می‌کند؛
- جنبه تنوع‌طلبی انسان را ارضا می‌کند؛
- ظرفیت بالای هویت‌سازی برای مخاطب را داراست؛
- به‌وسیله برخط بودن پاداش و کیفر اعمال، حس نزدیکی به قیامت و حساب‌رسی را تداعی می‌کند؛
- با نشان دادن رابطه بازی‌کن و آواتار، رابطه نفس و بدن را می‌تواند تداعی کند؛
- با شبیه‌سازی دانای کل یا خدا در بازی‌ها، رابطه خدا با خلقت و موجودات را تداعی می‌کند.

### • ظرفیت‌های توانشی

- به‌دلیل تمرین‌ها و تکرارهای زیاد، مهارت‌ها به‌راحتی یادگرفته می‌شود؛
- به‌دلیل ایمن بودن بستر برای امتحان و تکرار، مخاطب بدون ترس از خسارت واقعی، یک مهارت را انجام می‌دهد؛
- از طریق هوش مصنوعی می‌توان عملکرد مخاطب را تجزیه و تحلیل کرد؛
- می‌توان زندگی و تجربه شرایط بسیار سخت و حتی دست‌نیافتنی را ایجاد کرد؛
- با انعطاف‌پذیری بسیار بالا، سیستم آموزشی و مهارتی می‌تواند، متناسب با مخاطب به‌روز شود؛
- قدرت تجزیه و تحلیل اطلاعات در یک حوزه خاص را می‌تواند افزایش دهد؛
- سرعت عمل مخاطب را در برخی مهارت‌های خاص بالا می‌برد؛
- امکانات خوبی را برای فعالیت معلولان و از کارافتادگان فراهم می‌کند؛
- امکان نقش‌پذیری‌های متعدد و نزدیک به‌واقع را فراهم می‌کند؛
- با ایجاد شرایط امتحانی و سخت، توانایی انتخاب مسیر درست و غلط را برای مخاطب فراهم می‌کند؛
- توانایی مدیریت منابع و امکانات را بالا می‌برد؛
- خلاقیت و تخیل‌پردازی را افزایش می‌دهد؛
- آمادگی مواجهه با شرایط سخت را در فرد فراهم می‌کند.

صاحب‌نام در جهان، همیشه متخصصان آموزش، تربیت و فلسفه در کنار متخصصان بازی‌سازی و طراحان و ایده‌پردازان قرار می‌گیرند و تلفیق نگاه آموزشی و نگاه سرگرمی و بازی‌سازی، محصول خوبی را ایجاد می‌کند که هم، جنبه سرگرمی دارد و هم، مفاهیم آموزشی را انتقال می‌دهد.

باید در نظر داشت که آفت بزرگ در ساخت بازی‌ها، با نگاه آموزشی این است که گاهی جنبه آموزشی آن‌قدر بارز و شدید می‌شود که جنبه سرگرمی، کم‌رنگ شده و اقبال کاربران را به‌همراه ندارد. برای ساخت یک بازی آموزشی مناسب، متخصص آموزش و متخصص بازی‌سازی باید با یکدیگر تعامل کنند تا یک محصول مشترک خوب ساخته شود. این تعامل، بستگی مستقیمی به دیدگاه و سواد افراد دارد. گاهی بازی درست می‌شود و نماز و قرآن خواندن در آن نشان داده می‌شود؛ ولی جنبه آموزشی ندارد. گاهی نیز آن‌قدر روی جنبه آموزشی بازی تمرکز می‌شود که بازی دیگر حالت سرگرم‌کننده نداشته و برای کاربر جذاب نیست.

متأسفانه در حوزه انتقال پیام از طریق بازی، دچار فقر شدیدی هستیم و دلسوزان و فعالان فرهنگی نتوانسته‌اند،

نیز، اهمیت بالایی دارد. متأسفانه، ما بیشتر از نکات منفی بازی انتقاد می‌کنیم و نکات مثبت آن را نادیده می‌گیریم. به‌عنوان مثال، امروزه بازی را نه فقط برای کودکان؛ بلکه برای بزرگسالان، به‌صورت بسیار جدی دنبال می‌کنند و هدف آنان انتقال مطالب یا ارزیابی افراد یا درمان است که اصطلاحاً به آن گیم‌ی فیکشن یا بازی‌وارسازی، گفته می‌شود؛ یعنی مواردی مثل آموزش قوانین، بازاریابی در صنعت و تجارت و آموزش برخی مهارت‌ها و ورزش‌ها، از طریق بازی انجام می‌شود. حتی در مواردی، گرینش افراد، استخدام در شرکت‌ها و ادارات و نظرسنجی‌ها هم از طریق بازی‌ها انجام می‌شود؛ یعنی هدف از ساخت بازی، تنها سرگرمی و تفنن نیست و کارکردهای مثبت بیشتری دارد. امروزه، از این هم فراتر رفته و بازی‌هایی ساخته شده است که البته در پزشکی کاربرد زیادی دارند. با این وجود، می‌توان گفت که بازی، پتانسیل بسیار بالایی برای آموزش و انتقال محتوا دارد.

اگرچه در ایران هم، تلاش‌هایی در زمینه بازی‌های آموزشی انجام شده است؛ اما به توفیق زیادی دست پیدا نکرده‌ایم یا حداقل این است که نتوانسته‌ایم، حرف قابل توجهی در بازار بازی‌ها داشته باشیم. در شرکت‌های

امروزه دامنه رسانه‌ها و ابزارهای حاوی پیام از نقاشی، موسیقی، داستان، نمایش، سینما، تلویزیون و رسانه‌های دیجیتال گسترده‌تر شده و رسانه‌های تعاملی (بازی‌ها) را نیز در بر گرفته است. به‌جرات می‌توان گفت که بازی‌های رایانه‌ای تمام گونه‌های دیگر رسانه را با خود به‌همراه دارد و علاوه بر آن، عنصر تعامل که تأثیرگذاری این رسانه را بسیار عمیق‌تر می‌کند، مؤلفه کلیدی آن محسوب می‌شود. تعامل، کاربر را از حالت منفعل به حالت فعال تبدیل و اثرگذاری در ذهن و کنش مخاطب را چندین برابر می‌کند. با گسترش روزافزون دستگاه‌های دیجیتال مانند رایانه‌های شخصی، کنسول‌ها، موبایل‌ها و تبلت‌ها و اضافه شدن قابلیت‌هایی مانند واقعیت مجازی و واقعیت افزوده، دامنه نفوذ بازی‌ها در میان جوامع بسیار بیشتر شده است و حتی سینما و تلویزیون هم، به سمت تعاملی شدن در حال حرکت است. همچنین بازی‌های دیجیتال نه‌تنها کودکان و نوجوانان بلکه بزرگسالان را با خود همراه کرده است و اساساً رسانه‌ها به سمت بازی‌گونه شدن در حال حرکت هستند.

به‌علاوه سرمایه‌گذاری جوامع مختلف فکری و فرهنگی بر این رسانه نظهور با هدف تأثیرگذاری محتوایی بر دیگران را نمی‌توان انکار کرد. تا آنجا که به‌دلیل وجود جذابیت و کشش خاص در بازی‌های دیجیتال، امروزه این صنعت با گردش مالی بالا در برخی از موارد از سینما و موسیقی و نمایش هم، پیشی گرفته است.

بازی صرف‌نظر از این‌که دیجیتال یا غیردیجیتال باشد، سبک و روش بسیار مؤثری برای آموزش هر نوع محتوایی هست. این محتوا می‌تواند، طیف وسیعی از مباحث را در بر بگیرد؛ برای مثال، مباحث آداب زندگی و اخلاقیات و قوانین و علومى مثل ریاضی و فیزیک و شیمی و غیره. در جهان استفاده از بازی در آموزش، سابقه طولانی دارد. جالب است بدانیم که در ایران هم، از قدیم به استفاده از بازی در امر آموزش توجه ویژه داشته‌اند. بسیاری از بازی‌های محلی یا سنتی ایرانی بر پایه محتواهای تربیتی بنا شده و نکات مثبت آموزشی بسیار زیادی دارند. متأسفانه ما این فرهنگ خودی را دنبال نکردیم؛ ولی دیگر کشورها به آن بها دادند. آن‌ها در بستر فضای مجازی و دیجیتال، وارد شدند و تعداد زیادی برنامه و بازی آموزشی برای تمام سنین طراحی کردند. امروزه نگاه حقیقی به بازی، فقط از جنبه سرگرمی و تفنن نیست؛ بلکه جنبه‌های آموزشی و محتوایی بازی‌ها برای تولیدکنندگان

