



سال پنجم / زمستان ۱۳۹۴

بررسی شایع ترین بازی های شبکه ای رایانه ای در بین کودکان و نوجوانان^۱

• نوروز نیمروزی ناوخی^۲

چکیده

تحقیق از نوع توصیفی _ اکتشافی است، به لحاظ سطح تحقیق، تحقیقی پهنانگر و به لحاظ هدف، تحقیقی کاربردی است. هدف کلی تحقیق، شناخت شایع ترین بازی های شبکه ای رایانه ای در بین کودکان و نوجوانان شهر مشهد است. روش تحقیق، روش پیمایشی و تکنیک جمع آوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته است که در مطالعات اکتشافی از تکنیک مصاحبه نیز در مراجعه به مراکز بازیهای رایانه ای (نظیر گیم نت، و ...) استفاده شده است. جامعه آماری مقاله، کلیه مراکز بازی های رایانه ای در سطح شهر مشهد می باشد. در این تحقیق واحد تحلیل، مراکز بازی های رایانه ای نظیر گیم نت ها می باشد؛ اما واحد مشاهده، استفاده کنندگان (کودکان و نوجوانان) از بازی های رایانه ای است. حجم نمونه در نظر گرفته شده ۵۰ مرکز گیم نت و از هر مرکز ۵ نفر از استفاده کنندگان از بازی های رایانه ای در نظر گرفته شده است که مجموعاً ۲۵۰ نفر به عنوان حجم نمونه نهایی انتخاب شد. شیوه نمونه گیری از مراکز بازیهای رایانه ای، طبقه ای متناسب می باشد و معیار طبقه ای این نمونه گیری، محل سکونت استفاده کنندگان می باشد و شیوه نمونه گیری از استفاده کنندگان، تصادفی ساده می باشد. نتایج تحقیق نشان می دهد شایع ترین بازی های شبکه ای رایانه ای در میان پاسخگویان به ترتیب بیشترین فراوانی از میان ۵۴ بازی عبارتند از: کانتر (۳۰ درصد)، فیفا (۱۲ درصد)، وار کرافت (۱۱/۵ درصد)، جنرال (۱۱/۴ درصد)، جی تی (۵/۵ درصد) و بقیه بازی ها (مجموعاً ۲۹ درصد) با فراوانی کمتر از ۵ درصد در اولویتهای بعدی قرار دارند. بر این اساس به لحاظ موضوعی بیشترین موضوعات مورد علاقه در بازی ها، موضوعات جنگی، ورزشی و پلیسی است.

واژگان کلیدی:

بازی های شبکه ای رایانه ای، کودکان و نوجوانان، گیم نت

۱. مقاله حاضر برگرفته از طرح پژوهشی است که با حمایت مالی و پشتیبانی موسسه خدمات مشاوره ای، جوانان و پژوهشهای آستان قدس رضوی انجام شده است.

۲. دکترای جامعه شناسی مسایل اجتماعی ایران از دانشگاه تهران، استادیار جامعه شناسی دانشگاه گلستان. n_nimroozi@yahoo.co.uk

بیان مسأله

در عصر حاضر، وسایل ارتباط جمعی به عنوان یکی از کانال‌ها و ابزار مهم در فرایند جامعه پذیری نسل جدید عمل می‌کنند. رشد و گسترش شبکه‌های بین‌المللی اطلاع‌رسانی نظیر اینترنت و ماهواره، عملاً زمینه دستیابی مردم به اطلاعات فراوان و متنوع را امکان پذیر کرده است. نکته حائز اهمیت در اینجا این است که نحوه رویارویی و مواجهه با شبکه‌های ارتباطاتی و محصولات اینترنتی نظیر بازی‌ها، اتاق‌چت‌ها، فیلم‌ها و غیره چگونه است. استفاده برنامه‌ریزی نشده و بدون قاعده، اثرات منفی آن را بر اثرات مثبت افزایش می‌دهد و موجب بروز رفتارهای منفی منبث از این استفاده بی‌رویه و نامطلوب می‌گردد. بلومر و هاویر^۱ (۱۹۳۳) به بررسی رابطه اطلاع‌رسانی رسانه‌ای به ویژه فیلم‌ها و رشد جرایم و بزهکاری پرداخته‌اند. فورمن^۲ (۱۹۳۵) نیز در اثر مشهور خود «فرزندان مان ساخته‌ی فیلم‌ها» به بررسی اثرات فیلم‌های گوناگون در تغییر رفتار کودکان و نوجوانان پرداخته است (به نقل از ناطق پور، ۱۳۸۰).

بازی‌های رایانه‌ای، در سال ۱۹۷۲ با «پنگ»^۳ (یک بازی تنیس روی میز رایانه‌ای شده) آغاز شد و سپس هم در نظام سخت‌افزاری و هم در نظام نرم‌افزاری شروع به رشد کرد (کلول و پاینر^۴، ۲۰۰۰). بهبود کیفیت و تنوع بازی‌ها و پیشرفت‌های علوم الکترونیک و رایانه، باعث گسترش روز افزون این رسانه در میان جامعه، خصوصاً در بین نوجوان گشته است. در سال ۱۹۸۰ محققان شروع به ارزیابی تأثیر پرداختن به بازی‌های رایانه‌ای - ویدیویی، در حوزه‌های گوناگون شامل سلامتی، هماهنگی چشم و دست، عملکرد مدرسه و آسیب‌شناسی روانی کردند، نتایج اولیه، ارائه شده در یک کنفرانس حمایت شده بوسیله آتاری در سال ۱۹۸۳، بر جنبه‌های مثبت پرداختن به بازی‌ها تأکید داشت (فانک و بوچمن^۵، ۱۹۹۶ به نقل از صارمی ۱۳۸۳: ۲۶).

بازی‌های رایانه‌ای در مقایسه با بیشتر محصولات فرهنگی، نظیر فیلم، عکس، روزنامه و غیره، عمر کوتاهی در جامعه ما دارد، اما به دلیل ویژگی‌های خاصی چون هیجان‌زایی بالا، تحرک بالا، تناسب بالا با علایق و تمایلات کودکان و نوجوانان، شیوع بیشتری در بین قشر کودک و نوجوان و تا حدی جوانان پیدا کرده است. بنابراین مسأله اصلی تحقیق، شناسایی و سنخ‌بندی موضوعی شایع‌ترین بازی‌های شبکه‌ای رایانه‌ای مورد استفاده کودکان و نوجوانان در گیم‌نت‌های سطح شهر مشهد است.

1. Bloomer & Havier
2. Foreman
3. Pang
4. Keloul & Painer
5. Fank & Boochman

اهداف تحقیق

- ۱- شناخت شایع‌ترین انواع بازی‌های شبکه‌ای رایانه‌ای مورد استفاده در گیم‌نت‌های سطح شهر مشهد.
- ۲- شناسایی میزان استفاده مخاطبان (کودکان، نوجوانان و جوانان) از انواع بازی‌های شبکه‌ای رایانه‌ای
- ۳- شناخت تفاوت در نوع و میزان استفاده از بازی‌های شبکه‌ای رایانه‌ای بر حسب منطقه محل سکونت، ویژگی‌های خانوادگی و ویژگی‌های اجتماعی و جمعیتی مخاطبان.
- ۴- ارائه یک دسته‌بندی موضوعی و محتوایی از بازی‌های شبکه‌ای رایانه‌ای مورد استفاده در گیم‌نت‌های سطح شهر مشهد.

سؤالات تحقیق

از آنجائی که تحقیق حاضر در سطح توصیفی است فاقد فرضیات علی است. معهداً سؤالات توصیفی تحقیق به شرح زیر می‌باشد:

- ۱- شایع‌ترین بازی‌های شبکه‌ای رایانه‌ای مورد استفاده گیم‌نت‌های سطح شهر مشهد کدامند؟
 - ۲- میزان استفاده مخاطبان از بازی‌های شبکه‌ای رایانه‌ای در طول هفته و ماه چقدر می‌باشد؟
 - ۳- بین میزان استفاده از بازی‌های شبکه‌ای رایانه‌ای و ویژگی‌های خانوادگی مخاطبان (محل سکونت، سطح تحصیلات و شغل والدین) چه رابطه‌ای وجود دارد؟
 - ۴- بین میزان استفاده از بازی‌های شبکه‌ای رایانه‌ای و ویژگی‌های اجتماعی و جمعیتی شناختی مخاطبان (سن، میزان اوقات فراغت و ...) و چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- متغیرهای تحقیق: (تعریف مفهومی و عملیاتی)
- متغیر اصلی تحقیق، نوع بازی‌های شبکه‌ای رایانه‌ای مورد استفاده بر حسب نام، موضوع و محتوای آنها در بین پاسخگویان می‌باشد. بازی شبکه‌ای به نوعی بازی رایانه‌ای گفته می‌شود که در آن کاربران در تعامل مستقیم بایکدیگر قرار دارند و به نوعی صحنه رقابت و مسابقه در آن خلق می‌شود.
- کودکان و نوجوانان: در این تحقیق منظور از کودکان و نوجوانان کلیه افرادی است که در سنین مختلف با مراجعه به گیم‌نت‌ها از بازی‌های رایانه‌ای استفاده می‌کنند، که بین سنین ۸ تا ۱۸ سال قرار دارند.
- متغیرهای مرتبط: متغیرهایی که به نحوی میزان و نوع استفاده پاسخگویان را از بازی‌های رایانه‌ای تحت تأثیر قرار می‌دهد. متغیرهایی نظیر: ویژگی‌های اجتماعی و جمعیتی شناختی پاسخگویان (میزان اوقات فراغت، مقطع تحصیلی، موفقیت اجتماعی، سن) و ویژگی‌های خانوادگی

پاسخگویان (محل سکونت، سطح تحصیلات و شغل والدین).

چارچوب نظری

تأثیر رسانه های جمعی بر مخاطبان

والدهال^۱ از فرار بودن محتوای ارتباط صحبت می‌کند، او معتقد است اثرات دراز مدت، بیش از اثرات کوتاه مدت مورد توجه قرار می‌گیرد و یا به نوعی اگر از یک پیام به طور طولانی مدت استفاده شود، تأثیر آن پیام بیشتر است. کلایپر علاوه بر تکرار پیام، مدت زمان پیام را نیز در نظر می‌گیرد تا برنامه بتواند بالاترین اثر ممکن را داشته باشد (به نقل از ویندال^۲ و همکاران، ۱۳۷۶: ۳۳۰). لازارسفلد^۳ (۱۹۶۰) در باره تأثیر رسانه بر مخاطبان دو نظریه معروف را ارائه کرده است: نظریه تأثیرات غیر مستقیم و نظریه تأثیرات محدود. براساس این دو نظریه فرضیات زیر قابل استخراج است:

۱ - رسانه‌ها به ندرت به صورت مستقیم بر افراد تأثیر می‌گذارند، افراد آنچه را که در رسانه‌ها می‌شنوند یا می‌بینند، باور نمی‌کنند، آنان برای راهنمایی و تفسیر انتقادی به دیگران رجوع می‌کنند.
 ۲ - رسانه‌ها تنها زمانی بر مخاطبان اثر می‌گذارد که رهبران فکری (دیگران مهم) که دیگران را هدایت می‌کنند نخست بر آنها تأثیر بگذارند، دوم این که رسانه به سادگی نمی‌تواند ذهن این‌ها را دستکاری کنند آنان مانع کارآمدی در برابر تأثیر رسانه هستند.
 ۳ - اگر احیاناً رسانه‌ها تأثیری بر جای بگذارند این تأثیر اندک است و عده معدودی تحت تأثیر آن قرار می‌گیرند.

۴ - احتمالاً این تأثیرپذیری مخاطبان از رسانه‌ها در رفتارها و نگرش‌های سطحی و کم عمق صورت می‌گیرد تا در رفتارهای با ثبات.

مرتین^۴ (۱۹۶۷) در خصوص تأثیر رسانه بر مخاطب، به پرهیز از «داوری ارزشی» معتقد است، از نظر او رسانه‌های جمعی، خوب یا بد نیستند، بلکه اشکال مختلف رسانه می‌تواند برای کل جامعه و برای افراد خاص و برای گروه‌های گوناگون، کارکردی یا کژکارکرد باشد. بر این اساس، اعمال بازیگران صحنه‌های خشونت آمیز رسانه‌ای نیز می‌تواند برای برخی از مخاطبان، کارکردی و برای برخی دیگر کژکارکرد باشد.

در نظریه جامعه توده‌وار، مردم در برابر رسانه و برنامه‌های آن منفعل هستند و با دستکاری

مستقیم، ذهن شان بسیار آسیب پذیر است. براساس این نظریه، مخاطبان تحت تأثیر مستقیم رسانه‌ها قرار دارند و قدرت انتخاب بسیار ضعیفی در تأثیرپذیری از رسانه‌ها دارند. نظریه گلوله‌های جادویی نیز تقریباً مشابه نظریه جامعه توده‌وار است.

نئوری نیازها

مک کوئیل^۱ و دستیارانش بر این باورند که نیازها از تجربه اجتماعی برمی‌آیند و حتی رسانه‌های همگانی ممکن است گاه به پدیدآمدن در پیام‌گیر درباره برخی از نیازهای پیوسته به موقعیت اجتماعی او کمک کنند. نیاز، مفهومی است که در آن می‌توان حتی برای سودجویی دستکاری کرد. دریافت‌ها درباره چیستی دقیق نیازها، خاستگاه‌های آنها و چگونگی برآوری آنها از طریق رسانه‌های همگانی کاملاً گیج‌کننده است. به عنوان مثال تلاش برای تبیین کالاهای مادی به دیدگاه نیاز، بخشی از راهبردی کلی است که آگهی‌دهندگان برنامه‌های ماهواره‌ای در عمل برای ایجاد پریشانی و جابه‌جایی در معنا به کار می‌برند و بدین ترتیب براساس نظریه گرانت مک کراکن^۲، جنون دنبال کردن آرزوهای از دست رفته، جست و جویی بی پایان برای ارضای فرد پدید می‌آورد. رسانه‌های همگانی از جمله ماهواره برای ارضای نیازهای انسان پیوسته روش‌هایی پیشنهاد می‌کنند که گاه این روش‌ها خود جایگزین نیازها می‌شوند.

نظریه مقایسه اجتماعی

براساس نظریه مقایسه اجتماعی^۳، احساس نیاز در افراد، نسبت به چیزی، در اثر مقایسه وضعیت خود با دیگران بویژه دیگران نزدیک بوجود می‌آید، و احساس نیاز در قالب تمایل به مصرف یک شیء خاص بروز پیدا می‌کند و این مقایسه نیز معمولاً با افرادی که موقعیت اجتماعی تقریباً مشابه با فرد مورد نظر دارند صورت می‌گیرد (لافری و دراس^۴: ۱۹۹۶، به نقل از رفیع‌پور، ۱۳۷۸). به عبارت دیگر در احساس نیاز افراد خود را با گروهی مرجع مقایسه می‌کنند. حال ناتوانی فرهنگ یا نظام داخلی در ایجاد گروه مرجع متجانس با نیاز مردم و از سویی دیگر احساس نیاز در افراد و تلاش غرب و مخالفان نظام در ایجاد گروه مرجع با استفاده از تبلیغات و برنامه‌های جذاب و ارسال آن از طریق ماهواره به تغییر باورها و ارزشها و در نتیجه رفتارهای مذهبی افراد و انتخاب روش و شیوه‌های گروه مرجع منجر می‌گردد (رفیع‌پور ۱۳۷۸).

1. Mc.Koiele
2. Mc.Keraken
3. Social Comparson
4. Lafery & Derus

نظریه تعیین دستور کار^۱

یکی دیگر از نظریه‌هایی است که بر نقش فرستندگان پیام تأکید دارد. براساس این نظریه، رسانه‌ها از جمله ماهواره، معمولاً بر موضوعات خاصی تمرکز می‌کنند و سایر موضوعات را نادیده می‌گیرند و از این طریق دستور کار را تعیین می‌کنند و به ملاحظات آن که مردم در تصمیمات اجتماعی و سیاسی و دینی خود مدنظر دارند، شکل می‌دهند. براساس این نظریه به مردم نمی‌گویند بیندیشند، بلکه به آنها می‌گویند درباره چه چیزی بیندیشند، و در این میان به دستور کار اشخاص و جوامع شکل می‌دهند و بدین ترتیب از طریق برنامه‌های مختلف سعی در سرگرم کردن افراد و تغییر ارزشها و باورهای دینی بیننده دارند (برگر^۲ ۱۳۷۹ به نقل از مشیرزاده، ۱۳۸۱: ۳۱۰).

نظریه امپریالیسم فرهنگی

این نظریه تأکید می‌کند که پیامهای فرهنگی - دینی رسانه‌های جمعی به انحاء مختلف تحت سلطه سرمایه‌داری جهانی و منافع آن هستند و نهایتاً به بازتولید این نظام در سطح جهانی کمک می‌کند. در این نظریه، مخاطبان امپریالیسم فرهنگی، قربانیانی تلقی می‌شوند که بدون آنکه خود متوجه باشند، در معرض مخرب‌ترین پیام‌ها قرار دارند، دچار از خودبیگانگی می‌شوند، هویت راستین خود را از دست می‌دهند و خود را براساس پیام‌ها و رمزهای مسلط آنها تعریف می‌کنند. براساس این انگاره، فرهنگ ایالات متحده آمریکا و سایر فرهنگهای غربی، فرهنگ‌های شکننده جهان سوم را در هم می‌شکنند و باورها و ارزشهای خود را که عمدتاً غیر دینی یا ضد مذهبی است را اشاعه می‌دهند (تاملینسون^۳ ۱۹۹۱ به نقل از مشیرزاده، ۱۳۸۱).

انواع بازی‌های رایانه‌ای

بازی‌های رایانه‌ای در مقیاس وسیع توسط شرکت‌ها و مؤسسات مختلف براساس موضوعات متنوع و در چارچوب اهداف و برنامه‌هایی که دارند، طراحی و تولید می‌شوند، همین امر باعث شده است اینگونه بازی‌ها به لحاظ موضوع، فوق‌العاده گسترده باشند که می‌توان اجمالاً آنها را در شش دسته زیر تقسیم بندی کرد:

۱- بازی‌های امتیازی

این گونه بازی‌ها که بخش عمده‌ای از بازی‌های رایانه‌ای را شامل می‌شوند ساده‌ترین نوع بازی‌ها هستند. بازی‌های امتیازی معمولاً کوتاه و ساده بوده و داستان پرداخته شده‌ای ندارند و

1. Agenda setting theory
2. Berger
3. Tamlinson

صرفاً بازیگر را جهت کسب امتیاز بیشتر از طریق افزایش مهارت در اجرای بازی ترغیب می نمایند. از جمله این بازی ها می توان به بازی های پارانوید تتریس اشاره کرد.

۲- بازی های فکری

بازی هایی که عمدتاً جهت استفاده کودکان و بعضاً بزرگسالان طراحی شده و انجام آنها مستلزم بکارگیری نیروی اندیشه و استدلال است. انواع بازی شطرنج، معماهای کلوئسکی در این دسته قرار می گیرند.

۳- بازی های شبیه سازی

به مجموعه بازی هایی اطلاق می شود که در جریان آن از یک موضوع رویداد یا پدیده ای مدل سازی می شود و خود به دو دسته تقسیم بندی می شوند: در یک دسته از این گونه بازی ها، مدل سازی از یک محیط واقعی است از جمله بازی های ورزشی نظیر مسابقات گراند پریکس و ریس رالی، در دسته دیگر مدل سازی از یک محیط غیر واقعی است و بازی ها براساس یک سناریوی تخیلی طراحی می شوند و جریان بازی لزوماً انطباقی با یک واقعه حقیقی ندارد، مانند بازی عطش سرعت.

۴- بازی های حادثه ای

این نوع بازی ها به علت هیجان و زیبایی، بیشترین طرفدار را به خود جذب کرده و به شدت مورد علاقه و توجه کودکان و نوجوانان است، در این نوع بازی ها، بازیگر با دلیل موجه یا بدون هر گونه دلیل، تمام موانع موجود را که از در و دیوار بر سرش فرود می آیند، نابود می کند و به پیش می رود، از جمله این بازی ها می توان به علاء الدین و چراغ جادو، رالی مرگ، شیرشاه، کومبات مرگبار و ... اشاره کرد.

۵- بازی های ماجراجویی

گونه ای از بازی ها، که عنصر اساسی آن سناریو و داستان بازی است. در این نوع بازی ها، کاربر (بازیگر) به دنبال حل معما یا یافتن رازی براساس داستان بازی با افراد مختلفی برخورد می کند و به مکان های مختلفی می رود، یا بعضاً در راه انجام مأموریتی - حقیقی یا تخیلی - راه خود را به سوی هدف می گشاید. از جمله این بازی ها می توان به بازی شاهزاده ایرانی، سرنوشت آتلانتیس، آلکاتراز و اسطوره اشاره کرد.

۶- بازی های استراتژیک

این نوع بازی ها که به تعبیری نوع پیشرفته بازی های فکری محسوب می شوند در واقع نوعی شبیه سازی یا آموزش فرماندهی است. در این نوع بازی ها شخص بازیگر، معمولاً فرماندهی سپاه یا جمعیتی را به سوی پیروزی بر عهده دارد. سرعت عمل، قدرت فرماندهی، آشنایی با عوامل اقتصادی، تقسیم نیروها و ... ضروری است. از جمله این بازی ها می توان به بازی (Dune2)، ماسک

مرگ، و تفنگ‌های کرایه‌ای اشاره نمود.

متغیرهای تفاوت گذار در استفاده از بازی‌های رایانه‌ای تفاوت‌های جنسیتی

بازی‌های ویدیویی برای گروهی از افراد، گیرایی بیشتری دارند. یکی از عوامل اصلی تمایز دهنده‌ی کودکان و نوجوانان در انجام بازی‌های ویدیویی، جنسیت آنان است. تفاوت‌های جنسیتی در الگوهای پرداختن به بازی‌های رایانه‌ای و ویدیویی مشاهده شده است. به طور کلی پسران، هم در خانه و هم در کلپ بیشتر از دختران بازی می‌کنند (دومینیک^۱، ۱۹۸۴؛ گریفیتس^۲، ۱۹۹۱؛ کیوبی^۳، لارسون^۴، ۱۹۹۰). مشاهده‌ی بازیکنان در کلپ‌های بازی در موقعیت‌های عادی، از همان روز نخست پژوهش درباره‌ی بازی‌های ویدیویی، نشان داده است که افراد مذکر، در مقایسه با افراد مؤنث، صبح‌ها هنگام رفتن به سرکار، موقع ناهار و شامگاه هنگام بازگشت از سرکار، زمان بیشتری را به بازی اختصاص می‌دهند (ترینکائوس^۵، ۱۹۸۳، به نقل از گانتز، ۱۳۸۳)

پژوهش لافتوس و لافتوس درباره‌ی بازی‌های ویدیویی در شهر مینیاپولیس آمریکا بدین سان بود که پس از بررسی ۲۰۰۰ بازیکن در گروه‌های سنی گوناگون، بازیکنان افراطی (یعنی، آنان که در هفته دست کم یک بار بازی می‌کردند) بیشتر پسران نوجوان بودند (۱۹۸۳: ۱۰۶). در پژوهشی دیگر، در یک کلپ بازی‌های ویدیویی متعلق به مرکز خریدی در حومه‌ی شهر پیتسبورگ^۶ نشان داده شد که بیشتر بازیکنان پسر بودند و دختران اندکی به تنهایی بازی می‌کردند در حقیقت بیشتر دختران با پسران همراه بودند و اغلب به تماشای بازی آنان می‌پرداختند (کیسلر^۷، اسپرول^۸ و اکلز^۹، ۱۹۸۳). در پژوهش دیگری درباره‌ی کلپ بازی‌های ویدیویی به بررسی بازی پسران و دختران نه تا پانزده ساله پرداخته شد. کودکانی که به کلپ‌ها می‌رفتند، از نظر ویژگی‌های نرینگی^{۱۰} و مادینگی^{۱۱} در یک پرسشنامه نقش جنسیتی^{۱۲} امتیازهای پایین‌تری به دست آوردند که نشان می‌داد میزان تمایلات معین مربوط به نقش جنسیتی در بازیکنان بازی‌های ویدیویی در مقایسه با کودکانی

1. Dominik
2. Griffites
3. Kubey
4. Larson
5. Trinkaus
6. Pittsburgh
7. Kiesler
8. Sproull
9. Eccles
10. Masculinity
11. Femininity
12. Sex – role inventory

که هرگز به کلپ‌ها نرفته بودند، کمتر است (ملانگن^۱ و تامپسون^۲، ۱۹۸۵، به نقل از گانتتر^۳، ۱۳۸۳) عامل دیگری که شاید تفاوت میزان علاقه‌ی افراد مذکر و مؤنث را توجیه کند، این واقعیت روان‌شناختی است که مردان به طور کلی در مهارت‌های دیداری و فضایی بهتر از زنان عمل می‌کنند (مک‌کابی^۴ و جکلین^۵، ۱۹۷۴). این مهارت‌ها در انجام بهتر بازی نقش اساسی دارد، زیرا هماهنگی خوب چشم و دست، افزون‌بر تصمیم‌گیری سریع درباره‌ی روابط فضایی، ضروری است (کیسلر^۶، اسپرول^۷ و اکلز^۸، ۱۹۸۳). با توجه به این که در این بازی‌ها دختران به علت عدم برخورداری از مهارت‌های اساسی خاص، اغلب، امتیازهای کمتری از پسران به دست می‌آوردند، از بازی دل‌سردتر می‌شدند.

پژوهش‌هایی که در فرهنگ‌های گوناگون صورت گرفت، تفاوت‌های جنسیتی را در مهارت‌های شناختی اصلی انجام بازی‌های ویدیویی ثابت کرد. دانشجویان پسر در رم و لس‌آنجلس نشان دادند که مهارت بیشتری از دختران دانشجو در بازی‌های ویدیویی، چه در ابتدا و چه پس از چند ساعت تمرین دارند. با این همه افراد هر دو جنس سرعت پیشبرد این مهارت‌ها را به یکسان نشان دادند (گرین فیلد^۹، کامایونی^{۱۰} و همکاران، ۱۹۹۴، به نقل از گانتتر^{۱۱}، ۱۳۸۳).

تفاوت‌های شخصیتی

گیب^{۱۲} و همکارانش تفاوت‌های شخصیتی را در کاربری گسترده و محدود بازی‌های ویدیویی الکترونیکی در نخستین سال‌های دهه‌ی ۱۹۸۰ در آمریکا بررسی کردند. بازیکنان مذکر و مؤنث بر پایه‌ی شماری از ویژگی‌های شخصیتی همچون عزت نفس - خود تحقیری^{۱۳}؛ کجروی اجتماعی^{۱۴}، هم‌نواپی اجتماعی^{۱۵}، خصومت-مهربانی، جمع‌گریزی^{۱۶} - جمع‌گرایی^{۱۷}، و سواس فکری - عملی، و

1. Melancon
2. Thompson
3. Gontter
4. Maccoby
5. Jacklin
6. Kiesler
7. Sproull
8. Eccles
9. Green Feild
10. Camayoni
11. Gontter
12. Gibe
13. Self - degradation
14. Social deviancy
15. Social conformity
16. Social withdrawal
17. Gregariousness

انگیزه‌ی پیشرفت مقایسه شدند، ولی هیچ تفاوت عمده‌ای از نظر ویژگی‌های شخصیتی میان مردان و زنان به چشم نخورد. همچنین هیچ یک از این ویژگی‌های شخصیتی درجه‌ی کلی و معناداری از رابطه با تناوب انجام بازی‌های ویدیویی را نشان نداد. ولی، یافته‌ای جالب توجه نشان داد زنانی که تجربه‌ی طولانی‌تری در بازی‌ها داشتند، بیشتر از زنان کم‌تجربه‌تر، از انگیزه‌ی پیشرفت برخوردار بودند (گیب^۱ و همکاران، ۱۹۸۳، به نقل از گانتز^۲، ۱۳۸۳).

یکی از توجیه‌ها، این بود که شاید بازی‌های ویدیویی برای دارندگان انگیزه‌ی پیشرفت، گிரایی بیشتری داشته باشد، زیرا این بازی‌ها، بازیکنان را برمی‌انگیخت تا امتیازهایشان را پیوسته افزایش دهند و به سطح‌های بالاتری از عملکرد دست یابند و انتظار می‌رفت افراد مؤثنی که از انگیزه‌ی قوی پیشرفت برخوردار بودند، بازی‌ها را جذاب بیابند، زیرا این بازی‌ها مستلزم دستیابی به سطح‌های بالاتری از پیشرفت بود و بازیکن را از باز خورد آنی بهره‌مند می‌ساخت. افراد مؤثنی که از نظر ویژگی‌های وسواس فکری - عملی نمره‌ی بالاتری به دست آورده بودند، به بازی‌های ویدیویی گرایش کمتری نشان می‌دادند، زیرا عملکرد بهتر در انجام بازی به جای مهارت در ارائه‌ی یک الگوی انعطاف‌پذیر، مستلزم تسلط بر یک الگوی انطباقی و انعطاف‌پذیر پاسخدهی است.

همه‌ی پژوهشگران میان بازیکنان بازی‌های ویدیویی و کسانی که بازی نمی‌کنند، تفاوت‌های شخصیتی پیدا نکرده‌اند. کستن باوم^۳ و واین‌اشتاین^۴ (۱۹۸۵) دریافتند نوجوانانی که به بازی‌های ویدیویی می‌پردازند، با توجه به ویژگی‌های روان رنجور خویی، برون‌گرایی یا خیال‌پردازی فرقی با دیگر نوجوانان ندارند. بازیکنانی که به طور منظم به بازی می‌پرداختند، نشان دادند که اغلب برای رهایی از تنش‌های خود چنین کاری می‌کنند، ولی هیچ‌گونه ویژگی شخصیتی ریشه‌داری برای این گروه پیدا نشد.

مروری بر تحقیقات انجام شده

عرصه بازی‌های رایانه‌ای و ویدیویی، یکی از عرصه‌های مهیج زندگی بشر در قرن بیستم است. هر چند درباره آثار روانی - فیزیولوژیک هیجان‌های رایانه‌ای پژوهش‌های متعدد با نتایج متفاوتی در دست است (دورمان^۵، ۱۹۹۷ به نقل از صارمی^{۱۳۸۳}: ۲۷). اگر چه درباره آثار گوناگون بازی‌های رایانه‌ای بر بازی‌کنندگان سنین مختلف، شواهد متناقضی در دست است، اما برخی از قطعی‌ترین یافته‌ها نشان می‌دهند که بازی‌های رایانه‌ای و هیجان‌های ناشی از آنها قادرند احساس خصومت

1. Gibe
2. Gontter
3. Kesten baum
4. Weinstein
5. Doorman

نسبت به دیگران و میل به خشونت را افزایش دهند (فلینگ^۱ و همکاران، ۱۹۹۲)؛ و حتی در شرایط پیچیده‌تری قادرند به رفتارهای وسواسی، انسانیت‌باختگی بازی‌کننده، افت عواطف و احساسات، جنبش‌های سریع و خودکار بدن و محدودیت خود آگاهی منتهی شوند.

بررسی نقش بازی‌های رایانه‌ای در ایجاد احساس پرخاشگری کودکان / علی رضا صادقی / ۱۳۸۴

حجم نمونه مورد بررسی ۳۹ نفر دانش‌آموزان دوره ابتدایی به طور تصادفی در دو گروه کنترل و آزمایش انتخاب شدند. گروه کنترل به مدت ۳۰ دقیقه با بازی‌های کامپیوتری فوتبال (بازی غیر خشن) و گروه آزمایش نیز به مدت ۳۰ دقیقه با بازی‌های خشونت‌آمیز بازی کردند. روش تحقیق، روش آزمایشی با تکنیک پیش‌تست و پس‌تست است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بین میزان احساس پرخاشگری دو گروه پس از انجام بازی تفاوت معناداری وجود دارد: به گونه‌ای که میزان پرخاشگری در گروه آزمایش افزایش یافته بود ولی در گروه کنترل این میزان کاهش معناداری یافته بود.

بررسی میزان و نوع استفاده نوجوانان و جوانان از رایانه و اینترنت و آثار روانی و اجتماعی آن / علی اکبر صارمی / ۱۳۸۳

هدف اصلی این پژوهش، بررسی میزان و نوع استفاده نوجوانان و جوانان از رایانه و اینترنت و پیامدهای روانی-اجتماعی آن و رابطه آن با بهداشت روانی نوجوانان و جوانان است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه نوجوانان و جوانان ۱۴ تا ۲۶ ساله شهر مشهد در سال ۱۳۸۲ می‌باشد که ۶۰۰ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای تصادفی انتخاب شدند. پژوهش دارای سه گروه است: الف) نوجوانان و جوانان دختر و پسر ۱۴ تا ۲۶ ساله که وابستگی رفتاری به اینترنت دارند، ب) نوجوانان و جوانان دختر و پسر ۱۴ تا ۲۶ ساله که از رایانه استفاده می‌کنند، ج) نوجوانان و جوانان دختر و پسر ۱۴ تا ۲۶ ساله که اصلاً از اینترنت و رایانه استفاده نمی‌کنند. اطلاعات لازم با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته، پرسشنامه سلامت عمومی، پرسشنامه احساس تنهایی و سیاهه رفتار شخصی گردآوری شد. نتایج پژوهش نشان داد بیشترین میانگین ساعاتی که نوجوانان و جوانان از کاربری‌های مختلف اینترنت استفاده می‌کنند، عبارتند از بازی‌ها (Online Games)، وب‌گسترده جهانی (WWW)، قرار و مدار اینترنتی (Online Dating)، بررسی ای-میل (e-Mail)، چت (گپ) نوشتاری (Text chat) و ... بوده است و بیشترین ساعات استفاده از کاربری‌های رایانه عبارتند از: کاربردهای سینمایی (مونتاز، میکس، جلوه‌های ویژه)، بازی‌های رایانه‌ای، جمع‌آوری اطلاعات از طریق رایانه، استفاده از CD های صوتی و تصویری (MP3). نتایج، بیانگر این است که

وابستگی رفتاری به اینترنت و رایانه، باعث کاهش عملکرد تحصیلی، خانوادگی، شغلی، اجتماعی، روان‌شناختی و پیامدهای جسمانی می‌گردد. بین احساس تنهایی، افسردگی، اضطراب و اختلال خواب و نشانه‌های جسمانی و وابستگی رفتاری به اینترنت و رایانه، رابطه معنی‌داری دیده شد. همچنین بین رفتارهای شخصی (جهت‌دهی درونی، جهت‌دهی دیگران و فقدان اجبار در رفتار) و وابستگی رفتاری به اینترنت و رایانه، رابطه معنی‌داری وجود دارد. یافته دیگر این است که بین ارزیابی منفی والدین از نوجوانان و جوانان، ارزیابی منفی برادر و خواهر از نوجوانان و جوانان، عدم کنترل نوجوانان و جوانان از سوی والدین، عدم درک نوجوانان و جوانان از سوی والدین، دلبستگی پایین به خانواده و وابستگی رفتاری به اینترنت دوستان و همسالان نوجوان و جوان با وابستگی رفتاری به اینترنت آنان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

کاوری و سوپرا مانیام^۱ (۲۰۰۱) در تحقیقی تحت عنوان **تأثیر کامپیوتر بر کودکان و نوجوانان** به این نتیجه رسیدند که کودکان پسر بیشتر از دختران از کامپیوتر استفاده می‌کنند، و سفید پوستان بیش از سیاه پوستان. استفاده از ایمیل (E-mail) به حفظ روابط اجتماعی بین پاسخگویان کمک کرده است.

در مطالعه کلول و پاینر^۲ (۲۰۰۰) که بر روی ۲۰۴ دانش آموز در لندن انجام شده بود، دریافتند که در میان دختران، بازی رایانه‌ای، ارتباطی با عزت نفس آنان ندارد، اما در میان پسران، رابطه منفی میان عزت نفس و تعداد دفعات بازی وجود دارد.

کولیک (۲۰۰۰) نیز با استفاده از پرسشنامه خود ارزیابی روزنبرگ به بررسی رابطه بین عزت نفس و بازی های رایانه‌ای پرداخته است و به این نتیجه رسیده است که استفاده زیاد از بازی های رایانه‌ای با عزت نفس کمتر همراه است.

در یک بررسی دیتز^۳ (۱۹۸۸) از محتوای بازیهای رایانه‌ای بر روی ۴۷ بسته بازی رایانه‌ای به این نتیجه رسیده است که از ۱۱۵ شخصیت ترسیم شده تنها ۹ نفر زن بودند در حدود یک سوم بازیها سناریوهایی دراند که در آنها زنها ر بوده می‌شوند و باید رهایی می‌یافتند.

بر اساس نتایج تحقیق رابرت کراوت^۴ (۲۰۰۰) استفاده بیشتر از اینترنت با پیامد کاهش ارتباطات خانوادگی همراه بود. همچنین افرادی که از اینترنت بیشتر استفاده کرده‌اند، تنهایی آنها افزایش بیشتری یافته است.

در دهه ۱۹۵۰، بنیاد نافیلد در انگلستان طی یک پروژه تحقیقاتی به بررسی **تأثیر تلویزیون**

1.Cavery & S.Maniam

2. Keloul & Painer

3.Dates

4.R.Cravet

تجاری در امر تعلیم و تربیت و تغییر نگرش و رفتار کودکان انگلیسی پرداخته است.

روش تحقیق

تحقیق از نوع توصیفی - اکتشافی است، به لحاظ سطح تحقیق، تحقیقی پهنانگر و به لحاظ هدف، تحقیقی کاربردی است. روش تحقیق، روش پیمایشی و تکنیک جمع آوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته است که در مطالعات اکتشافی از تکنیک مصاحبه نیز در مراجعه به مراکز بازی های رایانه ای (نظیر گیم نت، و ...) استفاده شده است. جامعه آماری طرح، کلیه مراکز بازی های رایانه ای در سطح شهر مشهد می باشد. در این تحقیق واحد تحلیل، مراکز بازی های رایانه ای نظیر گیم نت ها می باشد. اما واحد مشاهده، استفاده کنندگان (کودکان و نوجوانان) از بازی های رایانه ای می باشد. حجم نمونه در نظر گرفته شده براساس هزینه و مدت زمان اجرای طرح، ۵۰ مرکز گیم نت انتخاب شده و از هر مرکز ۵ نفر از استفاده کنندگان از بازی های رایانه ای در نظر گرفته شده است که مجموعاً ۲۵۰ نفر به عنوان حجم نمونه نهایی انتخاب شدند. شیوه نمونه گیری از مراکز بازی های رایانه ای، طبقه ای متناسب می باشد و معیار طبقه ای این نمونه گیری، محل سکونت استفاده کنندگان می باشد و شیوه نمونه گیری از استفاده کنندگان، تصادفی ساده می باشد. لازم به ذکر است که حجم نمونه با توجه به زمان و هزینه اجرای تحقیق و با توافق کارفرما تعیین شده است چرا که آمار دقیقی از مجموعه کلیه مراکز بازی های رایانه ای (با استعلام از اتحادیه و فروشگاه های عرضه محصولات فرهنگی) در دسترس نبود و تعداد قابل توجهی از این مراکز فاقد مجوز رسمی اتحادیه می باشند. در نتیجه دستیابی به آمار دقیقی از جامعه آماری غیر ممکن بود.

روایی محتوایی ابزار تحقیق با استفاده از روش توافق داوران (اعضای شورای پژوهشی و کارشناسان پژوهش مؤسسه، بعلاوه ناظر طرح) صورت گرفته است. جهت تأمین پایایی بر روی یک نمونه کوچک، مطالعه مقدماتی صورت گرفته است و از شیوه هایی نظیر: آموزش پرسشگران، جمله بندی دقیق سؤالات و طراحی روشهای کدگذاری جهت ارتقاء پایایی ابزار نیز استفاده شده است.

یافته ها

پاسخگویان تحقیق در دامنه سنی ۸ تا ۲۱ سال قرار دارند. میانگین سنی ۱۵/۶ سال و میانه سنی ۱۵ سال است. متوسط سطح تحصیلات سوم راهنمایی است. میانگین معدل نمرات (محصولات در حال تحصیل) ۱۶/۵ است. به طور متوسط در هفته ۳۴ ساعت (در روز تقریبی ۵ ساعت) اوقات فراغت و آزاد دارند.

سؤال اصلی تحقیق مبنی بر این است که شایع ترین بازی های شبکه ای رایانه ای در بین نوجوانان و جوانان شهر مشهد کدامند؟ بررسی نتایج حاصله نشان می دهد که به لحاظ موضوعی

شایع ترین بازی‌های شبکه‌ای به ترتیب اولویت عبارتند از: بازی های جنگی (۳۳ درصد)، پلیسی (۱۲/۶ درصد)، فوتبال (۸/۸ درصد)، اکشن (۶/۱ درصد)، رالی (۵/۴ درصد)، تخیلی (۳/۸ درصد) و جاسوسی (۳/۴ درصد). و شایع ترین بازیهای شبکه‌ای عبارتند از: کانتر (۳۰ درصد) فیفا (۱۲/۵ درصد)

سؤال بعدی تحقیق، بررسی کیفیت و کمیت شاخص های بازی درگیم نت می‌باشد. بررسی نتایج بیانگر آن است که بیشترین فعالیت مورد علاقه پاسخگویان در اوقات فراغت، رفتن به گیم نت و کلوپ (۴۶ درصد) است که پس از آن فعالیت هایی نظیر گردش و تفریح در پارک (۱۹ درصد) و انجام فعالیت های ورزشی (۱۴/۲ درصد) قرار دارد. به طور تقریبی نیمی از پاسخگویان (۴۵/۱ درصد) هر روز به گیم نت‌ها مراجعه می‌کنند، ۳۰/۴ درصد آنان هر دوسه روز یکبار به گیم نت مراجعه می‌کنند. و میانگین مدت زمان بازی در هر مرتبه مراجعه به گیم نت، یک ساعت می‌باشد که در منزل این مدت زمان دو ساعت می‌باشد و برای بازی‌ها به طور متوسط در هفته ۳۶۰۰ تومان هزینه می‌کنند.

تحلیل روابط بین متغیرها

بررسی رابطه میان مدت زمان صرف شده بازی (شبکه‌ای) در هر مرتبه مراجعه به گیم نت و متغیر ساعات فراغت در طول هفته نشان می‌دهد که بین متغیر مدت زمان صرف شده و میزان اوقات فراغت رابطه منفی معناداری وجود دارد. $r = -0.13$ ، $sig = 0.047$. بین این متغیر و سایر متغیرها رابطه معناداری حاصل نشده است.

بررسی رابطه میان مدت زمان صرف شده در منزل جهت بازی (شبکه‌ای) و متغیرهای فوق نشان می‌دهد که بین ساعات اوقات فراغت، هزینه صرف شده در طول هفته و زمان صرف شده برای بازی در منزل رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

($sig = 0.000$ ، $r = 0.34$) مدت زمان و هزینه صرف شده $sig = 0.000$ ، $r = 0.27$ مدت زمان و ساعات فراغت) در حالی که بین مدت زمان صرف شده در گیم نت و مدت زمان بازی در منزل رابطه منفی به دست آمده است که به لحاظ آماری معنادار نمی‌باشد.

$$(sig = 0.095, r = 0.11)$$

بین متغیر سطح تحصیلات پدر و متغیرهای مدت زمان صرف شده بازی در گیم نت و منزل و هزینه صرف شده برای بازی‌ها رابطه معناداری وجود ندارد.

به گونه‌ای که میانگین مدت زمان صرف شده در بین همه پاسخگویان ۱/۱۳ ساعت است، و متوسط این مدت زمان صرف شده برای بازی در منزل ۱/۹ ساعت است و میانگین هزینه صرف شده برای بازی‌ها در طول هفته ۳۶۰۰ تومان است.

سطح تحصیلات پدر ومدت زمان صرف شده بازی در گیم نت

$$F = ۱/۳۶, sig = ۰/۲۴$$

سطح تحصیلات پدر ومدت زمان صرف شده بازی در منزل

$$F = ۰/۶, sig = ۰/۶۹$$

سطح تحصیلات پدر وهزینه صرف شده بازی

$$F = ۰/۵۶, sig = ۰/۷۳$$

با افزایش سطح تحصیلات مادر (البته با مداخله احتمالی وضعیت اقتصادی - اجتماعی خانواده)

هزینه صرف شده جهت بازی های رایانه ای در طول هفته افزایش می یابد. $F = ۳/۸, sig = ۰/۰۰۵$
 بین شغل والدین (پدر ومادر) و متغیرهای مدت زمان صرف شده برای بازی در منزل و گیم نت در طول هفته رابطه معناداری وجود ندارد. اما بین هزینه صرف شده بازی و شغل مادر رابطه معناداری وجود دارد. $F = ۲/۸, sig = ۰/۰۱۸$

به گونه ای که کسانی که مادرانشان شاغل می باشند در مقایسه با افرادی که مادرانشان خانه دار می باشند هزینه بیشتری برای بازی ها صرف می کنند. (میانگین ۵۵۰ تومان در هفته در برابر ۲۷۰ تومان در هفته).

آزمون گاما نشان می دهد که بین سطح تحصیلات مادر و میزان مراجعه به گیم نت رابطه معناداری وجود دارد به گونه ای که با افزایش سطح تحصیلات مادر، میزان مراجعه فرزندانشان به گیم نت افزایش می یابد. $gamma = ۲/۴۱, sig = ۰/۰۱۶$

که در اینجا میزان مراجعه به صورت هر روز، هر دو یا سه روز، هفته ای یکبار، و هر دو سه هفته یکبار طبقه بندی شده است.

اما بین سطح تحصیلات پدر و میزان مراجعه فرزندانشان به گیم نت رابطه معناداری حاصل نشده است. $gamma = ۲/۲۵, sig = ۰/۵۶$

آزمون تحلیل واریانس نشان می دهد که پاسخگویان ساکن در مناطق بالا شهر در مقایسه با سایرین به طور متوسط مدت زمان زیادی در گیم نت ها می گذرانند، میانگین ۲/۵۶ ساعت در برابر ۱/۶ ساعت.

و ساکنان مناطق متوسط، در مقایسه با ساکنان مناطق پایین شهر نیز، مدت زمان بیشتری را در گیم نت می گذرانند، اما این تفاوت به لحاظ آماری معنادار نیست. میانگین ۱/۸ ساعت در روز در برابر ۱/۴ ساعت.

همچنین آزمون گاما نشان می دهد که پاسخگویان ساکن در مناطق بالای شهر (برحسب وضعیت اقتصادی - اجتماعی) در مقایسه با ساکنان مناطق متوسط و پایین شهر، مراجعه زیادی به

گیم نت دارند و ساکنان مناطق متوسط نیز در مقایسه با ساکنان مناطق پایین شهر چنین وضعیتی دارند.

$$\text{گاما} = ۳/۵۶, \text{sig} = ۰/۰۰۰$$

آزمون یومن-ویتنی نشان می‌دهد پاسخگویی که والدین شان سطح تحصیلات بالاتری دارند، با اطلاع آنان به گیم نت مراجعه می‌کنند. این رابطه در ارتباط با تحصیلات مادر قویتر است.

$$\text{سواد پدر و اطلاع والدین (یومن ویتنی)} = ۲۷۳۳/۵, \text{sig} = ۰/۰۲۹$$

$$\text{سواد مادر و اطلاع والدین (یومن ویتنی)} = ۲۰۹۸/۵, \text{sig} = ۰/۰۰۰$$

نتیجه‌گیری

شایعترین بازی‌های شبکه‌ای رایانه‌ای در میان پاسخگویان به ترتیب بیشترین فراوانی از میان ۵۴ بازی عبارتند از: کانتر (۳۰ درصد)، فیفا (۱۲ درصد)، وارکرافت (۱۱/۵ درصد)، جنرال (۱۱/۴ درصد)، جی، تی (۵/۵ درصد) و بقیه بازی‌ها (مجموعاً ۲۹ درصد) با فراوانی کمتر از ۵ درصد در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

بر این اساس به لحاظ موضوعی بیشترین موضوعات مورد علاقه در بازی‌ها موضوعات جنگی، ورزشی و پلیسی می‌باشد که این ترجیحات را می‌توان بر حسب میزان هیجان‌های ساطع شده از این بازی‌ها و تناسب آن با ویژگی‌های جسمی و روانی پاسخگویان در مقاطع سنی خاص (دوران کودکی و نوجوانی) تا حدودی تبیین کرد. از طرف دیگر این ترجیح را می‌توان براساس انگیزه پاسخگویان از بازی نیز بررسی کرد که قریب به ۷۲ درصد آنان انگیزه استفاده از بازی‌ها را سرگرمی و کسب لذت می‌دانند که این دو ویژگی با ماهیت بازی‌های جنگی و پلیسی و تا حدودی ورزشی تناسب بیشتری دارد.

تحلیل روابط بین متغیرهای زمینه‌ای و متغیرهای اصلی تحقیق، نشان می‌دهد که با افزایش سطح تحصیلات والدین، مراجعه فرزندان به گیم‌نت‌ها با اطلاع بیشتری صورت می‌گیرد که به نظر می‌رسد افزایش سطح سواد، مکانیسم کنترل رفتار فرزندان را تقویت می‌کند.

همچنین پاسخگویی که مادران شان بیرون از خانه شاغل می‌باشند در مقایسه با سایرین، هزینه بیشتری برای استفاده از بازی‌ها صرف می‌کنند که این نکته اثر اقتصادی شاغل شدن مادر را در میزان هزینه‌های روزمره (پول توجیبی) فرزندان را نشان می‌دهد که با فرهنگ غالب در خانواده‌ها - مبنی بر اینکه معمولاً فرزندان، هزینه‌های روزمره خود را از مادر طلب می‌کنند تا پدر - نیز تا حدود زیادی مطابقت پیدا می‌کند.

نکته جالب توجه و قابل تأمل در این تحقیق، این بوده است که پاسخگویان ساکن مناطق بالا شهر در مقایسه با سایرین، مراجعه زیادی به گیم نت‌ها در طول ماه داشته‌اند و علاوه بر آن مدت زمان زیادی را نیز در گیم نت صرف می‌کردند (۲/۵ ساعت در برابر ۱/۵ ساعت در هر مرتبه مراجعه) در صورتی که برداشت غالب در باورهای عامه و همچنین اذهان محققان، فرزندان ساکن مناطق بالای شهر به دلیل الگوی تربیتی خاص در خانواده و میزان فراوانی امکانات فرهنگی سرگرم کننده در منزل و پایین بودن تراکم بعد خانوار معمولاً مدت زمان زیادی از فراغت‌شان را در منزل می‌گذرانند و در مقابل فرزندان ساکن در مناطق دیگر به ویژه مناطق پایین شهر بیشتر اوقات روز را در بیرون از منزل سپری می‌کنند. این نتیجه این فرضیه را مطرح می‌سازد که فرزندان ساکن مناطق متوسط و پایین شهر به دلیل نداشتن تمکن مالی کافی، بیشتر وقت خود را صرف فعالیت‌های رایگان در فضای باز و آزاد می‌کنند. در حالی که فرزندان مناطق بالا شهر بیشتر به دنبال فعالیت در یک مکان بسته هستند.

تحلیل چارچوب نظری براساس یافته‌های تحقیق

براساس تئوری کارکردی مرتن، اشکال مختلف رسانه می‌تواند برای گروه‌ها و افراد مختلف کارکرد مثبت یا منفی داشته باشد. بر این اساس اعمال بازیگران صحنه‌های خشونت آمیز در بازی‌های رایانه‌ای برای کودکان به دلیل بالا بودن روحیه تقلید تأثیرپذیری می‌تواند آثار منفی رفتاری داشته باشد. در واقع کودکان، رفتار خشونت آمیز شخصیت های بازی را به طور مجزا و منفرد و بدون قرار دادن آن در متن و زمینه بازی و همچنین تحلیل پیامدهای آن در نظر می‌گیرند در حالی که مواجهه جوانان و بزرگسالان با این رفتارها می‌تواند متفاوت باشد، که در این تحقیق بازی های کانتر^۱ شایع ترین بازی های مورد استفاده پاسخگویان را تشکیل می‌دهد، در مقایسه با سایر بازی ها، صحنه‌های خشونت آمیز و مهیج بیشتری دارد. در این تحقیق اولویت اول موضوعی بازی های مورد علاقه پاسخگویان، موضوعات جنگی (اوار کرافت) ۳۳ درصد و پلیسی (جنرال) ۱۲/۶ درصد بوده است.

بر طبق نظریه نیازها، رسانه‌ها نقش نیاز آفرینی دارند، ضمن این که با هدف برآورده ساختن نیازها مورد استفاده قرار می‌گیرند. براساس این نظریه، بازی های رایانه‌ای می‌تواند موجد نیاز به استفاده از الگوهای رفتاری ابزارها و وسایل در میان کودکان و نوجوانان باشد. البته در این تحقیق این مقوله مورد بررسی قرار نگرفت.

نظریه مقایسه اجتماعی نیز بر احساس نیاز در تعامل فرد با محیط اجتماعی تأکید دارد که

در اینجا الگوی فراغت رایج در میان کودکان و نوجوانان می‌تواند براساس فرایند مقایسه اجتماعی شکل بگیرد که در این تحقیق، ۴۶ درصد پاسخگویان اولویت اول فراغت خود را رفتن به گیم نت و کلوپ عنوان کردند که در مقایسه با سایر فعالیت‌ها نظیر گردش و رفتن به پارک و انجام فعالیت‌های ورزشی، مشاهده فیلم و ... سهم قابل توجهی از فعالیت‌های اوقات فراغت را به خود اختصاص داده است و این واقعیت نیازمند آسیب‌شناسی محتوایی بازی‌ها و پیامدهای روانی آن در میان استفاده‌کنندگان است. با توجه به این که ۴۵ درصد پاسخگویان تحقیق هر روز به گیم‌نت مراجعه می‌کنند و ۳۰ درصد هر دو روز یک بار مراجعه داشتند که مجموعاً ۷۵ درصد آنان حداقل هر دو روز یکبار به گیم‌نت مراجعه می‌کردند. که فراوانی این مراجعه می‌تواند زمینه تأثیرپذیری اجتماعی و روانی را افزایش دهد.

براساس مفروضات دیدگاه امپریالیسم فرهنگی، طراحان و دست‌اندرکاران برنامه‌های رسانه‌های جمعی درصدد اشاعه و سلطه بخشیدن به فرهنگ غربی در کشورهای جهان سوم هستند. در این تحقیق در مصاحبه اولیه با مدیران گیم‌نت‌ها و بررسی اسامی شایع‌ترین بازی‌های رایانه‌ای، این نکته به وضوح دیده شد که قریب به بیش از ۹۰ درصد بازی‌های مورد استفاده در گیم‌نت، بازی‌های وارداتی و عمدتاً آمریکایی می‌باشد.

راهکارها و پیشنهادات

- ۱- برنامه ریزی از پیش مشخص و متناسب با مقتضیات سنی کودکان و نوجوانان به ویژه در ایام تابستان در خصوص اوقات فراغت.
- ۲- تدوین بازی‌های بومی در جهت پاسخگویی به نیازهای تفریحی کودکان و نوجوانان (در مصاحبه با برخی از مدیران گیم‌نت‌ها، آنها ابراز داشتند که از هر ۱۰۰ فیلم موجود، ۹۰ تای آن‌ها آمریکایی می‌باشند).
- ۳- نظارت مستمر بر مدیریت گیم‌نت‌ها و کلوپ‌ها در جهت جلوگیری از رشد بی‌رویه و نامتناسب آنان (در مصاحبه با برخی از مدیران گیم‌نت‌ها، آنها ابراز داشتند که از هر ۱۰ گیم‌نت، ۸ تای آن بدون مجوز قانونی فعالیت می‌کنند)
- ۴- کنترل و مراقبت‌های غیرمستقیم فرزندان توسط والدین در خصوص رفت و آمد در بیرون از خانه (در این تحقیق، ۱۳ درصد پاسخگویان بدون اطلاع والدین به گیم‌نت‌ها مراجعه می‌کردند)
- ۵- ارتقاء سطح سواد و آگاهی مادران خانه در جهت تقویت مکانیسم کنترل رفتار فرزندان (نتایج تحقیق نشان داده است که با افزایش سطح تحصیلات والدین به ویژه مادر مراجعه‌فرزندان به گیم‌نت‌ها با اطلاع بیشتری صورت می‌گیرد) که در اینجا حضور مادر در خانواده در برابر شاغل شدن او در بیرون از خانه می‌تواند این مکانیسم را به طور نسبی تقویت کند.

منابع:

- دواس، (۱۳۷۶) پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران، نشر نی.
- رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۷۸)، آناتومی جامعه، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- صارمی، علی اکبر، امیدوار، احمد (۱۳۸۳) اعتیاد به اینترنت، مشهد، نشر جوانه.
- گانتر، بری (۱۳۸۳) اثر بازی‌های ویدیویی و رایانه‌ای بر کودکان، ترجمه سیدحسن پورعابدی نایینی، چاپ اول، تهران، انتشارات جوانه رشد.
- مشیرزاده، حمیرا (۱۳۸۱) درآمدی بر جنبش‌های اجتماعی، تهران، پژوهشکده امام خمینی (س) و انقلاب اسلامی.
- ناطق‌پور، محمد جواد (۱۳۸۰) «اطلاع‌رسانی و مسائل اجتماعی»، مجله جامعه‌شناسی ایران، بهار ۱۳۸۰ - شماره ۶.
- ویندال، سون و همکاران (۱۳۷۶) کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

