



doi: 10.30497/rc.2024.245427.2011



Received: 2023/11/12

Accepted: 2024/09/15

Explaining the role of fantasy in the formation of the identity of social media users with an emphasis on video games

AmirReza Ameli[—]
Abdolkarim Khayami[—]
Ali Azadi[—]

Abstract

Nowadays, a large part of our life has been covered by the media, and compared to the past, the world of today's human life has undergone extensive and dramatic changes. Meanwhile, the role of media in identifying people and social groups has always been one of the concerns of thinkers and experts in this field. Undoubtedly, the way and extent of influence of different types of media in this field is different, but it seems that media such as video games have a greater impact on human identity and action due to the "intensity of interaction and immersion" as well as relatively high consumption, especially among teenagers and young people. The increasing attention of researchers and rulers to the computer and console games industry can be explained from this point of view. In the following article, while using the theory of impersonation and the concept of transreality in Baudrillard's thought, and by rereading the place of the power of imagination in the construction of identity based on transcendental wisdom, an attempt has been made to understand the prominent role of this power in the process of consuming social media and especially digital games and how Explain its influence on the identity of the actors. At the end, these steps are explained in an example of video games in a four-cycle cycle (checking basic needs, dependence in the game, fantasy and identity conflict) and an example of social networks.

Keywords: Imagination, Identity, Pretending, Social media, Hyperreality
Video games.

— Culture and communication, Imam Sadeq university karaj, Tehran, I.R.Iran (Corresponding author).
shbisha_1378@yahoo.com  0009-0004-2909-3033

— Assistant Professor of Culture and communication of Imam Sadiq University, Tehran, I.R.Iran.

ak.khayami@gmail.com  0000-0001-8276-8045

— Culture and Communication, Imam Sadeq University, Researcher at the Roshd Center, Tehran, I.R.Iran.
az.aliazadi@gmail.com  0009-0000-4586-9365

تبیین نقش خیال در شکل‌گیری هویت کاربران رسانه‌های اجتماعی با تأکید بر بازی‌های ویدئویی

امیررضا عاملی*
عبدالکریم خیامی**
علی آزادی***

چکیده

امروزه بخش زیادی از زندگی ما را رسانه‌ها دربرگرفته‌اند و به نسبت گذشته زیست‌جهان انسان امروزی را متوجه تغییرات گسترده و شگرفی کرده‌اند. در این میان نقش رسانه‌ها در هویت‌یابی افراد و گروه‌های اجتماعی همواره یکی از دغدغه‌های متفکران و صاحب‌نظران این حوزه بوده است؛ البته بی‌تردید شیوه و میزان تأثیرگذاری انواع رسانه در این زمینه متفاوت است؛ اما به نظر می‌رسد رسانه‌ای چون بازی‌های ویدئویی به دلیل «شدت تعامل و غوطه‌وری» و نیز مصرف نسبتاً بالا به‌ویژه در میان نوجوانان و جوانان، تأثیر بیشتری بر هویت و کنش انسانی داشته باشد. پژوهش حاضر بر آن است تا نقش قوه خیال در شکل‌گیری هویت کاربران رسانه‌های اجتماعی را با تمرکز بر بازی‌های ویدئویی بررسی کند. در این بررسی با بهره‌گیری از طریق روش دلالت‌پژوهی به شیوه برآیسی، ضمن استفاده از نظریه وانمایی و مفهوم فراواقعیت در اندیشه بودریار و با بازخوانی جایگاه قوه خیال در ساخت هویت مبتنی بر حکمت متعالیه، تلاش شده است تا نقش برجسته این قوه در فرایند مصرف رسانه‌های اجتماعی و خاصه بازی‌های دیجیتالی ره‌گیری شده و چگونگی تأثیرگذاری آن بر هویت بازیگران توضیح داده شود. در انتها نیز این مراحل در یک نمونه از بازی‌های ویدئویی در یک چرخه چهارگانه (بررسی نیازهای اساسی، وابستگی در بازی، خیال و جدال هویتی) و یک نمونه از شبکه‌های اجتماعی تبیین شده است.

واژگان کلیدی: خیال، هویت، وانمایی، رسانه‌های اجتماعی، فراواقعیت، بازی‌های ویدئویی.

* دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، جمهوری اسلامی ایران (نویسنده مسئول).

shbisha_1378@yahoo.com

** استادیار دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، جمهوری اسلامی ایران.

ak.khayami@gmail.com

*** دانشجوی کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی، فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، پژوهشگر مرکز رشد، تهران، جمهوری اسلامی ایران.

az.aliazadi@gmail.com

مقدمه

بازی‌های ویدئویی به عنوان یکی از گونه‌های رسانه‌ای نوین که در سبد مصرف رسانه‌ای افراد جامعه قرار دارند، علی‌رغم محاسن و ویژگی‌های مثبت در زمینه آموزش و ارتقای مهارت‌های شناختی و رفتاری انسان، می‌توانند موجب تغییر هویتی شده و خواسته یا ناخواسته به فاصله گرفتن افراد از هویت اصیل خویش منجر شوند. باتوجه به آنکه بازی‌های ویدئویی یکی از اثرگذارترین و پُرکاربردترین رسانه‌های مورد مصرف نوجوانان است، تحلیل و تبیین آثار روانی و اجتماعی آن‌ها از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. به‌ویژه که به علت شدت تعاملی بودن این رسانه، بازی‌ها می‌توانند به یکی از منابع جدی در شکل‌دهی خیالات و انگاره‌های ذهنی افراد تبدیل شوند و همین امر مسئله اصلی پژوهش حاضر را می‌سازد. اینکه آیا قوه خیال امکان تأثیرپذیری از رسانه‌های تعاملی به‌خصوص بازی‌های رایانه‌ای و سپس تأثیرگذاری بر هویت کاربران و بازیکنان این بازی‌ها را دارد یا خیر؟

به گزارش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای (۱۴۰۰)^۱ ایران حدود ۳۴ میلیون بازیکن (گیمِر) فعال داشته است که دارای میانگین سنی ۲۳ سال و میانگین مصرف، ۹۵ دقیقه در روز بوده‌اند. طبق این آمار ۶۸ درصد نوجوانان (۱۲ تا ۱۷ سال) به سراغ بازی‌های ویدئویی برخط می‌روند. مورد تأکید است که در سال ۱۴۰۰ مجموع هزینه‌کرد بازیکنان ایرانی برای سخت‌افزار و نرم‌افزار بازی‌های دیجیتال ۱۹۲۷۹ میلیارد تومان معادل ۷۳۹ میلیون دلار می‌باشد. آمار و ارقام ذکر شده حاکی از آن است که بازی‌های برخط میزان خواسته‌های انسان رسانه‌ای شده عصر کنونی را افزایش داده و از طریق نیازسازی و مکانیک‌های^۲ وابسته‌ساز، او را در خود غوطه‌ور کرده و به مصرف هرچه بیشتر سوق می‌دهند. «گویی بازیکن بازی‌های دیجیتال از جهان واقعی بریده شده و دیگر متوجه پیرامون خود نبوده؛ خود را حاضر در بازی و متعلق به محیطی می‌داند که بازی او را در

1. <https://www.isna.ir/news/1401111612001>

۲. کلمه مکانیک و دینامیک کاملاً در ادبیات بازی‌های ویدئویی کاربرد دارد و با همین واژه در ادبیات مقاله فارسی نیز مورد استفاده قرار گرفته است ولی برای بهتر شدن متن لطفاً از کلمه مکانیسم به جای مکانیک استفاده شود. کلمه دینامیک به حالت سابق بماند. چراکه در تعریف بازی به طور دقیق از همین واژه استفاده شده است

آن محیط قرار داده است» (حاجی‌حیدری و اکرم، ۱۳۹۹، ص. ۲۳). در این مقاله به دنبال آن هستیم تا ضمن بهره‌گیری از روش دلالت‌پژوهی برآیشی، قوه خیال را به عنوان عامل محوری در تغییر هویتی انسان پس از غوطه‌وری در فضای نمایشی و تعاملی بازی‌های ویدئویی معرفی کرده و خیال را نه منفعل و تأثیرپذیر بلکه به عنوان قوه‌ای هویت‌ساز برای انسان در عصر رسانه ارائه دهیم.

۱. پیشینه

به صورت کلی پیشینه این پژوهش در سه حوزه نسبت خیال و فضای مجازی، شکل‌گیری هویت متأثر از خیال و شکل‌گیری هویت در فضای مجازی قابل بررسی است. با بررسی پیشینه پژوهش، اگرچه تولیدات و زحمات زیادی در زمینه خیال و چیستی این مفهوم انجام گرفته است؛ اما اندک پژوهش‌هایی به کاربست این مفهوم در عالم رسانه به خصوص رسانه‌های نوین و تعاملی پرداخته‌اند و عموم پژوهش‌ها در صدد تعریف و واکاوی خود قوه خیال یا نقش و کارکردهای آن بوده‌اند. به نظر می‌رسد، این پرسش که قوه خیال چگونه می‌تواند در شکل‌گیری هویت انسانی در عالم مجاز و واقع عمل کند و رسانه‌هایی همچون بازی‌های ویدئویی چه تأثیری بر شکل‌گیری این هویت دارند، مغفول مانده است. در قسمت ذیل به مواردی از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود.

زهره لطفی (۱۳۹۹)، در مقاله‌ای با عنوان «امکانات درونی فلسفه ملاصدرا در مواجهه با پوچی فضای مجازی»، به این سؤال پاسخ می‌دهد که آیا با تکیه بر آرای فیلسوفی نظیر ملاصدرا که در باب زندگی اصیل و معنادار سخنان فراوانی گفته است، می‌توان با پدیده فضای مجازی مواجهه‌ای معنادار و منطقی داشت؟ یافته‌های پژوهش مذکور حاکی از آن است که: علی‌رغم امکانات و مزایای ویژه فضای مجازی، این فضا می‌تواند سبب شکل‌گیری الگوهای رفتاری نامتعارفی در انسان شود. استنباط نگارنده از درون‌مایه‌های حکمت متعالیه آن است که برترین شیوه برخورد با چنین آسیب‌هایی، رویکرد عقل‌گرایانه به این فضای برساخته دست بشر و بیان کارکرد عقل در خصوص انبوه اطلاعات و داده‌هاست. ملاصدرا نقطه عطف سیر صعودی انسان در مسیر تکامل و بهترین ابزار شناخت امر اصیل از غیراصیل را حیات معقول می‌داند. در ساحت عقلانی

همه چیز از رهگذر مواجهه با معقولات است که اصالت می‌یابد و این سبب می‌شود که انسان در مواجهه با سیل عظیم داده‌های فضای مجازی، از افتادن در ورطه عالم خیال منفصل بر حذر باشد و مسیر زندگی را به سمت عقلانیت و معناداری متمایل کند.

سیدمهدی میرهادی؛ حسنعلی بختیار نصرآبادی و محمد نجفی (۱۳۹۶)، در مقاله‌ای با عنوان «نسبت خیال با هویت در فلسفه ملاصدرا»، با استفاده از روش تحلیل و استنتاج از منظر ملاصدرا به بررسی رابطه خیال و هویت پرداخته‌اند و در نتیجه به رابطه‌ای ذاتی، اتحادی و متقابل میان خیال و هویت رسیده‌اند. خیال با دخالت و حضوری سه‌وجهی، عامل ساخت، منشأ بقا و واسطه آگاهی از هویت است. هویت نیز پس از شکل‌گیری اولیه در فرایندهای خیال، اعم از انشاء، نگهداری، دستکاری و فراخوان صورت‌های خیالی (تخیل)، دخالتی تام دارد.

حامد حاجی حیدری و کیانوش اکرم (۱۳۹۹)، در مقاله خود با عنوان «هویت‌یابی در فرایند بازی‌های ویدئویی مطالعه موردی چهار بازی شاخص: دوک نوکم، دزدی بزرگ اتومبیل، طومارهای پیران، ندای وظیفه»، به تفکیک دو رویکرد روایت‌شناسانه و لودولوژیک^۳ می‌پردازند. روایت‌شناسی در بازی بر موضع انسان‌گرا و سوژه‌محور تأکید دارد که ریشه بازی‌های رایانه‌ای را در ساختارهای روایی بازنمایی‌کننده معنا برای بازی بازان قرار می‌دهد و در مقابل رویکرد لودولوژیک باور دارد که بازی‌های رایانه‌ای فضای هویتی مستقل خود را خلق می‌کنند و بازی با درون این متن خود را بازتعریف می‌کند. نتیجه‌گیری این مقاله با کاوش در چهار بازی شاخص نامبرده در عنوان در تقویت رویکرد لودولوژیک است.

عادل صادقی (۱۳۹۸)، در مقاله خود با عنوان «واقعیت مجازی و خیال در فیلم و رسانه (نظریه بودریار^۴ از منظر ابن عربی)»، به مطالعه تطبیقی بر روی رسانه و خیال از منظر بودریار و ابن عربی با هدف ترسیم چهارچوب نظری و حکمی برای تبیین استقلال

۳. واژه لودولوژیک واژه‌ای است که حاجی حیدری در مقاله خود با عنوان «هویت‌یابی در فرایند بازی‌های ویدئویی» به کار برده‌اند که در مقابل رویکرد روایت‌شناسانه می‌آید. رویکرد لودولوژیک باور دارد که بازی‌های رایانه‌ای فضای هویتی مستقل خود را خلق می‌کنند و بازیکن درون این متن خود را باز تعریف می‌کند. لودولوژی از کلمه لاتین لودوس به معنای بازی برگرفته شده است.

4. Baudrillard

حوزه معنا از جهان مجازی شده و تحویل نشدن حقایق به نشانه‌ها و ایماژها در الگوواره دینی در اندیشه ابن عربی پرداخته است. ایشان با توصیف قوه خیال از منظر ابن عربی و نظریه بازنمایی و وانموده در نظریه بودریار، سعی در تبیین اثر دنیای مجاز بر قوه خیال دارند؛ اما در مورد چگونگی تأثیرپذیری این فرایند بر شکل‌گیری هویت مجازی و اجتماعی در این مقاله بحثی جدی نشده است.

احمد رضا معتمدی (۱۳۹۸)، در مقاله خویش با عنوان «مواجهه نظریه زیگموند کراکاوئر^۵ و راجر اسکروتن^۶ در ماهیت بازنمایی رسانه فیلم با رویکرد به نظریه خیال در فلسفه هنر دینی»، بر آن است که تمایز نگاه شکل‌گرا و عینی را با نگاه واقع‌گرا و ذهن‌گرا به رسانه بیان کند و در تعریف این تمایز از نظریه خیال بهره می‌جوید. مدعای این نوشتار آن است که رویکردهای شناختی، همواره در جمع‌بندی منازعه شکل‌گرا - واقع‌گرا به بن‌بست می‌رسد. راهکار بنیادین، رویکرد هستی‌شناختی به ماهیت بازنمایی فیلم است که از ابتدا مورد توجه متفکران و فلسفه‌ورزان «فلسفه هنر دینی» بوده است

احمد بخارایی (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای با عنوان «الگوهای تخیل اجتماعی در رادیو و رسانه تولید - کاربر مجازی»، ضمن دریافت چهار الگوی «تخیلات فردگرایانه»، «تخیلات فردگرایانه فرامادی»، «تخیلات توسعه‌گرایانه ابزاری» و «تخیلات اجتماعی آرمانی» در کاربران رادیو بر این باور است که در میان کاربران رسانه‌های تولید کاربر مجازی، تنها الگوی تخیل به‌دست‌آمده «تخیل فرا واقع مصرفی» است که تولیدکننده پیام با کاربرد خود ایدئال‌سازی، مخاطب را در مصرف به اقناع ذهنی می‌رساند. این رسانه‌ها قدرت اجتماعی خردی هستند که تخیلات مخاطبان را شکل می‌دهند. در نگاه نویسنده جریان اجتماعی تولیدشده مبتنی بر تخیل در هر دو رسانه، آرمان‌پردازی‌های فردی است که اهداف اجتماعی و معطوف به دیگری را کمتر در خود نهفته دارد. درواقع مهم‌ترین عاملی که رسانه‌ها با حمله به تخیل از جامعه اجتماعی و انسانی می‌گیرند همانا مفهوم دیگری است و بر من و انانیت تأکید مضاعف دارند.

۲. روش پژوهش

پژوهش حاضر از حیث روشی‌شناسی در الگوواره روش کیفی به‌شمار می‌رود و داده‌های آن به‌صورت اسنادی و کتابخانه‌ای گردآوری شده است. برای تحلیل نیز از روش دلالت‌پژوهی بهره استفاده شده است.

روش دلالت‌پژوهی در زمانی استفاده می‌شود که پژوهشگران می‌خواهند از سایر رشته‌ها، از فلسفه‌های مختلف، از یک چهارچوب، از یک مدل یا ایده‌ای در سایر رشته‌ها رهنمودهایی قرض کنند و آن را در حوزه تخصصی خود به‌کار گیرند (دانایی‌فرد، ۱۳۹۵، ص. ۴۴).

برای این منظور دو طرح پیشنهادی توسط آقای دانایی‌فرد (۱۳۹۵، ص. ۵۰) ارائه شده است:

۱- طرح پژوهشی دلالت‌پژوهی نظام‌مند: در آن پژوهشگر ابتدا چهارچوب مفهومی مقصد را طراحی کرده؛ سپس در مأخذ استقراض به‌دنبال دلالت‌هایی برای چهارچوب از پیش تعیین شده می‌گردد.

۲- طرح پژوهشی دلالت‌پژوهی برآیسی: در این طرح پژوهشی پژوهشگر پس از طرح یک سؤال کلی به‌دنبال دلالت‌های مبدأ برای عرصه یا حوزه مطالعاتی خود می‌گردد. در این طرح دلالت‌ها و موضوع دلالت‌ها به‌صورت برآیسی و ناگهانی شکل می‌گیرند و چهارچوب اولیه‌ای تعیین نمی‌شود.

خلاقیت و نوآوری و کشف ارتباطات پنهان را می‌توان از مزایای طرح پژوهشی برآیسی برشمرد.

برای آغاز فرایند دلالت‌پژوهی، نخستین گام، تعیین دقیق حوزه‌های مبدأ و مقصد و همچنین شناسایی ایده‌های کلیدی مورد نظر در حوزه مبدأ است؛ سپس، پژوهشگر باید به این سؤال اساسی پاسخ دهد که این ایده‌ها چه سهمیاری‌هایی بر مفاهیم، روش‌ها یا مسائل حوزه مقصد می‌توانند داشته باشند. در این مرحله پژوهشگر نوعی نگاه نظری به موضوع مطالعاتی منتخب خود دارد و در پرتو آن دلالت‌های احصایی را مدنظر قرار می‌دهد. نمونه‌گیری نظری از ابژه دلالت‌پژوهی مرحله بعد است. درنهایت احصاء دلالت‌های ابژه مبدأ برای مقصد صورت می‌گیرد. در این مرحله پژوهشگر به احصاء و

توصیف دقیق دلالت‌های ایده‌های مبدأ بر حوزه مقصد می‌پردازد (دانایی‌فرد، ۱۳۹۵، صص. ۵۲-۵۹).

پژوهش حاضر بر اساس طرح پژوهشی برآیشی صورت گرفته است و در آن فرایند شکل‌گیری هویت در حکمت متعالیه به‌عنوان نظریه مبدأ و نظریه وانمایی بودریار به‌عنوان مقصد انتخاب شده است تا با بیان دلالت‌های نحوه شکل‌گیری هویت انسان در اندیشه برای چهارچوب مقصد به تبیینی از نقش خیال در شکل‌گیری هویت کاربران رسانه‌های اجتماعی دست یابیم.

۳. مفاهیم پژوهش

۳-۱. هویت

واژه هویت از نظر لغوی به معنی «هستی، وجود، ماهیت و سرشت» و ریشه لغوی آن از واژه «هو» گرفته شده که اشاره به‌غایت، نهایت و کمال مطلق دارد. معادل آن در انگلیسی واژه «Identity» بوده که ریشه در زبان لاتین دارد و دارای دو معنای اصلی است: معنای اول آن بیانگر مفهوم تشابه و معنای دوم آن مفهوم تمایز است؛ بنابراین مفهوم هویت میان اشیاء و افراد دو نسبت را برقرار می‌کند: از یک‌طرف شباهت و از طرف دیگر تفاوت (جنکینز^۷، ۱۳۸۱، ص. ۵).

در فرهنگ عمید هویت چنین تعریف شده است: هویت یعنی حقیقت شیء یا شخص که مشتمل بر صفات جوهری او باشد (عمید، ۱۳۶۲، ص. ۴۵۰). دهخدا نیز در لغت‌نامه‌اش هویت را عبارت از تشخیص دانسته و می‌گوید همین معنی میان حکیمان و متکلمان مشهور است (دهخدا، ۱۳۷۳، ص. ۲۰۸۶۶). در فرهنگ لغت «معین» نیز آمده است که: «هویت» یعنی آنچه باعث تشخیص فرد می‌شود. اصل این کلمه، عربی است و از کلمه «هو» به معنی او (ضمیر مفرد مذکر غایب) اخذ شده است و معنای این اسم «اتحاد بالذات» یا «انطباق بالذات» است (معین، ۱۳۴۵، ص. ۳۵۰).

اگر از تعاریف لغوی هویت عبور کنیم، وقتی به جسمی خارج از خودمان نظر می‌کنیم، آن جسم به‌لحاظ فلسفی دارای دو بعد است. آن بعد جسم که حامل قوه است

ماده نام دارد و بعد دیگر که حامل فعلیت است، صورت نامیده می‌شود. مثال مشهوری که برای روشن شدن معنای ماده و صورت زده می‌شود آن است که وقتی به میز توجه می‌کنیم نحوه خاص میز بودن که منشأ آثار میز است را صورت آن و چوب یا فلز را ماده آن می‌دانند.

«صورت» اصطلاح کلیدی ملاصدرا برای بیان هویت است. ملاصدرا صورت را امر محصل بالفعل می‌داند که یک شیء به وسیله آن شیء شده و به فعلیت می‌رسد. چنین صورتی تقوم و حقیقت هرچیز است؛ زیرا صورت و فعلیت، هستی هرچیز و همه حقیقت شیء است (میرهادی و دیگران، ۱۳۹۶، ص. ۸۲). براین اساس این گونه می‌توان هویت انسان را همان صورت بالفعل انسان نامید.

۲-۳. خیال

در فلسفه اسلامی خیال در معنی هستی‌شناسانه مرتبه‌ای از هستی است که در طول عالم ماده و در مرتبه‌ای بالاتر از آن و مادون عالم عقل قرار دارد. معنای دیگر خیال که ناظر به انسان‌شناسی مطرح می‌شود بر معنای هستی‌شناسانه آن مبتنی است، چراکه انسان نیز همچون جهان هستی علاوه بر مرتبه مادی و عقلی، از ساحتی خیالی (مثالی) برخوردار است. معنای دیگر خیال در نگاهی معرفت‌شناسانه، یکی از قوای ادراکی انسان است. تبیین جایگاه خیال در این معنا نیاز به توصیف فرایند ادراک دارد.

در هنگام مواجهه با اشیاء خارجی چه از طریق دیدن، لمس کردن یا دیگر حواس ظاهری، صورتی از شیء در ذهن فرد شکل می‌گیرد. صورتی که در ذهن فرد شکل می‌گیرد را «صورت محسوسه» می‌نامند و این ادراک را «ادراک حسی». در مرحله بعد دستگاه ادراکی انسان که همان قوه خیال نفس است به کمک صورت محسوسه شکل گرفته در ذهن، صورت دیگری را با نام «صورت خیالی» ایجاد می‌کند که در ذهن باقی می‌ماند و مانند صورت محسوسه نیازمند تماس مستقیم با شیء خارجی نیست. ادراک صورت خیالی را «ادراک خیالی» می‌نامند. در آخر اگر چند صورت خیالی از چند شیء محسوس را که در جهاتی با یکدیگر اشتراک دارند در نظر بگیریم، ذهن ما این قابلیت را دارد که وجه اشتراک همه این افراد را گرفته و مفهومی کلی بسازد که

قابل صدق بر همه آن افراد و افراد نامتناهی باشد. این مفهوم کلی «معقول» و ادراک آن «ادراک عقلی» است (عبودیت، ۱۳۹۸، صص. ۱۲۸-۱۳۲).

خیال به عنوان یکی از قوای نفس دستگاهی است که در آن صورت‌های خیالی انشاء، ثبت و ذخیره شده، مورد دستکاری و دخل و تصرف قرار می‌گیرند یا ابداع می‌شوند. در آثار ملاصدرا خیال با نام‌های مصوره، متصرفه، متخیله و متفکره بیان شده است که هریک بیانگر کارکردی خاص از این قوه وجودی انسان است (خاتمی، ۱۳۸۶، ص. ۱۷۲).

مصوره هنگامی است که خیال به عنوان مخزنی برای گردآوردن مدرکات قوه حس که همان صورت‌ها هستند در نظر گرفته می‌شود. تجزیه و ترکیب این صورت‌های خیالی در ذهن نام متصرفه به قوه خیال می‌بخشد. آنگاه که خیال به صورت‌سازی معقولات و تبدیل معقول به محسوس نظر دارد، متخیله و هنگامی که بالعکس حالت پیشین به دنبال حرکت از صور و محسوسات به سوی معقولات است، متفکره نام دارد (میرهادی و دیگران، ۱۳۹۶، صص. ۸۱-۸۲).

۳-۳. رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی گروهی از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر شبکه (اینترنت) هستند که بر پایه وب ۲٫۰ ساخته شده‌اند و اجازه ایجاد و تبادل محتوای تولیدشده توسط کاربر را می‌دهند (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 60). در این تعریف کلی، انواع مختلفی از رسانه‌های اجتماعی وجود دارد که نیازمند متمایز شدن از یکدیگر هستند. با این حال، اگرچه اکثر مردم احتمالاً موافق هستند که ویکی‌پدیا، یوتیوب، فیس‌بوک و «زندگی دوم»^۸ همگی بخشی از این گروه بزرگ هستند؛ اما هیچ روش نظام‌مندی برای دسته‌بندی برنامه‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی وجود ندارد.

برای ایجاد چنین طرحی برای طبقه‌بندی و اعمال آن به شیوه‌ای نظام‌مند، بر مجموعه‌ای از نظریه‌ها در زمینه تحقیقات رسانه‌ای (حضور اجتماعی)^۹، غنای

8. second life

9. social presence

رسانه‌ای^{۱۰}) و فرایندهای اجتماعی (ارائه خود^{۱۱}، خودافشایی^{۱۲}) به‌عنوان دو عنصر کلیدی رسانه‌های اجتماعی تکیه می‌کنیم (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 60).

با مدنظر قراردادن مؤلفه مرتبط با رسانه در رسانه‌های اجتماعی، نظریه حضور اجتماعی (Williams & Christie, 1976, p. 230) بیان می‌کند که رسانه‌ها در میزان «حضور اجتماعی» که برای کاربران مهیا می‌کنند متفاوت هستند. حضور اجتماعی به معنای تماس صوتی، تصویری و فیزیکی قابل دسترسی بین دو شریک ارتباطی است. حضور اجتماعی تحت تأثیر صمیمیت (در ارتباطات بین فردی رودرو در مقابل ارتباطات از طریق رسانه) و فوری بودن (ناهم‌زمان در مقابل هم‌زمان) رسانه قرار دارد و می‌توان انتظار داشت که برای ارتباطات رسانه‌ای (مثلاً گفتگوی تلفنی) حضور اجتماعی کمتر از ارتباطات بین فردی در فضایی غیرمجازی باشد و برای ارتباطات ناهم‌زمان (به‌عنوان مثال، پست الکترونیک) نسبت به ارتباطات هم‌زمان (مثلاً چت کردن) حضور اجتماعی کمتر باشد. هرچه حضور اجتماعی بیشتر باشد، تأثیر اجتماعی که شرکای ارتباطی بر رفتار یکدیگر دارند، بیشتر می‌شود. مفهوم غنای رسانه‌ای ارتباط نزدیکی با ایده حضور اجتماعی دارد. نظریه غنای رسانه‌ای (Daft & Lengel, 1986) بر این فرض استوار است که هدف هر ارتباطی حل ابهام و کاهش عدم قطعیت است. این نظریه بیان می‌کند که رسانه‌ها از نظر میزان غنای رسانه‌ای - یعنی میزان اطلاعاتی که اجازه می‌دهند در یک بازه زمانی معین منتقل شوند - متفاوت هستند و بنابراین برخی از رسانه‌ها در رفع ابهام و عدم قطعیت مؤثرتر از سایر رسانه‌ها هستند. با اعمال این دو نظریه در زمینه رسانه‌های اجتماعی، این‌گونه فرض می‌گیریم که اولین طبقه‌بندی را می‌توان بر اساس غنای رسانه و درجه حضور اجتماعی که رسانه‌ها ممکن می‌سازند، انجام داد.

با معطوف کردن توجه به بعد اجتماعی رسانه‌های اجتماعی، دلیل اصلی اینکه افراد تصمیم می‌گیرند یک صفحه وب شخصی ایجاد کنند، تمایل به ارائه خود در فضای مجازی است. مفهوم «ارائه خود» بیان می‌کند که در هر نوع تعامل اجتماعی، افراد تمایل

10. media richness
11. self-presentation
12. self-disclosure

دارند برداشت‌های دیگران از خودشان را کنترل کنند. از سویی، این کار با هدف تأثیرگذاری بر دیگران برای کسب پاداش انجام می‌شود (به‌عنوان مثال اینکه تأثیر مثبتی بر دوستان خود ایجاد کنید) و از سوی دیگر، این ارائه خود بر اساس تمایل به ایجاد تصویری منطبق با هویت شخصی فرد (به‌عنوان مثال، پوشیدن لباس مد روز برای اینکه به‌عنوان فردی جوان و به‌روز شناخته شوید) هدایت می‌شود. معمولاً ارائه خود از طریق خودافشایی صورت می‌گیرد. یعنی افشای آگاهانه یا ناخودآگاه اطلاعات شخصی (مانند: افکار، احساسات، علاقه‌مندی‌ها، دوست‌داشتن‌ها) که با تصویری که فرد می‌خواهد ارائه کند، سازگار است. اگرچه خودافشایی گامی حیاتی در توسعه روابط نزدیک است؛ اما می‌تواند بین افراد کاملاً غریبه نیز رخ دهد؛ مثال آن هنگامی است که در مورد مشکلات شخصیتان با شخصی که در هواپیما در کنار شما نشسته است، صحبت می‌کنید. با کاربرست این نظریه در زمینه رسانه‌های اجتماعی، فرض می‌کنیم که طبقه‌بندی دوم را می‌توان بر اساس میزان خود افشایی که رسانه ایجاب می‌کند و نوع ارائه خودی که اجازه می‌دهد، انجام داد. ترکیب هر دو بُعد منجر به طبقه‌بندی رسانه‌های اجتماعی می‌شود که در جدول ۱ نشان داده شده است. با در نظر گرفتن حضور اجتماعی و غنای رسانه‌ای، برنامه‌هایی مانند پروژه‌های مشارکتی (مانند ویکی‌پدیا) و وبلاگ‌ها کمترین امتیاز را دارند؛ زیرا اغلب مبتنی بر متن هستند و بنابراین فقط امکان تبادلی نسبتاً ساده را فراهم می‌کند. در سطح بعدی، جوامع محتوا (به‌عنوان مثال، یوتیوب) و تارنماهای شبکه اجتماعی (به‌عنوان مثال، فیس‌بوک) قرار دارند که علاوه بر ارتباطات مبتنی بر متن، امکان اشتراک‌گذاری تصاویر، فیلم‌ها و سایر اشکال رسانه‌ها را فراهم می‌کنند. در بالاترین سطح، بازی‌های مجازی و جهان‌های اجتماعی (به‌عنوان مثال، زندگی دوم یا جهان وارکرفت) قرار دارند که سعی می‌کنند تمام ابعاد تعاملات چهره‌به‌چهره را در یک محیط مجازی تکرار کنند.

با عطف توجه به ارائه خود و خودافشایی، وبلاگ‌ها معمولاً امتیاز بیشتری نسبت به پروژه‌های مشارکتی دارند؛ زیرا پروژه‌های مشارکتی غالباً بر حوزه‌های محتوایی خاصی متمرکز شوند. به‌دلیلی مشابه، تارنماهای شبکه‌های اجتماعی بیشتر از جوامع محتوا امکان افشای خود را فراهم می‌کنند. درنهایت، جهان‌های اجتماعی مجازی سطح

بالاتری از خودافشایی نسبت به دنیای بازی‌های مجازی را ایجاب می‌کنند؛ زیرا این بازی‌ها توسط دستورالعمل‌های سخت‌گیرانه‌ای اداره می‌شوند که کاربران را مجبور می‌کند به شیوه‌ای خاص رفتار کنند (مثلاً به عنوان جنگجو در یک سرزمین خیالی) (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 62).

جدول (۱): نسبت حضور و غنای رسانه‌ای با خود افشایی

حضور اجتماعی / غنای رسانه				
زیاد	متوسط	کم	زیاد	خودافشایی / ارائه خود
جهان‌های اجتماعی مجازی	تارنماهای شبکه‌های اجتماعی (مانند فیس‌بوک)	وبلاگ‌ها		
جهان‌های بازی مجازی	جوامع محتوا (مانند یوتیوب)	پروژه‌های مشارکتی (مانند ویکی‌پدیا)	کم	

Source: (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 62)

۳-۴. بازی‌های ویدئویی

در میان پژوهشگرانی که به تعریف بازی‌های ویدئویی پرداخته‌اند، سه مؤلفه مشترک وجود دارد که به عنوان چهارچوب^{۱۳} MDA شناخته می‌شوند. این چهارچوب مبنای تشکیل و تحلیل هر بازی ویدئویی است. هریک از این مؤلفه‌ها با تبدیل مفاهیم اصلی مصرف‌کننده در بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای، مانند قوانین، سیستم‌ها و لذت بردن از بازی، به مفاهیم طراحی بازی شکل گرفته‌اند (Hunicke & LeBlanc, 2004, pp. 1-2).
 ≠ مکانیک‌ها: شرح دهنده اجزای خاص و متفاوت بازی، در سطح نمایش داده‌ها و الگوریتم‌ها.

≠ دینامیک‌ها: بیان‌کننده جریان رفتاری مکانیک‌های بازی که بر اساس ورودی‌ها و خروجی‌های بازیکن در طول زمان عمل می‌کنند.

≠ زیبایی‌شناسی: توصیف واکنش‌های احساسی مطلوب که هنگام تعامل بازیکن با سیستم بازی ایجاد می‌شوند.

از دیدگاه طراح بازی، مکانیک‌های بازی باعث ایجاد دینامیک‌های رفتاری خاصی می‌شوند که درنهایت به تجربیات زیبایی‌شناسی مشخصی منجر می‌گردد. از نگاه بازیکن، زیبایی‌شناسی بازی لحن آن را تعیین می‌کند که این لحن از دینامیک‌های مشاهده‌شده در بازی ناشی می‌شود و درنهایت به مکانیک‌های عملکردی بازی بازمی‌گردد (Hunicke & LiBlanc, 2004, p. 3).

۳-۵. غوطه‌وری

غوطه‌وری را اندیشمند آلمانی اولیور گراو^{۱۴} در اثر خود با نام «هنر مجازی: از توهم تا غوطه‌وری»^{۱۵} به تفصیل بررسی کرده است. گراو غوطه‌وری را کلید درک توسعه رسانه‌ها می‌داند. او با بررسی شیوه‌های مختلف هنری، اصلی مشترک میان همه آن‌ها شناسایی می‌کند. این اصل، احاطه کاربران در یک فضای توهم بصری است. بر اساس بیان گراو غوطه‌وری فرایندی برای تحریک ذهن با هدف گذر از یک وضعیت روانی به وضعیت دیگر است که با کاهش فاصله نسبت به آنچه نشان داده می‌شود و افزایش درگیری عاطفی با آنچه اتفاق می‌افتد، مشخص می‌شود (رفیع‌زاده اخویان، ۱۳۹۹).

گوردن کاله‌جا^{۱۶} متفکر دیگری که بر این مفهوم تمرکز دارد، بیان می‌دارد که در هر نوع مصرف رسانه‌ای بسته به نوع مشارکت در فرایند مصرف، امکان و کیفیت غوطه‌وری متفاوت می‌شود. باین حال او این مفهوم را تنها برای تبیین وضعیت و میزان درگیری بازیکن بازی‌های دیجیتال به کار می‌گیرد. در حالت غوطه‌وری در بازی‌های رایانه‌ای، گویی بازیکن بازی‌های دیجیتال از جهان واقعی بریده شده و دیگر متوجه پیرامون خود نبوده؛ خود را حاضر در بازی و متعلق به محیطی می‌داند که بازی او را در آن محیط قرار داده است (حاجی حیدری و اکرم، ۱۳۹۹). غوطه‌وری نسبت مستقیمی با میزان حضور اجتماعی دارد که در ذیل بیان مفهوم رسانه‌های اجتماعی بیان آن رفت. بازی‌های رایانه‌ای، تلاش می‌کنند با ایجاد شرایط محیطی محسوس، از قبیل گرافیک و وضوح تصویری بالا، صدای واقع‌نمایانه و کنترل شخصیت در نبردهای هیجانی،

14. Oliver Grau

15. Virtual Art: From Illusion to Immersion

16. Gordon Calleja

موجب افزایش حس حضور کاربر در بازی‌های رایانه‌ای شوند؛ برای نمونه، اگر یکی از شخصیت‌هایی که کنترل او در دست کاربر است در جریان یک بازی اکشن صدماتی ببیند و مجروح شود، کاربر صداها و واقع‌نمایانه‌ای مبنی بر آسیب‌دیدگی او می‌شنود و نیز به واسطه این آسیب‌دیدگی نمی‌تواند آن شخصیت را به‌طور کامل کنترل کند و همه توانایی‌ها و ظرفیت‌هایش را به‌کار بگیرد. این، توصیفی از همان چیزی است که کاربر در بازی ندای وظیفه: جنگ‌های مدرن^{۱۷} تجربه می‌کند. در نمونه‌ای دیگر در بازی GTA بازیکن به‌واسطه غذا نخوردن و ورزش نکردن، هیکل بدنی ضعیف‌تری پیدا می‌کند (مینایی و رازی‌زاده، ۱۳۹۳).

۳-۶. وانموده

وانموده عبارت است از تولید الگوهای امر واقعی از امری که فاقد خاستگاه حقیقی و فاقد واقعیت است. به تعبیر بودریار وانموده، جایگزین نمودن واقعیت با نشانه‌هایی از واقعیت است. وانموده مبتنی بر این امر است که رسانه‌ها در ظاهر امر چیزهایی شبیه واقعیت به‌جای واقعیت نشان می‌دهند؛ لذا نشانه‌ها و رموزها دیگر به واقعیت بیرونی مرتبط نیستند و به چیزی دلالت ندارند. رسانه‌ها فقط چنین وانمود می‌کنند که واقعیتی در کار است و خود را شکل تقلیدی آن نمودار می‌کنند (بودریار، ۱۳۹۷، ص. ۱۰۳).

۴. ادبیات نظری

۴-۱. نظریه وانمایی بودریار

در بیان بودریار پسا مدرنیته دوره‌ای است که به‌واسطه رسانه‌ها و فناوری‌های سایبرنتیک و اطلاعات، از شبیه‌سازی‌ها و به‌خصوص شبیه‌سازی‌های تصویری اشباع‌شده و دیگر نمی‌توان امر اصیل را از غیراصیل تشخیص داد. برای تبیین این گزاره، بودریار از سه مرحله دلالت، بازتولید و شبیه‌سازی در بازنمایی واقعیت توسط نشانه‌ها سخن به میان می‌آورد:

جدول (۲): سه مرحله بازنمایی بودریار

مرحله بازنمایی	نوع	توصیف
مرحله اول	دلالت: نشانه‌هایی که شبیه امور واقعی هستند.	واقعیت از طریق بازنمایی برساخته می‌شود.
مرحله دوم	بازتولید: نشانه‌ها به نشانه‌هایی که شبیه اشیای واقعی هستند اشاره دارند.	بازنمایی‌های واقعیت (آنچه خروجی مرحله قبل است) به وسیله فناوری‌های مکانیکی بازتولید می‌شوند.
مرحله سوم	شبیه‌سازی: نشانه‌ها بیانگر امری واقعی نیستند بلکه برای پنهان کردن فقدان واقعیت به کار می‌روند.	بین واقعیت و بازنمایی ارتباطی نیست، در عوض فراواقعیت پدید می‌آید.

منبع: (لافی، ۱۳۹۶، ص. ۵۴)

در مرحله اول نشانه یک واقعیت اساسی را بازنمایی می‌کند. برای روشن شدن این مرحله، توجه به نقاشی معروف لارنس استفن لوری^{۱۸}، هنرمند قرن بیستم یاری‌رسان است. در این تصویر رنگ‌هایی گنگ، پیکره‌های خمیده، ساختمان‌های خاکستری که کارخانه را به ذهن متبادر می‌کنند، همه با هدف بازنمایی شهر صنعتی سالفورد انگلستان در کنار یکدیگر ترسیم شده‌اند. چنین تصاویری به خوبی از طریق نشانه‌ها واقعیت اساسی مکانی را که در پی نمایش آن هستند نشان می‌دهند (امامی، ۱۳۹۸، صص. ۲۰۳-۲۰۷). چنین بازنمایی‌هایی در آثار هنرمندان ایرانی نیز یافت می‌شود؛ برای نمونه می‌توان به نقاشی نفس رسول اثر حسن روح‌الامین ارجاع داد که واقعه لیلۃ المبیت را به تصویر کشیده است. گاهی نیز این بازنمایی از واقعیت مطابق واقع نیست و روایتی واژگونه و تحریف‌شده از واقع ارائه می‌دهد.

بودریار برای توضیح مرحله دوم مثالی را ذکر می‌کند. او می‌گوید در جنگ خلیج فارس (برای بیرون راندن عراق از کویت)، بسیاری از افراد برای کسب اطلاعات در مورد آن به تلویزیون مراجعه می‌کردند و انتظار داشتند تلویزیون به آن‌ها اخبار و اطلاعات بدهد؛ اما شبکه سی.ان.ان در گزارشی به طور زنده با خبرنگار خود تماس می‌گیرد تا آخرین تحولات در جبهه جنگ را جویا شود. جالب آن است که در مقابل

18. Laurence Stephen Lowry

آن خبرنگار یک تلویزیون قرار داده شده است و او از روی تصاویری که در آن تلویزیون می‌بیند، حوادث را گزارش می‌کند. این به چه معناست؟ یعنی نه واقعیت، بلکه ایماژهای برساخته شده بر اساس واقعیت مبنای گزارش گزارشگران سی.ان.ان شده است. این همان دیدگاه پساساختارگرایانه است که مطابق با آن، دال نه به مدلولی در واقعیت بیرونی بلکه صرفاً به دالی دیگر ارجاع دارد. با این حساب و برخلاف انتظار ما، واقعیت خارجی موجد اخبار نمی‌شود؛ برعکس، اخبار موجد واقعیت ذهنی ما می‌شود (پاینده، ۱۳۹۲).

برخلاف مرحله اول و دوم که ارتباط بین واقعیت و بازنمایی (نشانه‌های) واقعیت حفظ می‌شود، مرحله سوم اساساً دربرگیرنده هیچ ارتباطی با هیچ واقعیتی نیست، نظامی از نشانه‌هاست که هدفشان پنهان کردن این عدم واقعیت است. در اینجا فراواقعیت شکل می‌گیرد. دیزنی‌لند مثالی است که بودریار در این باره ذکر می‌کند. دیزنی‌لند از آن جهت بازنمایی مرحله سوم^{۱۹} است که واقعیت خارجی را از یادمان می‌برد که آمریکا کشوری است که تماماً دیزنی‌لند است (با فرض آنکه دیزنی‌لند روایت واژگونه‌ای نیست). درواقع هدف دیزنی‌لند عرضه تصویری است که ما گمان ببریم باقی چیزها واقعی هستند. توجه به مثالی دیگر به فهم این مرحله یاری می‌رساند. تصاویر آرمانی شده از مردانگی و زنانگی در تبلیغات بازرگانی را در نظر بگیرید. این مردان و به‌خصوص زنان آرایش کرده، با پیکرهایی تراشیده و کامل، روگرفت و بازنمایی‌هایی هستند که نسخه اصلی آن‌ها وجود ندارد و هیچ انسانی در واقعیت شبیه آن‌ها نیست. گرچه مردم تلاش می‌کنند که خود را شبیه آن‌ها کنند و از این طریق تصویر به واقعیت می‌گراید و این دو به‌مرور تمایزشان را از دست می‌دهند (پاینده، ۱۳۹۲). به عبارتی فراواقعیت داعیه آن دارد که واقعیت بر اساس وانموده‌ها (شبیه‌سازی‌ها) ساخته شده و نه بالعکس. بدین ترتیب، نه فقط تشخیص شبیه‌سازی از زندگی واقعی کار بسیار دشواری می‌شود بلکه همچنین وانمودگی به ملاکی برای سنجش زندگی واقعی تبدیل می‌شود. به سبب

۱۹. دیزنی‌لند را از حیثی می‌توان توأمان بازنمایی مرحله دوم و سوم دانست. توضیح آنکه دیزنی‌لند یک بازنمایی تحریف شده و اسطوره‌ای از آمریکاست که در آن همه ارزش‌های آمریکایی در شکل کوچک و کارتون‌ی تعالی‌یافته، سبک زندگی آمریکایی را بزک کرده ارزش‌های آمریکایی را ستوده است.

این معکوس شدگی است که بودریار در کتاب خود با عنوان جنایت تمام‌عیار، از «قتل امر واقع» صحبت می‌کند (پاینده، ۱۳۹۲).

تجربه زیستن در جامعه پسامدرن به‌طور اجتناب‌ناپذیری متأثر از سیطره فراواقعیت و تفوق آن بر واقعیت است؛ در زندگی معاصر، نفوذ فراگیر تصاویر در فیلم، رسانه‌های اجتماعی، بازی‌های دیجیتالی و... منجر به واقع‌انگاری خیالات (که به مدد پیشرفت فناوری اکنون دیگر در قالب تصاویر قابل مشاهده و عینی شده‌اند) و تلاش برای ساخت واقعیت منطبق بر آن و نهایتاً ازدست‌رفتن تمایز میان واقعیت و تخیل شده است.

۴-۲. خیال و شکل‌گیری هویت انسان در اندیشه ملاصدرا

بر اساس حکمت متعالیه مراتب وجودی موجودات عالم چنین است که از ضعیف‌ترین موجودات عالم^{۲۰} سیر تکامل شروع می‌شود. پایین‌ترین مرتبه موجودات، موجودات عنصری هستند که به‌حسب ظاهر حیات ندارند. دومین مرتبه وجود که به‌حسب ظاهر اولین مرتبه از حیات ظاهری دنیاست، حیات نامی و رشد گیاهی است. مرتبه سوم وجودی حیات حیوانی و روح حیوانی است، و مرتبه چهارم نیز انسان و حیات انسانی است (جعفری، ۱۳۹۴، صص. ۲۸-۳۰).

سیر تکامل را می‌توان این‌گونه خلاصه کرد که از ترکیب عناصر ساده، صورت مرکبات حاصل می‌شود. از ترکیب مواد معدنی، صورت مواد آلی ایجاد شده و از ترکیب مواد آلی، ترکیبات پیچیده‌ای ایجاد می‌شود که قابل واجدیت روح نباتی می‌شود. از ترکیب اجزایی که قابلیت دریافت روح نباتی دارند نیز قابلیت برای روح حیوانی ایجاد می‌شود و نهایتاً از ترکیب اعضای حیوانی با یکدیگر، قابلیت برای تروح به روح انسانی ایجاد می‌شود (پارسانیا، ۱۳۹۱).

اگر بیان فوق را بخواهیم در انسان تطبیق بدهیم، می‌توان این‌گونه گفت که: غذایی که انسان می‌خورد وجود عنصری و ماده‌ای بی‌جان است. اولین مرحله‌ای که این ماده غذایی بی‌جان در سیر تکاملی وجود خود طی کرده است، وجود مادی عنصری است. دومین حرکتی که این وجود مادی در سیر حرکت جوهری می‌کند، این است که به

نطفه تبدیل می‌شود. تاکنون ابتدا غذایی بی‌جان بدون ادراک و بدون رشد بود. با تبدیل شدن به نطفه، حال دارای رشد می‌شود، اگرچه هنوز ادراک و تخیل و تعقل ندارد. در مرحله بعد این نطفه تبدیل به جنین می‌شود. در مفهوم پزشکی، جنین به مرحله‌ای از رشد نطفه اطلاق می‌شود که دارای اعصاب و ادراک باشد. وجود ادراک در جنین به معنای واجد حیات حیوانی شدن است. تاکنون غذای بی‌جان اولیه دارای روح و حیات نباتی که منشأ رشد و نمو و روح حیوانی که منشأ برخی از ادراکات است شده، در ادامه و در ۴ ماهگی این جنین به مرحله‌ای می‌رسد که روح انسانی در او دمیده می‌شود. لازم به ذکر است که این شئون همه مراتب یک حقیقت واحدند که نفس انسانی را شکل می‌دهد. این حقیقت واحد در طول حرکت جوهری‌اش تکامل پیدا می‌کند و در هر مرحله صورتی جدید بر موجود بالفعل پدیدار می‌شود و در مرحله‌ای نیز کمال یا صورت انسانی می‌یابد که همان روح انسانی متعالی است. نکته قابل ذکر آن است که این حقیقت در هر مرحله و پس از بالفعل شدن صورت نباتی، حیوانی یا انسانی، کماکان واجد مرتبه وجودی قبل نیز هست و هر مرتبه وجودی مراتب قبلی را در خود دارد.

حیات نباتی و رشد و نمو انسانی یک سیر تکامل دارد تا زمانی که به اوج خود در سن جوانی انسان برسد که اوج رشد و طراوت جسمی انسان است. از آن پس این رشد و نمو تا لحظه مرگ طبیعی فرد افول پیدا می‌کند. حیات حیوانی نیز مشابه حیات نباتی نقطه شروع، سیر تکامل و نقطه پایانی دارد. بر همین اساس نخستین احساس و ادراکی که جنین پیدا می‌کند لامسه است. به تدریج حواس دیگری مانند شنوایی و بینایی می‌آید و تا زمانی که انسان به دنیا می‌آید مقداری از آن به فعلیت می‌رسد. شهوت نیز به عنوان یکی از ادراکات حیوانی انسان، در بدو امر تنها در محدوده شهوت خوردن و آشامیدن به فعلیت می‌رسد و مرتبه دیگر آنکه شهوت جنسی است در هنگام بلوغ بالفعل می‌شود. حاصل آنکه هریک از سه مرتبه حیات انسان (حیات نباتی، حیوانی و انسانی) از حال بالقوه تا بالفعل شدن در طول زندگی انسان سیر تکاملی را طی می‌کنند. نکته مهم آن است که فعلیت انسان در بدو تولد بیشتر فعلیت نباتی، در مرتبه بعد فعلیت حیوانی و به میزان کمتری فعلیت انسانی است. شاهد این امر آن است که نوزاد پس از

تولد ضمن آنکه رشد و نمو طبیعی خود را دارد، زمانی که گرسنه می‌شود یا تشنه است گریه می‌کند؛ اما هیچ‌گاه کودکی به‌خاطر نیاز به علم یا دوری از خدا و مناجات گریه نمی‌کند (جعفری، ۱۳۹۴، صص. ۲۰-۲۳).

درحالی‌که صورت جسمیه فعلیت عمومی است که همه اجسام دارند، صورت نوعیه چیزی است که اختصاص به شیئی خاص دارد و شیئیت آن شیء به‌صورت نوعیه آن است؛ بنابراین تمامی انسان‌ها از حیث انسان بودن، دارای صورت نوعیه واحدی هستند. این هویت نوعیه هویتی اولیه، غیرارادی و مشترک برای انسان‌ها است و افراد انسان بر این صورت آفریده می‌شوند و همه تحت یک واحد نوعی که مأخوذ از ماده بدنی و صورت نفسانی است واقع هستند (میرهادی و دیگران، ۱۳۹۶).

از منظر ملاصدرا نفوس انسانی در مرحله بعد از اتفاقشان در صورت نوعیه، از حیث ذات متفاوت و دارای انواع بسیار می‌شوند؛ چراکه نفس پس از تکون و پدیدآمدنش شأن آن را دارد که صوری عقلی یا خیالی را پذیرفته و با آن متحد شود و به‌سبب آن از قوه به فعل خارج شود. در این مرحله است که صورت سیال معنا پیدا می‌کند. صورت سیال بیانگر فرایند هویت‌یابی انسان در طول حیات دنیوی است. در این مرحله نفس از طریق علم و عمل فعلیت‌هایی مانند مهربان بودن یا بی‌رحم بودن را به‌طور موقت کسب می‌کند. چنین صورت‌هایی هویتی موقت (یکپارچه یا متفرد) ایجاد می‌کنند. بدین ترتیب هویت انسانی در این مرحله میانی حقیقتی است متحرک، ناتمام ارادی و تدریجی که در هر مرتبه نسبت به مراتب بعدی صیرورتی دارد و می‌تواند در مسیر سعادت یا شقاوت نفس قرار گیرد (میرهادی و دیگران، ۱۳۹۶).

از منظر ملاصدرا هرکس که فعلی انجام دهد از آن فعل در نفسش اثری موقت حاصل می‌شود و مدتی باقی می‌ماند و چون فعل تکرار بشود اثر آن در نفس مستحکم شده و به‌ملکه یا صورت نفسانی تبدیل می‌شود. انسان امتدادی از قوه و فعلیت است که پی‌درپی ظهور می‌یابد تا هویت نهایی او را بر اساس مسیری که در حیات پیموده رقم بزنند. آخرین فعلیتی که انسان تا پیش از مرگ کسب می‌کند صورت اخیر او را رقم می‌زند. صورت اخیر که هویت نهایی انسان است ثابت، اساسی و زوال‌ناپذیر است. در چنین حالتی نفس به‌منزله ماده و هر ملکه‌ای به‌منزله صورت نوعیه نهایی ظهور می‌کند

و بقیه صورت‌ها ضمیمه و فروع صورت اخیر خواهند بود. بدین ترتیب اگر فضیلت یا رذیلتی برای انسان ملکه شود، صورت جوهری (هویت ذاتی) او ظهور می‌کند؛ به عنوان مثال اگر درنده‌خویی و خشونت هویت غالب و مسلط او شده باشد، بقیه صفات و قوایش در خدمت فصل مقوم او که معرف و حقیقت نفسش هستند، قرار می‌گیرد. صور بهیمه (انسان مشغول شهوات)، سبُع (انسان درنده‌خو)، شیطان (انسان حيله‌گر) و فرشته (عقلانی) صورت‌های نوعیه نهایی ممکن برای اتحاد با نفس و تحقق هویت نهایی انسان هستند (میرهادی و دیگران، ۱۳۹۶).

تصورات ذهنی ما دارای حقیقتی مستقل از خودمان نیستند. این صور فی‌نفسه چیزی نیستند که به صورت اتفاقی در نفس پدید آمده باشند بلکه صرف تجلی و ظهور نفس هستند و ظهور یک چیز هرگز نمی‌تواند چیزی جز همان حقیقت خود آن چیز باشد. درواقع نفس با انشای صور ذهنی از قوه به فعل خارج می‌شود.

صورت در معنای هستی‌شناسانه‌اش به فعلیت و کمال هر قوه گفته می‌شود. ماده بدون صورت چیزی جز امکان یا قوه نیست و ظهوری ندارد. نفس نیز در بدو شکل‌گیری‌اش جز قوه‌ای محض نیست که به آن عقل هیولانی می‌گویند. این قوه محض از هرگونه صورت خیالی و عقلی عاری است و هویتی ندارد. به تدریج نفس از طریق کسب صورت‌های علمی و ادراکی (حسی خیالی و عقلی) می‌تواند فرایند خروج خود از قوه به فعل را عملی سازد و هویت یابد.

فعلیت‌بخشی و کمال‌بخشی صور ادراکی یا تخیلی به نفس چیزی جز اثر وجودی این صورت‌ها برای نفس به واسطه اتحاد با آن‌ها نیست. پس هنگامی که صورتی ادراکی یا خیالی معلوم نفس واقع می‌شود، درحقیقت نفس با آن صورت یکی شده و نفس خود آن صورت‌هاست. در این یکی شدن نفس مرتباً چیزی می‌شود و هویتی کسب می‌کند. بدین ترتیب انسانی که در نفس خود مرتباً صور خیالی شهوانی تولید و حاضر می‌کند و آن‌ها را موضوع فعالیت خیال و نفس خود قرار می‌دهد، پس از مدتی هویتش خود همان صورت‌ها می‌شود؛ یعنی انسانی که التفات و گرایش‌هایش جز در جهت شهوات نیست (میرهادی و دیگران، ۱۳۹۶).

نتیجه آنکه همان‌طور که وقتی ما با نگاه به بیرون خودمان آسمان، درخت، ماشین،

میز و سایر اشیایی را می‌بینیم که به سرجمع آن‌ها عالم خارج اطلاق می‌کنیم و خود این اشیاء را شکل‌دهنده خارج می‌دانیم نه آنکه خارج مانند یک ظرف باشد که این اشیاء درون آن قرار گرفته باشد، مثل نفس و ادراکات و صور ذهنی‌اش نیز همین‌گونه است. نفس انسان وجود مستقلی نیست که مانند یک ظرف برای قرارگیری صور ذهنی باشد بلکه نفس اساساً با همین ادراکات و صورت ذهنی ساخته شده است.

انسان در هنگام ورود به دنیا فاقد هویت شخصی و فردی است. در ابتدا انسان تنها از صورت نوعیه مشترک انسانی برخوردار است؛ اما چنین صورتی تنها بیانگر خلقت یکسان و اولیه او به صورت یک انسان در مقایسه با دیگر موجودات است. از این پس تا پایان عمر این علم و عمل متفاوت انسان‌ها است که ایجادکننده انواع انسانی است که دارای چنان عمق و وسعتی است که هر انسان خود به تنهایی یک نوع می‌شود و البته ظهور آن در آخرت قابل مشاهده است.

اگرچه ادراک حسی مبنا و مقدمه ادراکات و ادراک عقلی حد کمالی ادراکات است؛ اما ادراکات خیالی و صورت‌های خیالی در مقایسه با صور حسی و عقلی از سهم غالبی در ادراکات انسان برخوردارند. با وفور ادراکات حسی در مواجهه بدن با اشیاء و تراکم آن‌ها در نفس، این امکان برای نفس پیش می‌آید که در غیاب اشیاء نیز بتواند از آن‌ها صورتی در نزد خود داشته باشد. نفس در این مرحله مستقلاً و بدون تحریک توسط اشیاء می‌تواند ادراکی از آن‌ها داشته باشد.

برخلاف ادراکات حسی که نیاز به مقدمات فراوانی نظیر حضور اشیاء خارجی دارند، ادراکات خیالی بسیار آسان‌تر سریع‌تر و فقط به اراده و خواست نفس در دسترس قرار دارند. درواقع اساساً خلاقیت انسان در عرصه خیال خواهد بود. انسان بخش عمده‌ای از اوقات خود را با صورت‌های خیالی سپری می‌کند و به‌همین دلیل تأثیرپذیری غیرقابل‌انکاری از صورت‌ها و ادراکات خیالی خود دارد. ملاصدرا بر این تأثیرگذاری تأکید دارد و تخیلات نفسانی را مواد اشخاص اخروی (سازنده هویت نهایی) و همچون دانه برای درخت و نطفه برای حیوان می‌داند (میرهادی و دیگران، ۱۳۹۶).

نگهداری، دستکاری و خلق صورت‌های خیالی که منجر به حضور این صورت در نفس و انس و اتحاد آن‌ها با نفس می‌شود، بخش مهمی از ظرفیت‌های ادراکی نفس

هستند که هویت انسان را رقم می‌زنند.

وقتی صور خیالی مجرد بوده، هویتی صدوری دارند و نفس نیز استعداد و قابلیت برای پذیرش این صورت‌ها و اتحاد با آن‌ها را دارد. نتیجه جز خروج نفس از قوه به فعلیت (ساخت هویت) به واسطه این صورت‌ها نخواهد بود. بدین ترتیب هر فرد در طول حیات خود با توجه به اینکه با چه مجموعه‌های متنوعی از صورت‌های خیالی با چه محتوایی مأنوس بوده است، نقش یا نقوشی بر وجود خویش خواهد زد. این نقوش چیزی جز هویت انسان‌ها نیست. قوه خیال از طریق نگهداری، دستکاری و خلق صور متفاوت در نفس، فعلیت‌ها و آثار متفاوتی را برای نفس به ارمغان می‌آورد. در این فرایند حتی صور خیالی باطل به دلیل آنکه واقعی و وجودی (وجود ذهنی) برای نفس هستند، علی‌رغم عدم مطابقتشان با واقعیت خارجی می‌توانند با نفس متحد شوند و آن را بالفعل کنند. براین اساس تکرار مواجهات نفس با صور خیالی، ملکات و فعلیت‌هایی را در نفس تحقق می‌بخشد که فرایند شکل‌گیری هویت را رقم می‌زند (میرهادی و دیگران، ۱۳۹۶).

۵. تحلیل و بررسی

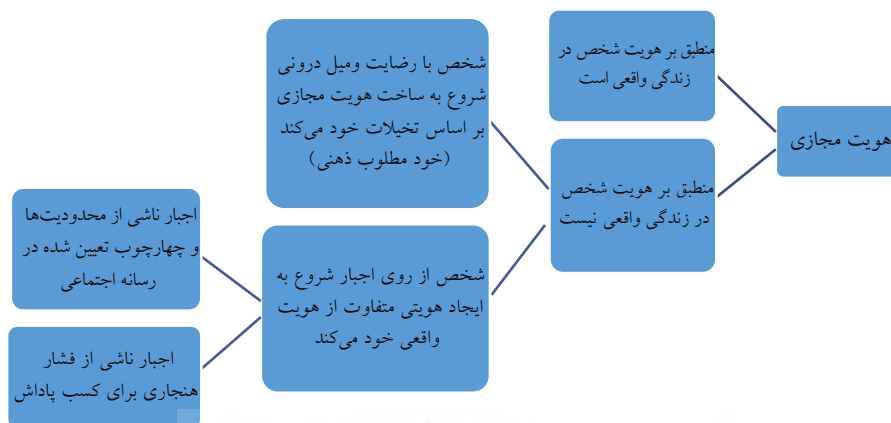
امروزه و با عمق نفوذ رسانه‌ها در زندگی افراد، جهان بیش از آنکه به واسطه تجربه مستقیم به ادراک ما درآید، از دریچه این رسانه‌ها و لاجرم با تصویر واقعیت و نه خود آن صورت می‌گیرد و واقعیات عینی خارجی تنها از طریق بازنمایی برای ما آشکار می‌شوند. باور به اینکه این بازنمایی‌ها و تأثیرات، توسط خود واقعیات عینی خارجی تعیین شده‌اند، خود یک بازنمایی مضاعف است. به این معنا که در عصر جدید، به جز تجربه پیرامونی مان، ما فکر می‌کنیم که به واقعیت عینی دسترسی داریم، حال آنکه تنها به تصویر بازنمایی شده و سپس شبیه‌سازی شده آن‌ها می‌رسیم (مافی شیراز و عبدالکریمی، ۱۴۰۰). بودریار اعتقاد دارد که ما با وانموده‌ها^{۲۱} که محصول شبیه‌سازی واقعیت در عصر جدید است، مواجهیم؛ لذا پدیداری که درک می‌کنیم، نسبتی با ذات ندارد. او اعتقاد دارد با رشد فزاینده فناوری، به دلیل ظهور و فراگیری رسانه‌ها و بمباران تصاویر، اساساً دیگر

دسترسی به امر واقعی وجود ندارد و همه‌چیز ذیل تصاویر است. به این ترتیب، واقعیت به محاق رفته و در غیابش، فراواقعیت که از شبیه‌سازی واقعیت و نه بازنمایی آن پدیدآمده، تبدیل به ظهور واقعیت عینی بازساخته نزد افراد شده است و درعین حال با واقع‌نمایی حاد، غیبت واقعیت را کتمان می‌کند. مرحله فراواقعیت که سومین مرحله از بازنمایی است، با رشد چشم‌گیر مصرف تصاویر در سلطه رسانه‌ها آغاز شده و امروزه و در عصر شبکه‌های اجتماعی، ما با افرادی مواجهیم که در فراواقعیت دیجیتال گرفتار شده‌اند.

می‌توان گفت که خود کاربران نیز در شبیه‌سازی درون این رسانه‌ها هم مؤثرند و هم از آن متأثر. فرد هم جهان را در تصویر شبیه‌سازی شده مصرف می‌کند و هم مصرف دیگران را با خلق تصویر شبیه‌سازی شده، تأمین می‌کند و باز برای دیگران که این رسانه‌ها دریچه تجربه واقعیات است، زندگی شبیه‌سازی شده او تبدیل به فراواقعیتی می‌شود در فضای مجازی و بدین ترتیب واقعیت حیات او، فراواقعیت می‌شود.

در تحلیل این اتفاق می‌توان این گونه گفت که بر اساس نظریه ارائه خود که در ذیل بیان مفهوم رسانه‌های اجتماعی شرح آن رفت، افراد در تعاملات روزمره خود و به‌طور خاص در استفاده از رسانه‌های اجتماعی تلاش می‌کنند تا برداشت‌های دیگران از خودشان را با هدف کسب پاداش و تمایل به ایجاد تصویری منطبق با هویت شخصی (به‌عنوان مثال، پوشیدن لباس مد روز برای اینکه به‌عنوان جوان و مد روز شناخته شوند) واپالایش کنند. در چنین شرایطی کاربر رسانه اجتماعی بسته به میزان غنای رسانه‌ای که رسانه اجتماعی برای او فراهم کرده و به او آزادی عمل می‌دهد، شروع به پذیرش، ساخت و یا ترکیبی از این دادوستدها برای تغییر در هویت مجازی خود در این رسانه‌ها می‌کند.

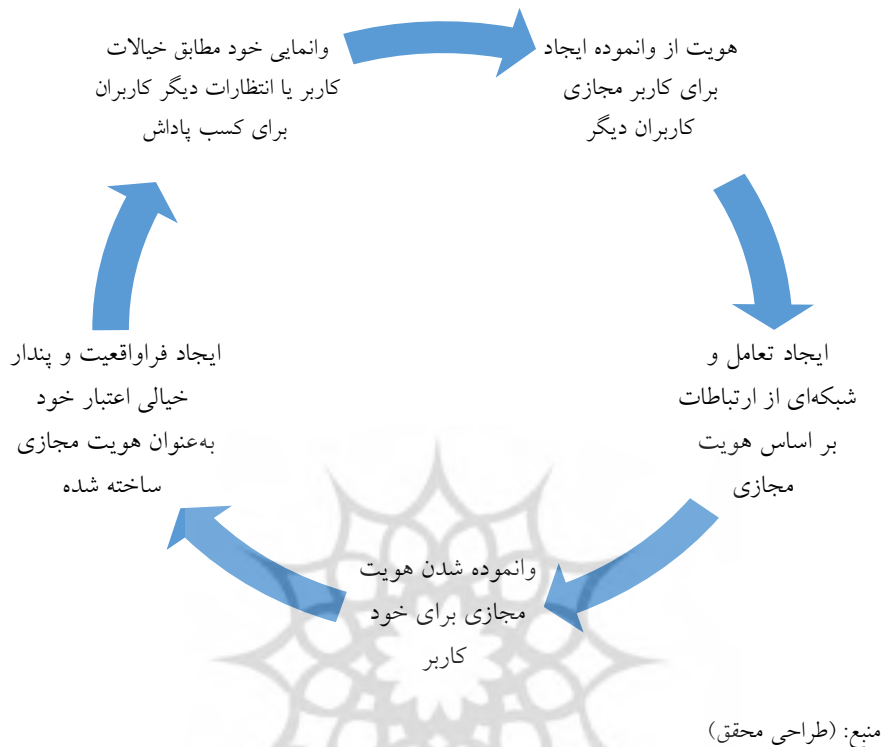
در صورتی که شخص هویت مجازی‌اش را به گونه‌ای متفاوت از هویت خود در زندگی واقعی بنا نهد، به تدریج و با گذشت زمان و بسته به غنای آن رسانه، شخص با شخصیت ساخته شده درون رسانه هم‌ذات‌پنداری می‌کند و محتوای رسانه‌ای را واقعیت پنداشته، این هویت مجازی تبدیل به فراواقعیتی برای فرد می‌شود، چه این تفاوت میان هویت مجازی و واقعی ناشی از جبر ساختاری (در بازی) یا فشار هنجاری (در شبکه‌های اجتماعی) باشد یا ناشی از پناه‌بردن از واقعیت زندگی به خیالات و صورت‌بخشی به آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی.



منبع: (طراحی محقق)

شکل (۱): الگوی ساختیابی هویت مجازی

در شبکه‌های اجتماعی اکنون جنبه دیگری از فراواقعیت نمایان می‌شود. در شرایطی که افراد از دریچه رسانه‌های اجتماعی جهان را درک می‌کنند و در همین بستر تعاملات اجتماعی خود را شکل می‌دهند، می‌توانند هویت و زندگی شخصی خود را نه منطبق با واقعیت خود و زندگیشان بلکه مطابق آنچه تخیل می‌کنند و مطلوبشان است (اصطلاحاً فانتزی) شکل دهند. به مدد رشد فناوری، هر فرد اکنون رسانه فردی فراگیری دارد و می‌تواند با تدوین و تقطیع تصاویری از خود و پیرامونش، یک تصویر شبیه‌سازی شده بسازد و واقعیت را آن‌طور که می‌خواهد، در اجتماع روایت کند، آن را پشت سر بگذارد و سپس فراواقعیت دیگری را خلق نماید که این مخلوق جدید و مجزا، به دلیل پیچیدن و تکثیر و اشتراک بسیارش در صفحات مجازی، «برجسته» می‌شود (مافی شیراز و عبدالکریمی، ۱۴۰۰).



شکل (۲): چرخه وانمایی

در بازی‌های دیجیتال نیز که از میزان بالایی از غنای رسانه برخوردار هستند، هم‌ذات‌پنداری با هویت مجازی به سرحد خود می‌رسد و کاربران این بازی‌ها خود را جزئی از محیط و ساختار کلی بازی می‌پندارند. به عبارت دیگر ذهن کاربر چنان تحت تأثیر محیط و فضای بازی قرار می‌گیرد و طوری آماده می‌شود که با شخصیت درون بازی هم‌ذات‌پنداری و بلکه همسان‌انگاری می‌کند. این گونه شخص تصور می‌کند که او، همان شخصیت درون بازی است. در چنین شرایطی هویت مجازی بازیکن به واسطه شخصیت درون بازی و برآمده از بافت فضای مجازی بازی شکل می‌گیرد. بازیکن از طریق این شخصیت، دست به انتخاب‌هایی درون بازی می‌زند که در دنیای واقعی برای خود او مقدور نیست؛ به عنوان مثال افرادی که به بازی‌های جنگی از قبیل *Call of Duty* یا *Conter_Strike* علاقه دارند پس از آنکه در دنیای واقعی ورزشی

همچون پینت بال را انجام می‌دهند و یا هنگامی که رانندگی و سختی‌ها و دقت نظرهای آن را در بازی و دنیای واقعی مقایسه می‌کنند، متوجه تفاوت دنیای انتزاعی و تخیل ساخته بازی‌ها با واقعیت می‌شوند. این تفاوت‌ها با وجود آنکه بسیار عمیق و شدید است، ممکن است بازیکن در میانه انتزاع در بازی‌ها متوجه آن نشده و کار به جایی برسد که برخی از متفکران نسبتی میان حضور توأم با خشم برخی نوجوانان در اغتشاشات سال ۱۴۰۱ و بازی‌های رایانه‌ای تعریف کرده و این نوع از کنش‌گری خشن را متأثر از بازی‌های رایانه‌ای بدانند.^{۲۲}

اکنون با شروع بازی فرد بازیکن از وضعیت اولیه‌ای که شخصیت و هویتش در جهان واقعی جریان دارد خارج شده است و او در عالم ذهن، خود را شخصیت درون بازی می‌پندارد. این شخصیت مجازی که کنترل و کنش‌هایش به دست بازیکن است، بر اساس واقعیت‌های جدید شخصیتی در وضعیت‌های مختلف بازی دست به عمل هدفمند می‌زند، از این رو شخصیت درون بازی به وانموده‌ای برای شخصیت اصیل بازیکن تبدیل می‌شود؛ چراکه وانموده شبیه‌سازی شده‌ای از بازیکن است؛ ولی بر هویت اصیل و واقعی او دلالتی ندارد. در فرایند بازی شخصیت درون بازی در اثنای بازی و در تعامل با جهان بازی، از طریق کنش‌هایش که در چهارچوب و قواعد بازی تعریف و جهت‌دار می‌شود دست به هویت‌یابی می‌زند. جهان بازی را نیز باید به منزله شبیه‌ساز درک کرد. از این رو نظریه بودریار به این بخش نیز تعمیم داده می‌شود و باید ارتباط جهان بازی به منزله وانموده با جهان واقعی را از طریق دلالتی ضد بازنمایانه بررسی کرد. اگرچه این جهان در طول بازی واقعی به نظر می‌رسد؛ اما نمایانده واقعی نیست. نتیجه آنکه مفهوم غوطه‌وری در این جهان نیز ابعاد جدیدی به خود می‌گیرد. چراکه این بار غوطه‌وری در فضایی با عنوان مجازی که خود را درمقابل واقعیت عینی روزمره قرار می‌دهد صورت نمی‌گیرد بلکه در وانموده‌ای از جهان واقعی رخ می‌دهد. فرد بازیکن نه تنها شخصیت درون بازی را حقیقی می‌داند و خودش را او اعتبار می‌کند بلکه جهان پیرامون را نیز حقیقی می‌داند. از سویی دیگر قواعد درون بازی و خود شخصیت قابل بازی مشمول برنامه‌ریزی پیشینی هستند و از این طریق کنش‌های فرد بازیکن درون

بازی را کنترل می‌کنند. از همین روی بازی‌های دیجیتال دارای کارکردی ایدئولوژیک و تأثیری هویتی است (حاجی حیدری و اکرم، ۱۳۹۹). درنهایت و پس از بازی، بازیکن دچار چالش هویتی شده و میان هویت مجازی و هویت واقعی خود دچار اختلاف شده و سعی در تطبیق و سازگاری می‌کند.

به جهت روشن‌تر شدن بحث در ادامه این تحلیل را در ضمن دو مثال از بازی سرقت بزرگ خودرو (GTA) و شبکه اجتماعی اینستاگرام دنبال خواهیم کرد.



منبع: (طراحی محقق)

شکل (۳): مراحل تأثیر هویت مجازی بر هویت واقعی

۱-۵. سرقت بزرگ خودرو^{۲۳}

به‌طورکلی در بازی‌های ویدئویی چهار نوع شخصیت بازیکن (گیمر) تعریف می‌شود که هر کدام دارای تمایزاتی هستند که برای تولیدکنندگان بازی حائز اهمیت است. بارتل (Bartle, 1996, pp. 7-10) به‌عنوان یکی از پژوهشگران مهم بازی‌های ویدئویی، چهار نوع شخصیت مذکور را این‌گونه نام‌گذاری و تعریف می‌کند:

۱- قاتل یا رقابتی: شاید بتوان ویژگی مشترک اکثر بازی‌ها را در رقابتی بودن آن دانست. شخصیت‌های قاتل یا رقابتی بیشتر از دیگر افراد علاقه به بازی‌های برخط دارند چراکه در این نوع از بازی‌ها رقابت سنگین‌تر و محسوس‌تر است. خودنمایی، مقایسه، مبارزه، تمسخر و... از شاخص‌های بازیکنان قاتل است و بازی‌هایی همچون DOTA2, CONTER_STRIKE, MORTAL COMBAT و... دارای عناصری برای جذب شخصیت‌های رقابتی است.

۲- دست یابنده: وقتی در مورد شخصیت دست یابنده صحبت می‌کنیم، مقصودمان افرادی است که ارتقاداتن را در همه شئون دوست دارند. دائماً به‌دنبال تغییر لباس در کاراکتر یا ارتقاداتن و ساختن هستند و برایشان گرافیک بازی و طراحی صحنه

23. Grand Theft Auto

بازی مهم‌تر از قواعد بازی است. بازیکن دست یابنده بیش از دیگر شخصیت‌ها علاقه به پول خرج کردن در بازی دارد و معمولاً صنایع بازی‌ساز به جهت جذب منافع بیشتر، مؤلفه‌های دست یابندگی را در طراحی بازی خود برای حضور این شخصیت مهیا می‌کند. SIMS, MINE CRAFT و... مثال‌هایی از بازی‌های موفق در جذب چنین شخصیت‌هایی است.

۳- معاشرت جو: این دسته از بازیکنان که معمولاً در میان خانم‌ها شمار بیشتری دارد، بیش از آنکه خود بازی و قواعد و داستان بازی برایشان جذاب باشد، طالب معاشرت با دوستان خود در حین بازی هستند. این شخصیت‌ها تا زمانی که دوستانشان آمادگی مشارکت در بازی را نداشته باشند، حوصله بازی کردن ندارند و اساساً معاشرت در بازی اصلی‌ترین عامل انگیزشی آنان برای بازی کردن است.

۴- کاوشگر: دسته کاوشگر علاقه به نقش‌آفرینی در بازی‌های جهان باز دارند. روحیه کنجکاوی، جست‌وجو و نقشه‌گردی داشته و مجذوب فرایند داستان و قواعد بازی می‌شوند که مبتنی بر تخیل بازیکن کامل می‌شود یا جریان بازی را به‌وسیله اراده بازیکن تغییر می‌دهد. آنان مجذوب بازی‌های معمایی می‌شوند که نیاز به گشت‌وگذار در نقشه بازی برای حل مسائل را دارد.

نکته حائز اهمیت این است که بارتل معتقد است «این دسته‌بندی اصلاً خشک و غیرانعطاف‌پذیر نیست. چراکه بازیکن (گیمر) بسته به حالت خود و نوع بازی بسیاری اوقات بین این چهار سبک بازی جابه‌جا می‌شوند. با این حال وی تأکید می‌کند که بسیاری از بازیکن‌ها، اگر نگوییم اکثر آن‌ها، یک سبک اصلی دارند که بیشتر در همان چهارچوب بازی می‌کنند» (کرافورد، ۱۳۹۷).

شاید بهترین مثالی که بتوان در این حوزه بیان نمود بازی معروف GTA یا همان سرقت بزرگ خودرو باشد که هم جهان باز است و هم علاوه بر جذب شخصیت‌های کاوشگر، بازیکنان رقابت‌جو، دست یابنده و معاشرت جو را نیز به خود جذب می‌کند و دارای مؤلفه‌های مختلفی برای جذب انواع شخصیت‌های بازیکنان است. درواقع بر خلاف دیگر انواع بازی‌های ویدئویی که چهارچوب و قواعد محدود و مشخصی داشته و بازیکن را به کارهای معین سوق می‌دهند، این بازی سعی کرده است به بازیکن در

نقش‌آفرینی برای کسب امتیاز و لذت از بازی آزادی عمل دهد (Joel Mathew, 2020). وجود همین ویژگی در GTA هست که با طراحی نقشه‌ای جهان باز و ترغیب بازیکنان کاوشگر، نقش تخیل را در اثرگذاری و اثرپذیری در بازی بیشتر کرده است. جهان باز بودن و تعاملی بودن در این بازی ممکن است به ما حس سوژه‌ای صاحب اراده را بدهد؛ اما باید متذکر شد که این توهمی از سوژگی است که در بازیکن پدید آمده است. چنین قواعد این نوع از بازی‌ها به گونه‌ای است که داستان‌سرایی کمتری دارند؛ اما این امکان را برای بازیکن فراهم می‌کنند تا در جریان بازی داستان خود را بسازد. «این سازوکار، موجب شده چنین بازی‌هایی تعاملی و منفصل از ایدئولوژی به نظر برسند؛ زیرا بازیکن، به عنوان شخصی مؤثر، فاعل و عامل در تولید بازنمایی‌های ایدئولوژیک است؛ اما توجه به این امر که بازنمایی‌های بازیکن، محاط در شرایط از پیش تعیین‌شده صورت می‌گیرد، تجدیدنظر در ایده تعاملی بودن بازی‌ها را الزامی می‌کند. درواقع بازیکن بیش از آنکه به فاعل بازنمایی شباهت داشته باشد، به بازتولیدگر جهان از پیش هدایت‌شده شبیه است» (انواری، ۱۳۹۵، ص. ۱۴).

برای مثال اگر GTA را با بازی MODERN WARFARE 1 مقایسه کنیم که هر دو اختیارات زیادی به بازیکن می‌دهند تا خودش داستان بازی را بنویسد، خواهیم دید در بازی MODERN WARFARE 1 اگر بچه‌ای به دست بازیکن کشته شود، به او خطاری داده شده و در صورت تکرار چندباره این موضوع، بازیکن به مرحله اول بازگردانده می‌شود. این در حالی است که وقتی بازیکن در GTA انسانی را می‌کشد نه تنها خطاری به او داده نمی‌شود که حتی می‌تواند پول یا سلاح او را بردارد.

شایان‌ذکر است که شخصیت طراحی شده در بازی ارجاعی به خود واقعی بازیکن نیز می‌تواند داشته باشد آن‌گاه که بدون در نظر گرفتن عواقب و پیامدها و با چشم‌پوشی از مسائل اخلاقی دست به کشتار انسان‌های بی‌گناه، دزدیدن اموال دیگران و ایجاد آشوب در شهر بزند و لذت زندگی خود را در دورزدن قوانین حقوقی اجتماعی و اخلاقی بداند.

بازیکن در بازی GTA در حال ساخت هویتی برای خود است که در جهان واقعی امکان بروز آن یا وجود ندارد یا با موانع اجتماعی - فرهنگی بسیاری روبه‌روست و

هزینه کنش بر اساس آن بسیار بالاست. به هر صورت غضب از قوای وجودی انسان است که اگر در آن افراط شود رذیلت درنده‌خویی را ایجاد می‌کند. برای فردی که امکان این افراط به واسطه قوانین و قواعد اجتماعی در عالم واقع فراهم نیست، خیال و مجاز بستر خوبی برای تحقق آن می‌تواند باشد. چراکه انسان در سیر تکوینش در بادی امر حیوان بالفعل و انسان بالقوه است و گرایش به چنین اموری برای او طبیعی است. اگرچه قواعد این بازی به نحوی طراحی شده است که برای کنش در آن به اعمال خشونت‌آمیزی همچون دزدیدن یک خودرو، با سرعت راندن آن، زیر گرفتن عابران و درگیر شدن با شخصیت‌های دیگر درون بازی نیاز ندارد، چه‌بسا وقتی افراد برای اولین بار با این بازی روبه‌رو می‌شوند بعد از یادگیری نحوه کنترل آن اولین کاری که می‌کنند دزدیدن یک خودرو و زیر گرفتن افراد بی‌گناه با آن باشد تا ببینند این کار چه حسی دارد. باین حال حتی اگر فرد بازیکن انسانی خشن و قانون‌گریز نباشد و حتی به دنبال کنترل خیال خود باشد، در این بازی هویت‌یابی از طریق تبدیل شدن به یک خلاف‌کار رخ می‌دهد و بر اساس این هویت جدید عمل می‌شود؛ چراکه به رفتارهای این چنینی پاداش داده می‌شود. بازی و قواعد درونی آن نیز به منزله تسهیل‌گر در این انتقال هویتی عمل می‌کنند. نتیجه آنکه در فرایند مصرف این بازی عملی نمادین رخ می‌دهد که دلالت‌های آن از طریق رجوع به شخصیت‌های بازی یافت می‌شود؛ اما این نظام‌های نمادین درون خود واقعی را بازنمایی نمی‌کنند بلکه واقعی که درون بازی تعریف‌پذیر است را تولید می‌کنند (حاجی حیدری و اکرم، ۱۳۹۹). این گونه فرد بازیکن به وسیله کاربری در این بازی، با حقیقی پنداشتن هویت مجازی‌اش، در حین بازی و پس از بازی به واسطه قوه خیال، خود را شخصیت درون بازی می‌پندارد؛ البته این امر برای همه انسان‌ها پدید نمی‌آید، چراکه این هویت مجازی شکل‌گرفته در بازی نقشی اشتراکی در کنار هویت واقعی ما را ایفا کرده و بر حسب رقابت و مقایسه‌ای که با آن دارد میزان تأثیرش متفاوت می‌شود؛ یعنی انسانی که قدرت رفع نیاز و ساخت‌یابی هویتی‌اش در جهان واقع بیش از جهان مجاز باشد کمتر با چالش‌ها و آسیب‌های هم‌ذات‌پنداری و غوطه‌وری در بازی مواجه می‌شود.

۲-۵. گردایی به‌سوی خیالات (اینستاگرام)

تلفن‌های هوشمند امروزه جایگاه قابل‌توجهی در زندگی روزمره ما دارند و به‌عنوان ابزاری با دسترسی بالا، امکانات مناسب و سرگرم‌کنندگی، مدت‌زمان زیادی از حیات روزانه ما را صرف توجه به خود می‌کنند به‌طوری‌که برخی متفکران بر این باورند که توقف استفاده کامل از رسانه‌های اجتماعی برای افراد غیرممکن است (فولادیان، ۱۳۹۹) و همچنین استقبال فراوان جوانان و دیگر اقشار جامعه از شبکه‌های اجتماعی سبب گذراندن عمده اوقات فراغتشان در این شبکه‌ها شده است (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱).

در این میان اینستاگرام که یکی از شبکه‌های اجتماعی پر مصرف در میان کاربران ایرانی است، قابلیت اشتراک‌گذاری تصاویر و ویدئوها، داشتن رخ‌نمای شخصی، دنبال‌کردن و دنبال‌شدن، استفاده از هشتک‌ها، فیلترها و ویرایش تصاویر است که هم این عرصه از شبکه‌های اجتماعی را نمایشی و مصورتر از دیگر شبکه‌ها می‌کند و هم امکان ویرایش و ساختن دیگری از خود و زندگی را بهتر فراهم می‌نماید (فولادیان، ۱۳۹۹).

بودریار با تأکید بر فراواقعیت، این ویژگی شبکه‌های اجتماعی تصویری را فرهنگی رایگان می‌داند که می‌تواند انسان را به سمت افیون سوق دهد تا خود را به‌دور از واقعیت خویش به عرصه نمایش بگذارد. نکته قابل‌توجه بودریار در این حوزه تعریف مفهوم آزادی است که نه برای بیان آن چه که هستیم بلکه آزادی در این شبکه‌ها به معنای اختیار داشتن بر نمایش خود به‌گونه‌ای است که بتواند ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی برای فرد به وجود بیاورد (Maria Febiana, 2021).

ظاهر شخصی که در اینستاگرام به نمایش در می‌آید، میزان جذابیت غذاهایی که فود بلاگرها از آن تصویر می‌سازند، تصویری از نمایش موفقیت انسان‌ها در اینستاگرام و یا حتی بدن‌مندی و کلیشه‌سازی از بدن زیبا در اینستاگرام لزوماً با ظاهر واقعی یکسان نیست و این همان فراواقعیتی است که بودریار از آن سخن به‌میان می‌آورد (Maria Febiana, 2021). حال با برخی مخاطبانی مواجه هستیم که هرچه غذا از رستوران‌های مختلف خرید می‌کنند، غذایش به جذابیت غذاهای اینستاگرامی نمی‌رسند، هرچه مهارت‌های مختلف را جهت زندگی بهتر کسب می‌کنند، به خوشبختی و حالی که فلان سلبریتی در استوری‌هایش منتشر می‌کند، نمی‌رسند. هرچه مردان در باشگاه‌های

بدن‌سازی و زنان با عمل‌های زیبایی و آرایش‌های غلیظ تلاش بر شبیه‌سازی خود با بدن مانکن‌های اینستاگرامی می‌کنند به نتیجه‌ای نمی‌رسند چراکه آنچه در تصاویر اینستاگرامی وجود دارد فراواقعیتی است که یکی از مهم‌ترین دستاوردهایش برهم‌زدن نظام مطلوب ما در عرصه تخیل و واقعیت دارد.

از دیگر عوامل مؤثر در بروز تمایز خود واقعی از غیرواقعی در شبکه‌های اجتماعی موارد زیر را می‌توان برشمرد:

≠ میزان انسجام هویت و اعتماد به نفس افراد: چراکه هرچه میزان انسجام هویت و اعتماد به نفس پایین‌تر باشد میل به افشای خود غیرواقعی در میان نوجوانان بیشتر می‌شود (Michikyan, 2015).

≠ خصیصه‌های روان‌رنجوری نیز از دیگر عواملی است که سبب نمایش خود غیرواقعی می‌شود (Michikyan, 2015).

≠ فشار هنجاری (تلاش برای دریافت لایک) (حسنی و کلاثری، ۱۳۹۶).
 ≠ فضای مجازی عرصه تولید متن‌های باز و بدون مؤلف است (توانا و هاشمی اصل، ۱۳۹۴) که این امر موقعیت هویتی افراد را متزلزل می‌سازد و آنان را تبدیل به افرادی می‌کند که آنچه مطلوب دیگران هست را بر آنچه خودشان هستند ترجیح می‌دهند (فولادیان، ۱۳۹۹).

نتیجه‌گیری

به‌طور کلی برای فهم سوژه‌ای که در حال مصرف رسانه‌ای است می‌توان فعالیت وی را در وضعیت‌های قبل، حین و بعد از کنشگری رسانه‌ای بررسی کرد.

بررسی نیازهای اساسی خود (قبل از بازی): همان‌گونه که میرسبحان سادات (۱۴۰۲): ۷۵-۵۰) سه مؤلفه مؤثر در فرایند هویت‌یابی را: ۱- خود پنداره و احساس ارزشمندی نسبت به خود که فقدان یا کم‌رنگ شدن این مؤلفه در انسان عامل ایجاد حس عدم کفایت و ناایستگی و ناامیدی است؛ ۲- اختیار و قدرت انتخاب‌گری به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مؤثر در ساخت شخصیت و عدم اضطراب وجودی فرد؛ و ۳- ارتباط عاطفی و احساس تعلق به جمع، برمی‌شمارد، انسان در فرایند هویت‌یابی خود، نیاز به تأمین

این سه مؤلفه در ساختار هویتی خویش دارد که این سه مؤلفه می‌تواند از طریق کار، مدرسه، دوستان، خانواده، کشور، رسانه، سرگرمی و... در انسان برآورده شود. نکته قابل توجه آن است که اگر این سه مؤلفه در جهان غیرمجازی در انسان شکل نگیرد ممکن است منجر به توهمی از شکل‌گیری تمام و کمال آن در عالم مجاز شود.

۱- وابستگی در بازی (حین بازی): عناصری همچون تعامل، غوطه‌وری و جذابیت در لایه‌های نشانه‌ای، روایی و رویه‌ای بازی منجر به هم‌ذات‌پنداری و وابستگی بازیکن با آواتار شده و او را به سمت ارضای نیازهای مذکور از طریق هرچه بیشتر بازی کردن سوق می‌دهد و سعی در شکل‌دهی به خودی در بازی می‌شود که بازیکن را در دنیای بازی نمایندگی می‌کند. درواقع وانموده‌ای که در بازی شکل می‌گیرد، منجر به شکل‌گیری پنداشتی در بازیکن مبنی بر رفع سه مؤلفه از نیازهای اساسی ما می‌شود.

۲- خیال (حین و بعد از بازی): به کمک قوه خیال صورت‌های محسوسه نمایش داده‌شده در صفحه نمایشگر، اکنون در ظرف نفس بازیکن حتی پس از مفارقت از بازی حضور دارند. آن‌چنان‌که پیش‌ازاین در قسمت تحلیل و تبیین بیان آن رفت این صور خیالی هرچه شدیدتر و پُررنگ‌تر در نفس ایجاد شوند (ناشی از استمرار دفعات بازی، شدت غوطه‌وری در بازی و...)، در شکل‌دهی صورت نفسانی انسان که به تعبیر ملاصدرا هویت حقیقی اوست، بیشتر مؤثر خواهند بود.

۳- جدال هویتی (بعد از بازی): بازیکن پس از اتمام بازی، با جدالی میان هویت مجازی و واقعی خویش مواجه می‌شود به‌طوری‌که شروع به قیاس قدرت رفع نیازهای اساسی‌اش توسط هویت‌های مجازی و واقعی می‌کند. اگر هویت‌های واقعی خویش نظیر هویت کاری، تحصیلی، خانوادگی، ملی و... منجر به احساس شایستگی، اختیار و ارتباط بیشتری نسبت به هویت مجازی شوند، چنین فردی قدرت مدیریت مصرف رسانه‌ای خویش را خواهد داشت و بازی‌ها کمتر قدرت وابسته‌سازی چنین افرادی را برای مدت‌زمان طولانی دارند؛ ولی اگر فرد به هر دلیلی هویت واقعی‌اش کفایت رفع نیازهای ضروری‌اش را نداشته باشند به‌سمت افسردگی، اضطراب و منزوی شدن حرکت کرده و بیش از گذشته به‌سمت دنیای سرگرمی و بازی کشیده می‌شود؛ چراکه در پنداشت و تخیل خویش این جهان

توانایی بیشتری برای رفع نیازهای او دارد و این چرخه ادامه می‌یابد تا زمانی که هویت واقعی بر هویت مجازی چیره شده و فرد قدرت مدیریت مصرف خویش و تأثیرپذیری‌اش از دنیای مجازی را بازیابد.



منبع: (طراحی محقق)

شکل (۴): چرخه جدال هویتی

بی‌تردید شناخت جهان شبکه‌ای و رسانه‌ای شده امروزین، به مطالعات و پژوهش‌های چندساختی و میان‌رشته‌ای بیشتری نیاز دارد تا از رهگذر فهم بیش‌ازپیش ساختارها و فرایندهای هویت‌یابی رسانه‌ای، عرصه سیاست‌گذاری فرهنگی - ارتباطی - رسانه‌ای کشور در زمینه رسانه‌های اجتماعی به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی و بازی‌های ویدئویی بهبود یابد. در این میان، ارتقای آگاهی‌های سیاست‌گذاران، کارگزاران و تولیدکنندگان از یک سو و عموم جامعه به‌ویژه خانواده‌ها از دیگر سو، نقشی تعیین‌کننده در عبور از چالش‌های تربیتی و هویتی نسل بومیان دیجیتال خواهد داشت.

کتابنامه

- امامی، سیدمجید (۱۳۹۸). *سنت‌های نظری معاصر در تحلیل فرهنگی: نظریه فرهنگی غرب* (جلد ۱). تهران: دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
- انواری، محمدرضا (۱۳۹۵). *بنیان‌های نظری در بازی‌های رایانه‌ای. فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی*، سال چهارم، شماره اول.
- بخارایی، احمد و توکلی، عاطفه (۱۳۹۵). *الگوهای تخیل اجتماعی در رادیو و رسانه تولید کاربر مجازی. پژوهش‌های ارتباطی*، ۲۳(۲).
- بشیر، حسن و افراسیابی، محمدصادق (۱۳۹۰). *شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایران. نشریه تحقیقاتی فرهنگی ایران*، ۵(۱)، ۳۱-۶۰.
- بودریار، ژان (۱۳۹۷). *وانموده‌ها و وانمود. ترجمه پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث.*
- پارسانیا، حمید (۱۳۹۱). *جهان‌های اجتماعی. تهران: کتاب فردا.*
- پاینده، حسین (۱۳۹۲). *انعکاس جنگ در رسانه‌ها: رویکرد پسامدرن بودریار به تحلیل رسانه‌ها. مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۳۳(۳)، ۱۱-۳۰.
- توانا، محمدعلی و هاشمی اصل، سید عبدالله (۱۳۹۴). *درآمدی بر فضای مجازی فراقلمرویی و سیالیت هویت سوژه در پرتو تحلیل انتقادی بینامتنی. مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ*، ۵(۹)، ۱۵-۳۵.
- جعفری، علی (۱۳۹۴). *مبانی معرفتی اندیشه امام خمینی با تأکید بر انسان‌شناسی و نظریه فطرت. تهران: انتشارات بسیج دانشجویی دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).*
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: انتشارات شیرازه.*
- حاجی‌حیدری، حامد و کیانوش، اکرم (۱۳۹۹). *هویت‌یابی در فرایند بازی‌های ویدئویی مطالعه موردی چهار بازی شاخص: دوک نوکم، دزدی بزرگ اتومبیل، طومارهای پیران، ندای وظیفه. جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳(۳)، ۳۵-۵۶.
- حسینی، حسین و کلانتری، عبدالحسین (۱۳۹۶). *تحلیل پدیدارشناختی تجربه زیسته کاربران شبکه‌های اجتماعی تصویری اینستاگرام در ایران. فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۱۸(۴۰)، ۳۲-۶۳.
- خاتمی، محمود (۱۳۸۶). *جستارهای صدرایی. تهران: نشر علم.*
- دانایی‌فرد، حسن (۱۳۹۵). *روش‌شناسی مطالعات دلالت پژوهی در علوم اجتماعی و انسانی:*

- بنیان‌ها، تعاریف، اهمیت، رویکردها و مراحل اجرا. روش‌شناسی علوم انسانی، ۲۲ (۸۶)، ۷۱-۳۹.
- رفیع‌زاده اخویان، ریحانه (۱۳۹۹/۸/۸). نگاهی کلی بر مفهوم غوطه‌وری در بازی‌های ویدئویی: ورود به دایره جادویی. برگرفته از: <https://www.zoomg.ir>
- سادات، میرسبحان (۱۴۰۲). رمزگشایی از دنیای نوجوانی. تهران: مؤسسه فرهنگی منادی تربیت.
- صادقی، عادل (۱۳۹۸). واقعیت مجازی و خیال در فیلم و رسانه (نظریه بودریار از منظر ابن عربی). الهیات هنر، (۱۶).
- عبودیت، عبدالرسول (۱۳۹۸). فلسفه مقدماتی. تهران: سمت.
- عمید، حسن (۱۳۶۲). فرهنگ فارسی عمید. ج ۱، تهران: نشر امیرکبیر.
- فولادیان، مجید و دیگران (۱۳۹۹). تفاوت میان خود واقعی و خود نمایشی در میان کاربران اینستاگرام، نشریه جامعه، فرهنگ و رسانه، ۹ (۳۵)، ۷۸-۹۲.
- کرافورد، گری (۱۳۹۷). گیم‌های ویدئویی. اول، ترجمه زینب مددی، تهران: بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای.
- لافی، دن (۱۳۹۶). موضوعات کلیدی در نظریه رسانه‌ها. ترجمه یونس نوربخش، تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
- لطفی، زهرا (۱۳۹۹). امکانات درونی فلسفه ملاصدرا در مواجهه با پوچی. فصلنامه اندیشه دینی، ۲۰ (۷۴).
- مافی شیراز، امیررضا و عبدالکریمی، بیژن (۱۴۰۰). مرگ سوژه در عصر شبکه‌های اجتماعی بر اساس مفهوم «واقعیت فرکتال» ژان بودریار. پژوهش‌های فلسفی دانشگاه تبریز، ۱۵ (۳۴)، ۳۲۷-۳۴۴.
- معمودی، احمدرضا (۱۳۹۸). مواجهه نظریه زیگفريد کراکوثر و راجر اسکروتن در ماهیت بازنمایی رسانه فیلم با رویکرد به نظریه خیال در فلسفه هنر دینی. مطالعات رسانه‌های نوین، ۵ (۱۸).
- معین، محمد (۱۳۴۵). فرهنگ فارسی. ج ۲، تهران: نشر امیرکبیر.
- میرهادی، سیدمهدی؛ بختیار نصرآبادی، حسنعلی و نجفی، محمد (۱۳۹۶). نسبت خیال با هویت در فلسفه ملاصدرا. پژوهش‌های فلسفی کلامی، (۷۲)، ۷۷-۹۶.
- مینایی، بهروز و رازی‌زاده، علی (۱۳۹۳). عناصر شکل‌دهنده حس حضور و بازتاب آن بر هویت کاربران بازی‌های رایانه‌ای. تحقیقات فرهنگی ایران، ۷ (۲)، ۲۵-۴۸.

- Bartle, R. (1996). *Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDS*. <http://www.mud.co.uk/richard/hcds.htm>.
- Baudrillard, Jean (1988). *America*, trans. Chris Turner. London: Verso.
- Daft, R. L. & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness, and structural design. *Management Science*, 32(5), 554-571.
- Hunicke, Robin; LeBlanc, Marc & Zubek, Robert (2004). *MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research*. Available on https://www.researchgate.net/publication/228884866_MDA_A_Formal_Approach_to_Game_Design_and_Game_Research. Retrieved on June 29, 201
- Kaplan, Andreas M. & Haenlein, Michael (2010): Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *In Business Horizons*, 53(1), 59-68. DOI: 10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Maria Febiana, Christanti, Puri Bestari Mardani, Intan Putri Cahyani, Windhiadi Yoga Sembada, (2021), "INSTAGRAMABLE" : SIMULATION, SIMULACRA AND HYPERREALITY ON INSTAGRAM POST, INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SERVICE AND RESEARCH
- Mathew, J. (2020). *Hermeneutic Study: Identity of Gamers in the Unreal World of GTA V*.
- Michikyan, M.; Dennis, J. & Subrahmanyam, K. (2015). Can you guess who I am? Real, ideal, and false self-presentation on Facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*, 3(1), 55-64.

References

- Abudiyat, Abdolrasoul (2019). Preliminary Philosophy. Tehran: Samt. (In Persian)
- Amid, Hassan (1983). Amid Persian Dictionary (Vol. 1, p. 450). Tehran: Amir Kabir Publishing, First Edition. (In Persian)
- Anvari, Mohammad Reza (2016), Theoretical Foundation in Computer Games, Quarterly Journal of Islam and Social Studies, Year 4, Issue 1, Qom.
- Bartle, R. (1996). *Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDS*. <http://www.mud.co.uk/richard/hcds.htm>.
- Bashir, Hassan & Afrasiabi, M. (2011). Internet Social Networks and Youth Lifestyle: A Case Study of the Largest Virtual Community in Iran. *Iranian Cultural Research Journal*, 5(1), 31-60. (In Persian)
- Baudrillard, Jean (1988). *America*, trans. Chris Turner. London: Verso.
- Baudrillard, Jean (2018). *Simulacra and Simulation* (Translated by Pirooz Izadi). Tehran: Sales Publishing. (In Persian)
- Bokharaei, Ahmad & Tavakoli, Atefeh (2016). Patterns of Social Imagination in Radio and User-Generated Media. *Tehran: Communication Researches*, 23(2). (In Persian)
- Crawford, Gary (2018). *Video Gamers* (Translated by Zeinab Madadi). Tehran: National Foundation of Computer Games.
- Daft, R. L. & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness, and structural design. *Management Science*, 32(5), 554-571.
- Danaeefard, Hassan (2016). *The Methodology of Signification Studies in Social*

- and Human Sciences: Foundations, Definitions, Importance, Approaches, and Implementation Steps. *Methodology of Human Sciences*, 22(86), 39-71. (In Persian)
- Emami, Seyed Majid (2019). *Contemporary Theoretical Traditions in Cultural Analysis: Western Cultural Theory (Vol. 1)*. Tehran: Imam Sadiq University. (In Persian)
- Fouladian, Majid & Colleagues (2020). The Difference Between Real Self and Presentational Self Among Instagram Users. *Journal of Society, Culture, and Media*. (In Persian)
- Haji Heydari, Hamed & Akram, Kianoush (2020). *Applied Sociology*, (79), 35-56. (In Persian)
- Hassani, H. & Kalantari, A. (2017). Phenomenological Analysis of the Lived Experience of Instagram Visual Social Network Users in Iran. *Journal of Cultural Communication Studies*, 18(40), 32-63. (In Persian)
- Hunicke, Robin; LeBlanc, Marc & Zubek, Robert (2004). *MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research*. Available on https://www.researchgate.net/publication/228884866_MDA_A_Formal_Approach_to_Game_Design_and_Game_Research. Retrieved on June 29, 201
- Jafari, Ali (2015). The Epistemological Foundations of Imam Khomeini's Thought with an Emphasis on Anthropology and the Theory of Fitrah. Tehran: Basij Student Publications, Imam Sadiq University. (In Persian)
- Jenkins, Richard. (2002). *Social Identity* (Translated by Touraj YarAhmadi). Tehran: Shirazeh Publishing. (In Persian)
- Kaplan, Andreas M. & Haenlein, Michael (2010): Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. In *Business Horizons*, 53(1), 59-68. DOI: 10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Khatami, Mahmoud (2007). *Sadraean Essays*. Tehran: Elm Publishing. (In Persian)
- Lavi, Dan (2017). *Key Topics in Media Theory* (Translated by Younes Nourbakhsh). Tehran: Scientific and Cultural Publications.
- Lotfi, Zahra (2020). The Internal Possibilities of Mulla Sadra's Philosophy in Facing Nihilism. *Shiraz: Journal of Religious Thought*, 20(74). (In Persian)
- Mafi Shiraz, Amirreza & Abdolkarimi, Bijan (2021). *Tabriz University Philosophical Research*, (34), 327-344. (In Persian)
- Maria Febiana Christanti, Puri Bestari Mardani, Intan Putri Cahyani, Windhiadi Yoga Sembada, (2021), "INSTAGRAMABLE" : SIMULATION, SIMULACRA AND HYPERREALITY ON INSTAGRAM POST, *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SERVICE AND RESEARCH*
- Mathew, J. (2020). *Hermeneutic Study: Identity of Gamers in the Unreal World of GTA V*.
- Michikyan, M.; Dennis, J. & Subrahmanyam, K. (2015). Can you guess who I am? Real, ideal, and false self-presentation on Facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*, 3(1), 55-64.
- Minaee, Behrooz & Razizadeh, Ali (2014). The Formative Elements of the Sense of Presence and Its Reflection on the Identity of Video Game Users. *Iranian Cultural Research*, 7(2), 25-48. (In Persian)
- Mirhadi, Seyed Mehdi; Bakhtiar Nasrabadi, Hassanali & Najafi, Mohammad

- (2017). The Relationship Between Imagination and Identity in Mulla Sadra's Philosophy. Philosophical-Theological Research, (72), 77-96. (In Persian)
- Moein, Mohammad (1966). Persian Dictionary (Vol. 2, p. 350). Tehran: Amir Kabir Publishing, First Edition. (In Persian)
- Mo'tamedi, Ahmadreza (2019). The Confrontation of Siegfried Kracauer's and Roger Scruton's Theories on the Nature of Media Representation in Film with a Focus on the Theory of Imagination in Religious Art Philosophy. Tehran: Journal of New Media Studies, 5(18). (In Persian)
- Parsania, Hamid (2012). Social Worlds. Tehran: Ketab Farda. (In Persian)
- Payandeh, Hossein (2013). The Reflection of War in Media: Baudrillard's Postmodern Approach to Media Analysis. Cultural and Communication Studies, (33), 11-30. (In Persian)
- Rafizadeh Akhoyan, Reyhaneh (2020, October 29). A General View on the Concept of Immersion in Video Games: Entering the Magic Circle. Retrieved from <https://www.zoomg.ir/> (In Persian)
- Sadat, Mir Sobhan (2023). Decoding the World of Adolescence. Manadi Tarbiat Cultural Institute, First Edition. (In Persian)
- Sadeghi, Adel (2019). Virtual Reality and Imagination in Film and Media (Baudrillard's Theory from the Perspective of Ibn Arabi). Qom: Theology of Art, (16). (In Persian)
- Tavana, M. & Hashemi Asl, A. (2015). An Introduction to Trans-Territorial Virtual Space and the Fluidity of Subject Identity in the Light of Intertextual Critical Analysis. Interdisciplinary Studies in Media and Culture, 5(9), 15-35. (In Persian)



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی