

doi 10.30497/RC.2022.76524

Bi-quarterly Scientific Journal of "Religion & Communication", Research Article
Vol. 29, No. 2, (Serial 62), Autumn & Winter 2022

Community of Iranian Game Nets: Features, Facilities and Communication Functions

Mojtaba Samadi*
Mahdi Mohsenianrad**
Hadi Khaniki***
Alireza Hosseini Pakdehi:****

Received: 06/11/2021
Accepted: 06/11/2021

Abstract

Today, computer games have so much overtaken the Hollywood film industry that in Boellstroff's view we are living in the gaming age. On the other hand, the emerging communities following the development of computer game technology in different societies and cultures including Iran have become a very attractive subject for study that make it necessary for communication and social researchers to take it into consideration. This article, therefore, tries to answer the question about the characteristics of game nets as a communication and media field in Iran and explore their functions in the view of users and the facilities they provide for them. The researcher, based on the participant observation method, observed 35 game nets in Tehran using cluster sampling, and along with 53 semi-structured interviews with the users of these game nets, analyzed the obtained data using the content analysis method (Wolcott model). As a result, 10 types of game nets related to location, architecture and facilities were identified in Tehran. Besides, game nets characteristics based on users and facilities and protocols were identified that determine functions such as the expansion of group and intra-group communication, self-made communication, superficiality of group communication and the strengthening of communication at the neighborhood level, and also provide gamers and administrators of these communities with at least 12 types of possibilities. This article, for the first time, provides a historical overview of the evolution of game nets in Iranian society, along with suggestions for policy makers in this field.

Keywords: New Communities, GameNets, Media Field, Communication Functions, Video and Computer Games.

*. PhD in Communication Sciences, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran.

**.. Professor of Communication and Propaganda Department, Faculty of Islamic Studies, Culture and Communication, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.

***. Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran.

****. Associate Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran.

اجتماع گیم‌نت‌های ایرانی؛ ویژگی‌ها، امکانات و کارکردهای ارتباطاتی

مجتبی صمدی*

مهدی محسنیان‌راد**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۰۹

هادی خانیکی***

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۰۹

علیرضا حسینی پاکدهی****

چکیده

این مقاله در تلاش است تا به این پرسش پاسخ دهد که گیم‌نت‌ها در جامعه ایرانی به‌عنوان یک میدان رسانه‌ای و ارتباطی، دارای چه ویژگی‌هایی هستند؟ از چه کارکردهای ارتباطی در منظر کاربران این بازی‌ها برخوردارند، و چه امکاناتی را در اختیار گیمرها و کنشگران این میدان رسانه‌ای قرار می‌دهند؟ برای پاسخ بدین پرسش‌ها، محقق متکی بر روش مشاهده مشارکتی، ۳۵ گیم‌نت شهر تهران را با نمونه‌گیری خوشه‌ای مورد مشاهده قرار داده است و در کنار ۵۳ مصاحبه نیمه‌ساختمند با کاربران این گیم‌نت‌ها و یادداشت‌ها و تصاویر تهیه‌شده توسط مشاهده‌گران و نیز مراجعه به صفحات مجازی این اجتماعات، داده‌های حاصل را به کمک روش تحلیل مضمون و براساس مدل ولکات تجزیه و تحلیل کرده است. در نتیجه، ده گونه گیم‌نت مبتنی بر مکان، معماری و امکانات در تهران شناسایی شد؛ علاوه بر این ویژگی‌های گیم‌نت‌های مبتنی بر کاربران و نیز پروتکل‌ها و هنجارهای حاکم بر آن‌ها نیز احصا شدند که کارکردهایی چون گسترش ارتباطات گروهی و درون‌گروهی، شخصی‌سازی ارتباطات، سطحی‌شدن و کم‌عمق‌شدن ارتباطات گروهی، تقویت ارتباطات در سطح محله‌ها را رقم می‌زند. همچنین دست‌کم دوازده نوع امکان را در اختیار گیمرها و متصدیان این اجتماعات قرار می‌دهند. این مقاله برای نخستین بار، مروری تاریخی بر روند تحولات گیم‌نت‌ها در جامعه ایرانی و پیشنهادهایی را برای سیاست‌گذاران این عرصه ارائه می‌دهد که در نوع خود قابل توجه است.

واژگان کلیدی: اجتماعات جدید، گیم‌نت‌ها، میدان رسانه‌ای، کارکردهای ارتباطی، بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای.

* دکترای علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

samadimahallati@gmail.com

** استاد گروه ارتباطات و تبلیغ، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، ایران

mohsenianrad@isu.ac.ir

*** استاد گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران khaniki@atu.ac.ir

**** دانشیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران a.hosseini@atu.ac.ir

مقدمه

رسانه‌ها در دنیای کنونی نقش و جایگاه‌های متفاوتی پیدا کرده‌اند. ظهور پلتفرم‌های جدید با بهره‌گیری از رسانه‌های نوین، اثرگذاری قابل‌توجهی بر وجوه زندگی بشر و نیز ارتباطات در تمامی اشکال به همراه داشته‌اند. در این میان، بازی‌های رایانه‌ای در قالب تمامی تحولاتی که در پلتفرم و نیز تنوع در ارائه دارند، بخش قابل‌توجهی از زندگی جوانان و نوجوانان را تحت تأثیر قرار داده‌اند، تا جایی که حتی فضا و مکان‌هایی که به‌عنوان پاتوق یا محل انجام این بازی‌ها چه در خانه یا در کلوب‌های بازی‌ها ساخته و طراحی می‌شوند، به‌مثابه یک مکان سوم، در نحوه کنش‌های ارتباطی و رفتار کاربران این بازی‌ها چنان تأثیرگذارند که مدام ما را در قالب یک نقش و یک رؤیا و شکل‌دهی به معانی جدید در منابع معنی غرق می‌کنند (Jonsson, 2010: 6).

در این میان، اجتماعی که در مکان‌هایی چون کلوب بازی‌ها و یا به تعبیر این مقاله «گیم‌نت»ها وجود دارند، روزبه‌روز و مبتنی بر تغییرات و تحولات فناوری‌های عرصه ارتباطات و نیز صنعت بازی‌های رایانه‌ای، ابعاد جدیدی را به سبک زندگی کاربران می‌افزایند و یا آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ چنان‌که هم‌اینک در ایالات متحده بیش از ۶۵۰ مرکز بازی‌های شبکه^۱ که بسیار به گیم‌نت‌های ایرانی شبیه است، وجود دارد؛ البته با مشخصات بسیار متفاوت از استانداردهای فضا و مکان در ایران و هر روز شاهد تغییرات و تحولات عمده‌ای براساس تغییرات فناوری، سرگرمی و بازی‌های رایانه‌ای در آن‌ها هستیم (Setupgamers, 2020).

موضوع اصلی در این مقاله، کلوب بازی یا گیم‌نت‌ها هستند که مختص حضور کاربران طراحی و راه‌اندازی شده‌اند؛ بنابراین چنین مکان‌ها و فضاهایی به‌عنوان محل شکل‌گیری رفتارها و کنش‌های کاربران موضوعیت می‌یابند. مسئله شکل‌گرفته در این پژوهش، مبتنی بر نوع‌شناسی مکانی چنین محیط‌هایی است که می‌توانند دارای کارکردها و ویژگی‌های مختلفی باشند. در این میان، بازی‌های رایانه‌ای به‌عنوان عرصه نوینی از ظهور و بروز رسانه‌های نوین در بُعد جامعه‌پذیری کاربران بازی‌های رایانه‌ای در جامعه ایرانی

با وجود ۲۶۸ گیم‌نت دارای مجوز^۱ تنها در شهر تهران، نشانی از این گستره حضور و اثرگذاری است. در این پژوهش، محقق با هدف شناخت مختصات میدان رسانه‌ای گیم‌نت‌ها و آگاهی از کارکردهای آن‌ها در فضای بازی‌های رایانه‌ای مبتنی بر روش مشاهده مشارکتی و نیز انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختمند با کاربران، در کنار انجام مصاحبه نیمه‌ساختمند با فعالان رسانه‌ای بازی‌های رایانه‌ای، به ترسیم تحولات این اجتماعات در جامعه ایرانی پرداخته و تلاش کرده است به پرسش‌های ذیل پاسخ دهد:

پرسش اصلی

گیم‌نت‌ها به‌عنوان میدان رسانه‌ای و ارتباطی، دارای چه ویژگی‌هایی هستند؟

پرسش فرعی

فضای گیم‌نت‌ها از دیدگاه کاربران بازی‌های رایانه‌ای دارای چه کارکردهای ارتباطی است و چه امکاناتی را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد؟

۱. پیشینه تحقیق

در مورد پیشینه این پژوهش، منابع بررسی‌شده در سه دسته کلی قرار می‌گیرند: منابع غیرفارسی، منابع فارسی و مطالعه برخی موارد مشابه با موضوع پژوهش. این دسته‌بندی‌ها براساس میزان ارتباط با موضوع پژوهش مورد اشاره قرار خواهند گرفت.

۱-۱. مروری بر برخی منابع غیرفارسی

این دسته از منابع با توجه به اینکه در گستره پژوهش‌های جهانی و مرتبط با موضوع این پژوهش و حاصل کنکاش توأمان بوده‌اند، شاید مهم‌ترین پژوهش‌های مرتبط در این حیطه نیز به شمار آیند؛ از جمله پژوهش «فضاهای فیزیکی بازی کردن»^۲ که در سال ۲۰۱۸ و توسط *ایان آر. لارسون*^۳ به نگارش درآمده است. این پژوهش با توجه به گسترش تحقیقات بر حوزه بازی‌های آنلاین تلاش کرده است تا بر فضاهای فیزیکی که در کنار

۱. تنها ۲۶۸ گیم‌نت مبتنی بر داده‌های اخذشده از بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای تا دی ماه ۱۳۹۹، در شهر تهران دارای مجوز هستند و در بررسی‌ها مشاهده شد که گیم‌نت‌ها و کلوب‌های بدون مجوز نیز در سطح شهر تهران یافت می‌شود.

2. Physical Gaming Spaces
3. Ian R. Larson

ظرفیت گسترده بازی‌های ویدئویی ایجاد شده است، کار خود را پیش ببرد و از همین رو، بر ادبیات این حیطه بیافزاید. پژوهش دیگر با عنوان «سالن‌های بازی‌های ویدئویی: عرصه نوظهور بازی‌های ویدئویی در هند»^۱ که توسط گوگونجوآت اس. چینا^۲ در سال ۲۰۱۶ به نگارش درآمده است، از این جمله‌اند. این اثر درصدد است تا شیوه‌های مصرف بازی‌های ویدئویی را از منظر گیمرهای هندی مورد بررسی قرار دهد. از دیگر پژوهش‌ها می‌توان به «بررسی قوم‌نگارانه فرهنگ بازی‌های رایانه‌ای و هویت در LAN پارتی‌ها»^۳ که توسط برایان میشل یانگ^۴ در سال ۲۰۱۴ انجام شده است، اشاره کرد. نکته قابل توجه میشل یانگ در این است که از چنین فضایی به‌عنوان مکان سوم یاد می‌کند که غیر از محل کار و نیز مدرسه که دوستی و روابط دوستانه در آن جای دارد، مکانی است که خط‌کشی‌های نژادی و جنسی در آن کنار گذاشته می‌شود؛ هرچند افراد مطابق با آن نمی‌توانند زندگی ایدئال خود را ادامه دهند (Bryan-Mitchell, 2014: 1-5).

پژوهش «یک مکان عمومی از خودشان؛ مطالعه میدانی کافه‌گیم به‌عنوان مکان سوم»^۵ که از سوی فاطیما جانسون^۶ در سال ۲۰۱۰ منتشر شده است و یا پژوهش «جایی که همگان بازی شما را می‌شناسند: جذابیت و کارکرد کافه‌های بازی در اروپای شرقی» توسط گاجادها^۷ و همکاران در سال ۲۰۰۹، بر ایده کافه‌های بازی به‌عنوان مکان سوم تأکید دارند. همچنین مقاله «بازی در یک رویداد LAN: زمینه اجتماعی بازی‌کردن ویدئوگیم‌ها»^۸ را که در سال ۲۰۰۵ توسط جروئن جانز و لونیک مارتنز^۹ (محققان دانشگاه آمستردام) به نگارش درآمده است، می‌توان مورد اشاره قرار داد.

۱-۲. پژوهش‌های فارسی

۱-۲-۱. گیم‌نت‌ها در دایره اثرسنجی و شناخت با رویکرد روان‌شناسی

عمده این پژوهش‌ها گرچه در نگاه نخست روی موضوع گیم‌نت‌ها و بازی‌های رایانه‌ای

1. Video Gaming Parlours: The Emergence of Video Gaming in India
2. Gagunjoat S. Chhina
3. An Ethnographic Examination of Computer Gaming Culture and Identity at LAN Parties
4. Bryan-Mitchell Young
5. A public Place of their Own; A Fieldstudy of a Game Café as a Third Place
6. Fatima Jonsson
7. Gajadhar
8. Gaming at a LAN Event: the Social Context of Playing Video Games
9. Jeroen Jansz and Lonkeke Martens

متمرکز شده‌اند اما به دنبال اثرسنجی هستند و از جنبه روان‌شناسی با موضوع برخورد می‌کنند؛ از این رو درصدد توصیف و تبیین فضایی هستند که فرد خود را در مواجهه با بازی‌های رایانه‌ای قرار دهد. مانند مطالعه منطقی و رشیدی‌حر (۱۳۹۱) با عنوان «بررسی فضای اجتماعی گیم‌نت‌ها» و یا احمدآبادی و همکاران (۱۳۸۶) با عنوان «مطالعه آسیب‌شناسی گیم‌نت‌های شهر تهران» از دیگر مواردی است که در این مرور مورد بررسی قرار گرفتند. این دو اثر یکی به جرم‌انگاری و دسته‌بندی عرصه مکانی بازی‌های رایانه‌ای مبتنی بر جرم و دیگری رفتارنگاری کاربران بازی‌ها در قالب خوشه‌بندی رفتارها از جنبه روان‌شناختی می‌پردازد. از دیگر منابعی که به مطالعه گیم‌نت‌ها پرداخته‌اند، «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به بازی‌های رایانه‌ای (مطالعه موردی کلوب‌ها و گیم‌نت‌های شهر یزد)» (۱۳۹۰) است که توسط مهدی نیک‌عهد انجام شده است. «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر استفاده نوجوانان از بازی‌های رایانه‌ای و رابطه آن با سلامت روانی - اجتماعی آنان (نوجوانان مراجعه‌کننده به گیم‌نت‌ها منطقه ۲ شهر یزد)» نیز از سوی سهیلا شیروانی صفدرآبادی در سال ۱۳۹۰ صورت گرفته است. اثر دیگر نیز با عنوان «تأثیر بازی‌های رایانه‌ای بر پرخاشگری بازیکنان حرفه‌ای نوجوان پسر ۱۶-۲۰ سال شهر کرج» در سال ۱۳۹۲ که توسط فرشته بهرامی به نگارش درآمده است نیز از این جمله است.

۲-۱-۲. مطالعه فضاهای جدید از منظر فرهنگی و ارتباطی در جامعه ایرانی

دو پژوهش زیر به‌نوعی متکی بر کارکردهای میدان اجتماعی یا بررسی قالب‌های کنش ارتباطی در فضای کافی‌شاپ‌ها به‌عنوان میدانی جدید بوده‌اند که از منظر چهارچوب و نوع ورود جهت مطالعه، چنین فضاهایی می‌تواند برای این پژوهش که متکی بر مطالعه گیم‌نت‌هاست مفید باشند؛ به‌ویژه آنکه در روش مطالعه و دسته‌بندی کارکردها محقق را یاری کردند: «کافی‌شاپ‌نشینی زنان جوان تهرانی؛ معانی، انگیزه‌ها و کارکردها» که توسط مریم نظام‌آبادی در سال ۱۳۸۶ به نگارش درآمده است، و «تحلیل وضعیت کنش ارتباطی در کافه‌های تهران» حاصل پژوهش فرید عزیزی در سال ۱۳۹۳.

۳-۱. مطالعه برخی از موارد مشابه با موضوع

سطح سوم مرور پیشینه پژوهش، به موارد ویژه‌ای از بررسی‌های به‌عمل‌آمده از کلوب

بازی‌های رایانه‌ای در سایر نقاط جهان اشاره دارد که نکات قابل تأملی را در مواجهه با چنین فضاهایی برای محقق ایجاد می‌کند. اولی در قالب یک جریان‌سازی اجتماعی در سراسر ایالات متحده امریکاست و دیگری مبتنی بر نقش مکمل فعالیتی‌های آموزشی و سومی اشاره به جنبه‌های تجاری این نوع محیط‌های رسانه‌ای دارد که در ذیل به این موارد اشاره می‌شود:

۱-۳-۱. باشگاه‌های بازی‌های رایانه‌ای امریکا^۱

تارنمایی است که در تلاش است با هدف‌گذاری خود در هر مدرسه متوسطه در ایالات متحده، کلوب بازی ویدئویی ایجاد کند و از این طریق بی‌دست‌وپاهای اجتماعی! را به فعالان اجتماعی تبدیل می‌کند و شعارش این است که هیچ‌کس در کلوب بازی‌های ویدئویی نباید به تنهایی غذا بخورد! این گروه که از سال ۲۰۱۴ فعالیت خود را با حضور سه دانش‌آموز و یک معلم آغاز کرده‌اند، تاکنون هزاران دلار برای امور خیریه جمع‌آوری کرده‌اند و به تشویق فعالیت‌های اجتماعی پرداخته‌اند (About Us, 2020).

۱-۳-۲. یک معلم علوم در کارولینای شمالی

نیک لنک^۲ معلم فیزیکی دارای دکتری رهبری آموزشی و سیاست است. وی در تارنمای خود مراحل اولیه آغاز و راه‌اندازی یک باشگاه بازی ویدئویی موفق را در یک مدرسه شرح می‌دهد. وی در این تارنما تلاش می‌کند تا این باشگاه‌ها یا همان گیم‌نت‌ها را که از سوی معلم‌ها راه‌اندازی می‌شود، به‌عنوان راهی برای مشارکت نسل‌های جدید بچه‌ها در مدرسه معرفی کند و به‌نوعی بخشی از برنامه‌های آموزشی را به خارج از فضای برنامه‌های مدرسه منتقل کند؛ همچنین آن‌ها را ابزاری برای جذب دانش‌آموزان به مدرسه به شمار می‌آورد (videogameclubs, 2020).

۱-۳-۳. نمونه سوم: امگا سکتور^۳

این مجموعه یک نام تجاری مرکز بازی‌های رایانه‌ای در انگلستان بود که در دو مکان واقع شده بودند. یکی در مکانی کوچک‌تر در هارو و دیگری در بیرمنگام که بنا بر ادعای

1. Video game clubs of America
2. Nick Lenk
3. Omega Sektor

خودشان، بزرگ‌ترین در نوع خود در اتحادیه اروپا محسوب می‌شد و در سال ۲۰۰۷ در ب‌های خود را به روی عموم باز کرد؛ هرچند در سال ۲۰۰۸ آن را با حدود ۲۵۰ هزار پوند بدهی معوق و ۸۰۰۰۰ پوند بدهی اداری به روی همگان بست و برای همیشه به تعطیلی کشیده شد! (The End of Omega Sektor, 2008). این مکان با ابعادی در حدود ۲۰۰۰ مترمربع و بخشی به صورت vip، دارای یک کافی‌نت، یک اتاق رویدادهای خصوصی، صفحه‌های بزرگ پلاسما و اتاق ضد صدا بود که در آن موزیک ویدئو نمایش داده می‌شد (Omega-Sektor, 2020).

۲. چهارچوب نظری و مفهومی

۲-۱. مکان‌های انجام بازی‌های ویدئویی یا رایانه‌ای

برای مواجه شدن با ادبیات موجود پژوهشی پیرامون فضا - مکان‌هایی که مبتنی بر بازی‌های ویدئویی شکل می‌گیرند، یکی از ابتدایی‌ترین موضوعات که باید مورد توجه قرار گیرد، تفاوت میان دو نوع از کنسول‌های بازی است که یکی کنسول سالی و دیگری کنسول خانگی نامیده شود. محور اصلی برای شکل‌گیری چنین فضاهایی کنسول‌های سالی است که اغلب در فضای کلوب‌های بازی و گیم‌نت‌ها در ایران مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۲-۲. ماشین بازی‌های ویدئویی^۱ یا بازی‌های ویدئویی سالی

بازی‌های ویدئویی مبتنی بر عملکرد سکه یا ماشین‌های بازی که با سکه کار می‌کنند، مشهورترین نوع از بازی‌های ویدئویی هستند که از ابتدای ورودشان به جهان بازی‌ها، توسط عموم شناخته شده‌اند. البته انواع مختلفی از ماشین‌های بازی‌های ویدئویی داریم که هر یک نوع گوناگونی از تعامل را ایجاد می‌کنند، مانند کنسول‌های مستقل^۲ (شبه آنچه امروزه با کنسول‌هایی چون پلی‌استیشن ۵ و یا ایکس‌باکس ایکس در انتهای سال ۲۰۲۰ ارائه شد)، کنسول‌های کوکتل^۳ (بازی‌هایی که بیشتر روی میز قابلیت انجام دارند مانند بازی پروپ سایکل^۴، البته کنسول ایستاده هم در همین دسته قرار می‌گیرد)، بازی‌های

1. Arcade Video Games

2. Standalone Consoles

3. Cocktail Consoles

4. Prop Cycle

داخلی^۱ (مانند ماشین‌های بازی‌های رایانه‌ای که شما را در موقعیت رانندگی یا خلبانی و موتورسواری قرار می‌دهند) و بازی‌های مبتنی بر واقعیت مجازی.^۲ (Wolf, 2008: 13-14). گفتنی ذکر است این بازی‌ها، گاهی براساس سخت‌افزارهای دیگری غیر از کنسول‌ها هم ارائه می‌شوند مانند بازی‌های مبتنی بر واقعیت مجازی که روی پی‌سی (رایانه‌های شخصی) یا لپ‌تاپ‌ها قابلیت اجرا دارند و یا حتی گوشی‌های تلفن همراه هوشمند. البته این ماشین‌های بازی (انواع کوکتل‌ها، بازی‌های داخلی و بازی‌های مبتنی بر واقعیت‌های مجازی) در ایران بیشتر در شهرهای بازی‌ها یا مجتمع‌های تفریحی و حتی هتل‌ها و مکان‌های اقامتی دیده می‌شوند و مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۲-۳. بازی‌های رایانه‌ای خانگی^۳

سیستم‌های بازی‌های ویدئویی خانگی که نخستین بار در سال ۱۹۷۲ ظاهر شدند، بیشتر از تلویزیون برای نمایش‌های گرافیکی خود استفاده می‌کنند. حال این بازی‌ها می‌توانند مبتنی بر کارت‌ریج (مانند آتاری ۲۶۰۰)، کنسول (مانند بازی پونگ^۴) یا سیستم‌های مبتنی بر لیزر باشند (Wolf, 2008: 14-15).

۲-۴. بازی‌های ویدئویی و مکان‌هایی با نام‌های گوناگون براساس ویژگی‌ها

نتایج پژوهش‌ها و بررسی‌ها نشان می‌دهد مکانی که امروزه در فرهنگ ایران به محلی برای انجام بازی‌های ویدئویی شناخته می‌شود و به گیم‌نت‌ها مشهور شده است و حتی نام‌هایی چون کلوب بازی برای آن به کار می‌رود، در فرهنگ‌های مختلف - به تناسب کارکردهایی که به آن افزوده شده یا از آن جدا شده است - نام‌های متعددی دارد و دارای ادبیات و تبیین متفاوتی است. موارد پُرکاربرد در قالب جدول ذیل قابل مشاهده هستند.

-
1. sit-inside Games
 2. Virtual Realitystyle Games
 3. Home Video Games
 4. PONG

جدول شماره (۱). عناوین و ویژگی‌های تمایزبخش انواع بازی‌های ویدئویی

عنوان	ویژگی اصلی و تمایزبخش
LAN gaming center	مبتنی بر شبکه‌شدن کنسول‌های بازی در یک مکان
Video gaming bar	بازی کردن در کنار خوردن و آشامیدن (بازی در رستوران)
Video gaming parluar	نوعی از مرکز بازی LAN که در هند از این اصطلاح استفاده می‌شود
Game cafe	یک کافه مبتنی بر خدمات بازی
گیم‌نت	نوعی از مرکز بازی LAN که در ایران از این اصطلاح استفاده می‌شود
گیم کلوب	کلوبی که در آن انواع گیم‌ها صورت می‌گیرد
PC bangs	نوعی از مرکز بازی LAN که در کره جنوبی از این اصطلاح استفاده می‌شود
wangbaa's	نوعی از مرکز بازی LAN که در چین از این اصطلاح استفاده می‌شود
gaming center	مرکزی برای انجام هر نوع بازی
mass LAN-party	مهمانی مبتنی بر تجمع و شبکه‌ای از کنسول‌ها

(LAN gaming center, 2020; Jonsson, 2010)

۳. تعاریف

اصطلاحات ذیل، مفاهیم و اصطلاحات پُرکاربرد در این پژوهش هستند که مبتنی بر آن‌ها کار بررسی میدانی در چهارچوب روش تحقیق برگزیده، انتخاب شده است:

۳-۱. مرکز بازی لن^۱

همان گیم‌نت‌ها یا کلوب بازی که در فرهنگ ایران رواج دارد (هرچند شبکه‌سازی محور ایجاد این بازی‌ها در ایران نبوده است اما توسعه شبکه و اینترنت سبب انتخاب این نام مبتنی بر بازی‌های چندکاربره در این محیط شده است)، مکان‌هایی هستند که اشخاص می‌توانند از رایانه‌ها یا کنسول بازی‌های ویدئویی که به یکدیگر از طریق شبکه محلی^۲ متصل شده‌اند، برای انجام بازی‌های تک‌نفره و چندنفره استفاده کنند. هزینه استفاده از رایانه‌ها و کنسول‌های بازی بر حسب دقیقه یا ساعت محاسبه می‌شود و البته ایجاد کاربری‌های مدت‌دار می‌تواند زمینه بازی بلندمدت را برای کاربران فراهم آورد. طراحی و دکوراسیون این مکان‌ها بسیار متنوع است؛ به گونه‌ای که با دو یا سه رایانه یا کنسول تا

1. LAN Gaming Center
2. LAN

تعداد بسیار زیاد، مثلاً ۴۰۰ عدد در حال فعالیت هستند. در ایالات متحده امریکا بیش از ۶۵۰ مرکز بازی LAN وجود دارد و ۹۰ درصد این مراکز در کشور چین قرار دارند (LAN gaming center, 2020).

۳-۲. بازی‌های رایانه‌ای

در تعریف بازی^۱ گفته می‌شود: «بازی‌ای که داوطلبانه براساس قواعد و در زمان و مکان مشخص صورت می‌گیرد، همراه با تنش است و با نظم زندگی روزمره تفاوت دارد» (کوثری، ۱۳۸۹: ۲۹۱). بر این اساس، در ابتدا با اصطلاح بازی‌های ویدئویی روبه‌رو بودیم که تنها شامل برنامه‌های کاربردی برای کنسول بازی خانگی و سالنی (آرکید) بود و بازی‌های رایانه‌ای نیز تنها برای کاربران رایانه طراحی می‌شدند، اما امروزه این تمایز دیگر معنی ندارد زیرا اکنون می‌توان همه بازی‌های ویدئویی را روی پلتفرم‌های مختلف اجرا کرد؛ خواه روی رایانه‌ای با کارت‌های گرافیکی با شفافیت بالا و خواه یک کنسول بازی (کوثری، ۱۳۸۹: ۳۰۴).

۳-۳. گیم‌نت

منطبق بر آیین‌نامه مجوز تأسیس و نظارت بر مراکز عرضه و استفاده از بازی‌های تصویری و رایانه‌ای که از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ایران در ۱۳۷۳/۹/۱۳ تصویب شده است، گیم‌نت «به محلی گفته می‌شود که در آن، دستگاه بازی‌های تصویری برای استفاده عمومی نصب شود». متقاضیان احداث این مکان‌ها نیز باید دارای شرایطی باشند، همچون: تابعیت دولت جمهوری اسلامی ایران، اعتقاد به مبانی دین مبین اسلام یا یکی از ادیان رسمی شناخته‌شده در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و داشتن حسن شهرت و صلاحیت اخلاقی به تأیید اداره اماکن عمومی، عدم اعتیاد به مواد مخدر و عدم محکومیت کیفری که موجب سلب حقوق اجتماعی شود (طبق گواهی مراجع مسئول)، انجام‌دادن خدمت وظیفه عمومی یا داشتن معافیت دائم، و داشتن مدرک تحصیلی سیکل قدیم یا پایان دوره راهنمایی. مکان فیزیکی راه‌اندازی این مراکز نیز از بیست مترمربع برای چهار دستگاه نباید کمتر باشد و ملزم به رعایت برخی قوانین و

مقررات هستند؛ با این حال آن را این‌گونه تعریف کرده‌اند: «گیم‌نت مکانی است که در آن کاربران با محوریت یک سرور، تجربه بازی جمعی و رقابتی را می‌آزمایند، و به انجام بازی‌های رایانه‌ای می‌پردازند» (روزنامه خراسان، ۱۳۹۷/۱/۲۶: ۸)؛ هرچند این فضا با نام‌ها و تعابیر مختلفی به کار می‌روند که در بالا بدان اشاره شد.

۴. مرور نظری

۴-۱. بوردیو، نظریه میدان و فضای اجتماعی گیم‌نت‌ها

در الگوی بوردیو از جوامع پیچیده، مفهوم میدان، جایگاه مرکزی دارد که با مفاهیم سرمایه فرهنگی و منش پیوند ویژه‌ای دارند. بوردیو سرمایه فرهنگی را دارای بُعدی از منش گسترده‌تری می‌داند که جایگاه صاحب آن را منعکس می‌کند و چنان‌که در کتاب «تمایز» اشاره می‌کند سلیقه به گونه‌ای اجتماعی تعیین می‌شود. از همین روست که نوع مصرف بازی‌های رایانه‌ای در محیطی چون گیم‌نت می‌تواند کارکردی اجتماعی به خود بگیرد. از منظر بوردیو، کارکرد هنر و مصرف فرهنگی - خواه آگاهانه و عمدی باشد، خواه نباشد - مستعد ایفای کارکردی اجتماعی است که همانا مشروعیت‌بخشیدن به تفاوت‌های اجتماعی است. وی معتقد است ترجیحات و سلیقه‌ها در ادبیات و نقاشی یا موسیقی، پیوند تنگاتنگی با سطح تحصیل و در درجه دوم با خاستگاه اجتماعی دارد (بوردیو، ۱۳۸۵: ۲۴-۲۳ و ۳۱).

چینا مطرح می‌کند که پژوهش‌گران زیادی از جمله کانسالو (۲۰۰۶)، کرافورد (۲۰۱۲)، نیکولاس (۲۰۱۳)، والش و آپرلی (۲۰۰۹) بازی‌های رایانه‌ای را به‌مثابه میدان اجتماعی مفهوم‌سازی کرده‌اند (Chhina, 2016: 36) که نشان پیشینه چنین نگرشی در عرصه بازی‌های رایانه‌ای است. از سوی دیگر، بوردیو بر این نظر است که «منطق عمیق دنیای اجتماع را نمی‌توان به چنگ آورد؛ مگر اینکه در ویژگی‌های یک واقعیت تجربی که به لحاظ تاریخی زمان و مکان مشخص دارد، غور کنیم» (بوردیو، ۱۳۹۶: ۲۸)؛ از همین رو شناخت ویژگی‌های گیم‌نت‌ها وقتی بدان همچون میدان رسانه‌ای نگریسته شود، به‌خودی‌خود می‌تواند دستاوردهای مهمی را برای سیاست‌گذاران و پژوهش‌گران به همراه داشته باشد و تعیین رویکرد محقق در امر مشاهده و غور در این اجتماع، تعیین‌کننده باشد.

۲-۴. مطالعه اجتماع و گیم‌نت‌ها

وقتی گیم‌نت‌ها را بسان میدان مورد توجه قرار می‌دهیم، بی‌شک این مطالعه باید در دایره مطالعه یک اجتماع مورد توجه قرار گیرد؛ از همین روست که کوهن تأکید دارد برخلاف روند رایج، در تحلیل‌ها باید نقطه تمرکز را به جای صورت بر معنا متمرکز کرد. براین اساس، فرهنگ نقطه آغازی برای مطالعه است و مردم نیز حساسیت زیادی روی آن دارند و جای مناسبی که نگرش خود را نسبت به فرهنگ‌شان پیدا می‌کنند، همان مرزهای اجتماع است. درست زمانی که بنیان و ساختار مرزهای یک اجتماع مخدوش یا تضعیف شود، رفتارهای نمادین مردم ایجاد می‌شود (کوهن، ۱۳۹۰: ۱۰۷). کوهن بر این نظر است که ادعای آشتی‌ناپذیری مفاهیمی چون تجدد و اجتماع، جعلی است و حتی پیوند و نتایج این دو می‌تواند اجتماعات جدید را ایجاد کند؛ چنان‌که فضای گیم‌کلوب‌ها و گیم‌نت‌ها یکی از هزاران اجتماع جدیدی است که تحت تأثیر و در پیوند این دو، به معنای اصطلاحی موجود، ایجاد شده است؛ از این رو باید به این نکته توجه داشت که این ادعا سوءتعبیرها و دست‌کم قرائت‌هایی کاملاً گزینشی از نویسندگانی چون وبر، تونیس و زیمل را بازیچه خود ساخته‌اند (کوهن، ۱۳۹۰: ۱۸-۱۷).

نکته مهم در تحلیل اجتماعاتی از جمله گیم‌نت‌ها اینجاست که نمادها بیش از آنکه بیان‌کننده معنا باشند، به ما این توانایی را می‌دهند که بتوانیم معناسازی کنیم... اجتماع درست مانند یک نماد توسط اعضایش به اشتراک گذاشته می‌شود؛ اما معنای آن با جهت‌گیری منحصربه‌فرد تک‌تک اعضایش نسبت به آن، صورت‌های متفاوتی می‌یابد. در این تنوع‌پذیری صوری معنا، آگاهی اجتماع باید از طریق دست‌کاری نمادهای آن حفظ شود. اجتماع جایی است که فرد اجتماعی بودن را یاد می‌گیرد و آن را مدام تمرین می‌کند (کوهن، ۱۳۹۰: ۲۴)، البته اگر بخواهیم با نگاهی فرهنگی از مقوله‌ای تعریف‌ناشدنی استفاده کنیم باید بگوییم «اجتماع جایی است که فرد در آن فرهنگ را کسب می‌کند» (کوهن، ۱۳۹۰: ۲۴)؛ البته آموختن اجتماعی بودن مانند آموختن خواندن و نوشتن نیست: «وقتی از این صحبت می‌کنیم که مردم فرهنگی را کسب می‌کنند یا می‌آموزند که اجتماعی می‌شوند، منظور این است که نمادهایی را به دست می‌آورند که آنان را برای اجتماعی بودن آماده می‌کند» (کوهن، ۱۳۹۰: ۲۵)؛ پس وقتی کسی در فضای گیم‌نت به

یک اجتماع گیم‌نت نسبت داده می‌شود، خودش دربرگیرنده برخی نمادهای چنین محیط رسانه‌ای است؛ از همین رو کارکردهای متمایزی هم بروز می‌یابد. «فرهنگ به پیروان خود ظرفیتی برای معنابخشی می‌دهد و اگر آنان تمایل دارند نوع مشابهی از معنا بسازند به آن خاطر نیست که فرهنگ نفوذی جبرگرایانه دارد، بلکه به خاطر آن است که مردم با نمادهای مشابهی عمل می‌کنند؛ بنابراین باید بر این نکته تأکید کرد که اشتراک در نمادها، ضرورتاً همان اشتراک در معنا نیست» (کوهن، ۱۳۹۰: ۲۶-۲۵).

گرتز معتقد است، «... انسان حیوانی است که در شبکه‌هایی از معانی خودساخته به دور خود می‌چرخد...» (Geertz, 1975: 5). این شبکه‌ها فرهنگ را تشکیل می‌دهند و در تحلیل فرهنگ می‌گوید: «... یک علم تجربی نیست که در جست‌وجوی قانون باشد بلکه دانشی تفسیری است که برای کشف معنا می‌کوشد» (Geertz, 1975: 5). این شبکه معانی خودساخته که گرتز آن‌ها را فرهنگ می‌نامد، سپهر نمادین معناداری را شکل می‌دهند که مستلزم مطالعه عمیق تعاملات مردم - به‌عنوان سازندگان معانی - با هدف کشف و تفسیر معناداری از اجتماعات آن‌ها است (گیویان و امین، ۱۳۹۶: ۱۷۳؛ به نقل از: Geertz, 1968)؛ از همین رو مطالعه گیم‌نت‌ها به‌مثابه یک اجتماع، محقق را به سمت برگزیدن رویکردهای جدید در مواجهه با میدان‌های رسانه‌ای هدایت می‌کند. کارکردهایی که روزگاری در چنین اجتماعی شایع بوده است و امروزه به یک‌باره کنار می‌رود و یا کارکرد دیگری جایگزین کارکردهای موجود می‌شود یا حتی قوانین و هنجارهای حاکم بر آن تغییر می‌یابد، خود به‌مثابه شناخت فرهنگ چنین اجتماعاتی در دایره شبکه معانی حاصل از تحولات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در جامعه عمل می‌کند و قابل توجه است.

۵. روش تحقیق

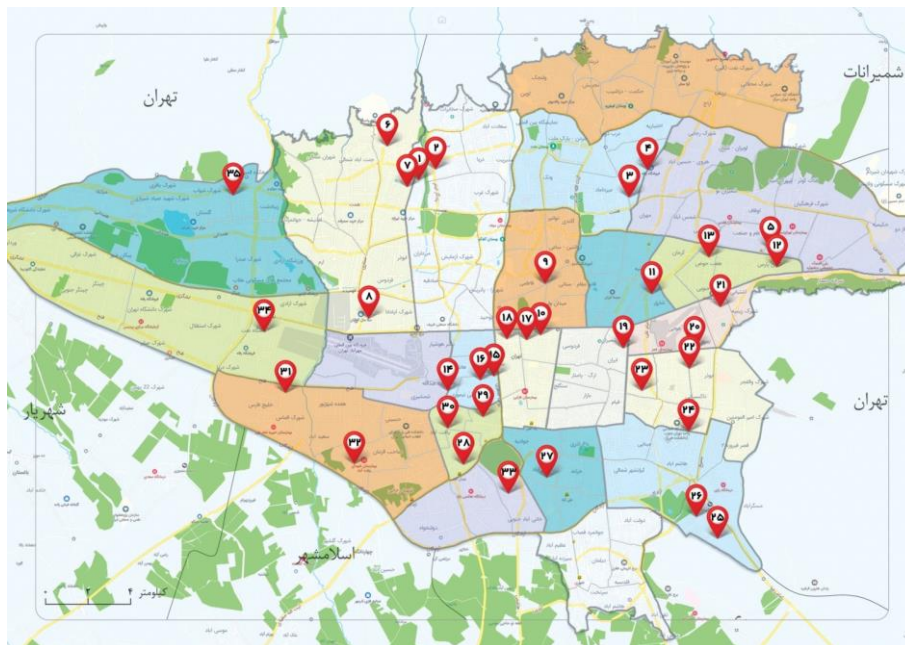
این پژوهش از چندین روش برای پاسخ‌گویی به پرسش اصلی و فرعی بهره می‌برد. برای پاسخ به نخستین پرسش اصلی و فرعی، از روش مشاهده همراه با مشارکت (مشاهده مشارکتی) استفاده خواهد شد. از آنجاکه روش مشاهده بیشتر به‌عنوان یک روش تحقیق جامعه‌شناختی مطرح است و سعی در مطالعه اعمال از طریق مشاهده دارد، این امکان را به ما می‌دهد تا به نحوه وقوع یا عملکرد یک پدیده که در این تحقیق هنجارهای حاکم و

تنوع آن‌ها بر فضا - مکان بازی‌های رایانه‌ای (مانند گیم‌نت) است، پی ببریم. برای این کار، در مشاهده همراه با مشارکت، هم‌زمان تحلیل اسناد و مدارک، مصاحبه با پاسخ‌گویان و افراد مطلع، مشارکت و مشاهده مستقیم و درون‌نگری با یکدیگر تلفیق می‌شود. در این روش، مراحل سه‌گانه مشاهده مشارکتی یعنی مشاهده توصیفی، مشاهده متمرکز و مشاهده گرینشی طی خواهد شد (فلیک، ۱۳۸۷: ۲۴۵-۲۴۴).

مهم‌ترین نکته که در جریان این روش و در این مرحله باید مورد اشاره قرار بگیرد، تعیین و انتخاب فضا برای مشاهده است که با توجه به گستره زیاد مکان‌های بازی‌های رایانه‌ای (گیم‌نت و کلوب بازی) تلاش کردیم به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای در مناطق ۲۲گانه تهران بزرگ این فضاها را انتخاب کنیم و کار مشاهده را انجام دهیم. از آنجاکه تعداد گیم‌نت‌های احصاشده و دارای مجوز در شهر تهران (پس از پیگیری از معاونت پژوهشی و نیز حراست بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای) ۲۶۸ گیم‌نت دارای مجوز دائمی (بدون احتساب گیم‌نت‌های بدون مجوز) است، تعداد ۳۵ گیم‌نت مشاهده شد. گفتنی است برای رسیدن به این عدد، ۷۳ گیم‌نت در نوبت مراجعه گرفت تا در نهایت بدین عدد دست یافتیم.

در کنار این مشاهده‌ها انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختمند با ۵۳ نفر از کاربران بازی‌های رایانه‌ای و مراجعه‌کنندگان به گیم‌نت‌ها نیز انجام شد. نمونه‌ها از میان گیم‌نت‌های دارای مجوز از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای (مبتنی بر آمار دی‌ماه ۱۳۹۸) در سطح شهر تهران انتخاب شدند. انباشت و تراکم گیم‌نت‌ها در مناطق، ملاک افزایش تعداد مشاهده‌ها در هر منطقه و مبتنی بر تفکیک وضعیت اقتصادی آن محله است؛ البته در مسیر توصیف میدان ویژه و مختص بازی‌های رایانه‌ای (گیم‌نت‌ها)، پرسش‌های مشاهده‌گر بسط و توسعه یافته است. تحلیل داده‌های گردآمده در این گام با تأکید بر مصاحبه‌های نیمه‌ساختمند و براساس تکنیک تحلیل مضمون صورت پذیرفت که رایج‌ترین شکل تجزیه و تحلیل در تحقیقات کیفی است. این روش بر تعیین، بررسی و ضبط دقیق الگوها (یا تم‌ها) در داده‌ها و همچنین بر سازمان‌دهی و شرح عمیق داده‌ها تأکید دارد. تحلیل مضمون از شمارش عبارت‌ها و کلمه‌ها در متن فراتر می‌رود و به سمت شناسایی ایده‌های صریح و ضمنی در داده‌ها حرکت می‌کند. بسیاری

از محققان، تحلیل مضمون را روش بسیار مفیدی در حذف پیچیدگی‌های معنایی در یک مجموعه داده می‌دانند (Guest, 2012: 11). برای دستیابی به نتایج نهایی نیز از روش ولکات بهره گرفته شد.



تصویر شماره (۱). پراکندگی نمونه‌های مشاهده‌شده در شهر تهران

۶. بحث و بررسی

۶-۱. ظهور کلوب‌های بازی و گیم‌نت‌ها در ایران؛ مروری تاریخی

پیش از آنکه به بیان نتایج بررسی‌های حاصل از پژوهش میدانی پرداخته شود، توجه به نحوه شکل‌گیری این میدان رسانه‌ای جدید در جامعه ایرانی بسیار قابل توجه است. از آنجاکه تاریخچه‌ای مدون از تحولات کلوب‌های بازی و گیم‌نت‌ها در ایران وجود ندارد، تلاش شد تا شمایی کلی از آن تصویر شود؛ با این حال با تکیه بر منطق روایت تاریخی و تحولات فرهنگی - ارتباطی بازی‌های ویدئویی یا رایانه‌ای در ایران و جهان، تلاش شد تا این تحولات مبتنی بر نقاط عطف تاریخی ترسیم شود. البته بیان این نکته ضروری است که در این بخش، جدای استفاده از داده‌های تاریخی اعلانی، مصاحبه‌هایی

با چهار نفر از فعالان رسانه‌ای و ژورنالیست‌های این حوزه^۱ (آرش حکیمی: روزنامه‌نگار و محقق بازی‌های رایانه‌ای؛ سپهر ترابی: کارشناس بازی‌های رایانه‌ای و روزنامه‌نگار؛ علی فخار: مدیر سابق روابط عمومی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و فعال رسانه‌ای، کسری کریمی‌طار: کارشناس بازی‌های رایانه‌ای) صورت گرفت که در ترسیم ماتریس تحولات و استخراج سه دوره تاریخی در ایران، بسیار مثمرتر بوده است.

۲-۶. سیر تحولات تاریخی بازی‌های رایانه‌ای و گیم‌نت‌ها با رویکرد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و

ارتباطی در ایران

براساس تحلیلی تاریخی و داده‌ای و با توجه به روندهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و ارتباطی در ایران و جهان می‌توان منطبق بر ماتریس ذیل دوره‌های سه‌گانه‌ای را با مختصات مشخص برای کلوب بازی‌ها و گیم‌نت‌ها در ایران برشمرد:

دوره اول: دوران رواج گیم‌کلوب‌ها مبتنی بر کنسول‌های سگا، میکرو و آتاری در ایران (۱۹۸۵-۲۰۰۱)؛

دوره دوم: ظهور و گسترش گیم‌نت‌ها در ایران (۲۰۰۹-۲۰۰۲)؛

دوره سوم: بازی کردن در خانه به جای بازی کردن خارج از خانه (۲۰۱۰ تاکنون).

جدول شماره (۲). دوره‌های تحولات کلوب‌های بازی و گیم‌نت در ایران

دوره‌های تحولات کلوب‌های بازی و گیم‌نت‌ها در ایران	سال	رویداد مهم عرصه بازی‌های ویدئویی یا رایانه‌ای در ایران و جهان	مهم‌ترین تحولات فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی مرتبط با ایران
دوره اول: دوران رواج گیم‌کلوب‌ها مبتنی بر کنسول‌های سگا، میکرو و آتاری در ایران (۱۹۸۵-۲۰۰۱):	۱۹۷۶	ورود نخستین کنسول بازی به ایران و شروع نسل دوم کنسول‌ها (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	
	۱۹۷۸	کنسول بازی «تی‌وی گیم» توسط جنرال الکتریک کیت	

۱. البته با ده نفر از فعالان رسانه‌ای حوزه بازی‌های رایانه‌ای تماس گرفته شد که تنها چهار نفر حاضر به پاسخ‌گویی شدند و بقیه به دلایلی قادر به پاسخ‌گویی نبودند، از جمله: آرش عیاری، امیر سلامتی، سعید زعفرانی، امیر گلخانی، علی مجرد و متین ایزدی.

دوره‌های تحولات کلوب‌های بازی و گیم‌نت‌ها در ایران	سال	رویداد مهم عرصه بازی‌های ویدئویی یا رایانه‌ای در ایران و جهان	مهم‌ترین تحولات فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی مرتبط با ایران
۱. چیزی به نام رایانه‌های شخصی وجود نداشت (حکیمی، ۱۳۹۹).	۱۹۷۹	در تهران ارائه شد (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	پیروزی انقلاب اسلامی ایران
	۱۹۸۰	آغاز انقلاب فرهنگی و ممنوعیت ورود هرگونه بازی به ایران (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	آغاز انقلاب فرهنگی و شروع جنگ تحمیلی هشت‌ساله
۲. بازی‌های درون این کلوب‌گیم‌ها مبتنی بر بازی‌های تک‌نفره و نهایتاً دونفره بود (حکیمی، ۱۳۹۹؛ ترابی، ۱۳۹۹).	۱۹۸۵	آتاری ۲۶۰۰ به‌عنوان نخستین کنسول بازی پس از انقلاب با قیمت ۲۰۰ دلار (احتمالاً به صورت قاچاق) وارد ایران شد (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	
	۱۹۸۸	انتشار نخستین نقد بازی‌های ویدئویی در نشریه علم الکترونیک و کامپیوتر، شماره ۹۳ و آغاز نسل چهارم کنسول‌ها (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	پایان جنگ تحمیلی هشت‌ساله ایران و عراق
۳. خبری از بازی‌های شبکه‌ای نبود (ترابی، ۱۳۹۹).	۱۹۸۹	ورود احتمالی کومودور ۶۴ (نوعی رایانه خانگی)، اپکتروم ^۲ و آمیگا ^۳ ، رایانه شخصی ^۴ و سایر وسایل الکترونیک به ایران (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	آغاز به کار دولت سازندگی
۴. به دلیل گران‌بودن کنسول‌ها ترجیح به حضور در کلوب بازی بود (حکیمی، ۱۳۹۹).			

1. Commodore 64
2. Spectrum
3. Amiga 500
4. PC

دوره‌های تحولات کلوب‌های بازی و گیم‌نت‌ها در ایران	سال	رویداد مهم عرصه بازی‌های ویدئویی یا رایانه‌ای در ایران و جهان	مهم‌ترین تحولات فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی مرتبط با ایران
	۱۹۹۲	ورود نسخه‌های غیراصل کنسول فامیکان ^۱ و کنسول میکرو جینیوس ^۲ ساخت کشور تایوان	
	۱۹۹۳	نسل پنجم کنسول‌ها و ظهور پلی‌استیشن و نیتندو (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	ورود اینترنت به ایران برای کاربرد دانشگاهی (تاریخچه ورود ADSL به ایران، ۱۳۹۶).
	۱۹۹۶	تأسیس نخستین استودیوی تولید بازی رایانه‌ای در ایران تحت عنوان «هونافا» (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	تصویب قانون معروف به داماتو و تحریم ایران از سوی ایالات متحده (United States sanctions against Iran, 2020).
	۱۹۹۷		دوم خرداد و روی کار آمدن دولت اصلاحات در ایران
	۱۹۹۸	آغاز نسل ششم کنسول‌ها و ظهور پلی‌استیشن ۲ و ایکس‌باکس (wolf, 2008).	
	۲۰۰۱	انتشار نخستین مجله ایرانی با عنوان «بازی رایانه» در ماه آوریل (فروردین ۱۳۸۰) که به موضوعات مرتبط با بازی‌های ویدئویی می‌پرداخت (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	
دوره دوم: ظهور و گسترش گیم‌نت‌ها	۲۰۰۲	حضور بازی کانتر استرایک به صورت فراگیر در ایران (حکیمی، ۱۳۹۹).	توسعه صنعت آی‌تی در ایران (تاریخچه ورود ADSL به ایران، ۱۳۹۶).

1. Famicom
2. Micro Genius

دوره‌های تحولات کلوب‌های بازی و گیم‌نت‌ها در ایران	سال	رویداد مهم عرصه بازی‌های ویدئویی یا رایانه‌ای در ایران و جهان	مهم‌ترین تحولات فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی مرتبط با ایران
در ایران (۲۰۰۹-۲۰۰۲): ۱. نخستین گیم‌نت‌ها در ایران در سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۸۲ در تهران و مشهد ایجاد شدند (حکیمی، ۱۳۹۹).	۲۰۰۳	«بازی‌نما» به‌عنوان رسانه تخصصی بازی و سرگرمی فعالیت خود را آغاز کرد. (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	
۲. امکان انجام بازی‌های شبکه‌ای یعنی حتی ۵ به ۵ فراهم شد. (حکیمی، ۱۳۹۹).	۲۰۰۵	مجله «دنیای بازی» در شهریور ۱۳۸۴ نخستین شماره خود را منتشر کرد (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020). پلی‌استیشن ۳ و ایکس‌باکس ۳۶۰.	
۳. حضور بازی‌هایی چون کانتر استرایک و بتلفیلد ۲ سبب توسعه بازی‌های شبکه‌ای در ایران شدند (ترابی، ۱۳۹۹).	۲۰۰۶	اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در ۹ خرداد ۱۳۸۵ (۳۰ می) به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسید.	
۴. رشد قارچ‌وار گیم‌نت‌ها با توجه به توسعه صنعت آی‌تی و نیز وام‌های اشتغال‌زایی در دولت هشتم (اصلاحات) و افزایش درآمدهای نفتی در دولت نهم (مهرورزی) (حکیمی، ۱۳۹۹).	۲۰۰۷	نخستین جشنواره رسانه‌های دیجیتال که فستیوالی برای بازی‌های ویدئویی نیز به شمار می‌رود، برگزار شد. (چهارمین دوره جایزه‌های بازی‌های جدی، ۱۳۹۹).	بیشترین میزان صادرات نفتی پس از انقلاب، ضریب نفوذ اینترنت در ایران به حدود ۳۴/۹ درصد رسید و خدمات اینترنت روی تلفن همراه در ایران ارائه شد (تاریخچه ورود ADSL به ایران، ۱۳۹۶).
۵. ایجاد گیم‌نت‌ها نیازمند اخذ مجوز جدی نبود و در مجموعه صنف	۲۰۰۸	اسرا ^۱ (نظام رده‌بندی سنی بازی‌های رایانه‌ای) در ایران به‌عنوان نخستین نظام رده‌بندی در خاورمیانه تأسیس شد	

1. ESRA (Entertainment Software Rating Association)

دوره‌های تحولات کلوب‌های بازی و گیم‌نت‌ها در ایران	سال	رویداد مهم عرصه بازی‌های ویدئویی یا رایانه‌ای در ایران و جهان	مهم‌ترین تحولات فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی مرتبط با ایران
وسایل ورزشی تعریف می‌شدند (حکیمی، ۱۳۹۹). ۶. امکان خرید رایانه‌های متعدد برای ایجاد چنین گیم‌نت‌هایی از سوی متقاضیان عادی به دلیل وضعیت اقتصادی نسبتاً مناسب فراهم بود (فخار، ۱۳۹۹).	۲۰۰۹		حوادث داخلی سال ۱۳۸۸ و اعتراض‌های سراسری به نتایج انتخابات ریاست‌جمهوری در ایران و روی کار آمدن دولت دهم، تعداد مبادی ورودی اینترنت به ایران به ۹ عدد افزایش یافت (تاریخچه ورود ADSL به ایران، ۱۳۹۶).
دوره سوم: بازی کردن در خانه به جای بازی خارج از خانه (۲۰۱۰ تاکنون): ۱. کم‌کم اینترنت ADSL وارد منازل می‌شود و اقبال کمتری به سمت گیم‌نت‌ها می‌شود (حکیمی، ۱۳۹۹؛ کریمی طار، ۱۳۹۹). ۲. هرچند همچنان رشد گیم‌نت‌ها در	۲۰۱۰	در ماه ژانویه بازی «آسمان دژ» ^۱ به‌عنوان یک بازی استراتژیک که پُر هزینه‌ترین بازی تاریخ ایران تا سال ۲۰۱۰ بود، توسط استودیو فن‌افزار و با حمایت مؤسسه بازی‌های کامپیوتری تحت عنوان «گرشاسب» منتشر شد (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	تصویب قانون سیسادا و تحریم‌های فلج‌کننده اقتصادی از سوی ایالات متحده امریکا در مورد ایران (United States sanctions against Iran, 2020)، آغاز فراگیری استفاده از اینترنت پرسرعت ADSL در ایران (دو درصد دسترسی داشتند) (تاریخچه ورود ADSL به ایران، ۱۳۹۶).
سال‌های ابتدای این دوره در شهرستان (البته در ابعاد کوچک) وجود دارد اما در تهران شاهد تعطیلی گیم‌نت‌ها هستیم (حکیمی، ۱۳۹۹).	۲۰۱۱	در این سال نخستین فروشگاه اپلیکیشن‌های پلتفرم تلفن همراه تحت عنوان «کافه‌بازار» آغاز به کار کرد. اولین «جشنواره بازی‌های رایانه‌ای تهران» (Hackimi,)	اعمال تحریم‌های جدید اقتصادی علیه ایران (United States sanctions against Iran, 2020).

دوره‌های تحولات کلوب‌های بازی و گیم‌نت‌ها در ایران	سال	رویداد مهم عرصه بازی‌های ویدئویی یا رایانه‌ای در ایران و جهان	مهم‌ترین تحولات فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی مرتبط با ایران
۳. حضور بیشتر گیم‌های کم‌تجربه و کم‌سن‌وسال در این دوره (حکیمی، ۱۳۹۹).		(Zafarany, & Sheffield, 2020).	
۴. اکثر سبک‌های بازی‌ها بر روی پلتفرم‌های تلفن همراه قابل انجام است (کریمی‌طار، ۱۳۹۹).	۲۰۱۲		وضع تحریم‌های شدید در حوزه‌های دفاعی و نیز مؤسسات مالی از سوی ایالات متحده علیه ایران (United States sanctions against Iran, 2020)، پهنای باند اینترنت در ایران به ۷۲/۶۲۷ مگابایت بر ثانیه رسید (تاریخچه ورود ADSL به ایران، ۱۳۹۶).
۵. سازوکار اخذ مجوز و نظارت بر گیم‌نت‌ها ادامه فعالیت‌ها را سخت کرد (حکیمی، ۱۳۹۹).	۲۰۱۳	ارائه کنسول نیتندو U و نیز پلی‌استیشن ۴ (کنسول محبوب در ایران) و ایکس‌باکس وان (wolf, 2008).	روی کارآمدن دولت تدبیر و امید و جدی‌شدن مذاکرات ایران و ۱+۵
۶. کارکردهای جدیدی به محوریت فعالیت آن‌ها قرار می‌گیرد مانند گیم‌کافه یا گیم‌رستوران (حکیمی، ۱۳۹۹).	۲۰۱۴	اکثر تولیدکنندگان بازی‌های ویدئویی ساخت بازی بر روی پلتفرم پی‌سی را متوقف و به پلتفرم گوشی‌های تلفن همراه هوشمند روی آوردند. در این سال مجله دنیای بازی بعد از ۱۷۶ شماره به دلیل مشکلات مالی متوقف شد (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	
۷. در سال‌های انتهایی این دوره بازی‌ها دچار تحول شدند و قابلیت کپی‌شدن ندارند و با توجه به شرایط اقتصادی، خرید گیم‌ها و کنسول‌ها مقرون‌به‌صرفه نیست (کریمی‌طار، ۱۳۹۹).	۲۰۱۵	بازی موتوری توسط «گیلم گیم» و کافه بازار عرضه شد و با کسب ۱/۶ میلیون کاربر	توافق هسته‌ای ایران با ۱+۵ (برجام) و تعویق برخی از تحریم‌ها علیه ایران

1. Glim Games

دوره‌های تحولات کلوب‌های بازی و گیم‌نت‌ها در ایران	سال	رویداد مهم عرصه بازی‌های ویدئویی یا رایانه‌ای در ایران و جهان	مهم‌ترین تحولات فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی مرتبط با ایران
۱۳۹۹؛ حکیمی، (۱۳۹۹). ۸. شیوع بیماری کرونا در سال ۲۰۲۰ ضربه شدیدی به محیط بازی‌های ویدئویی در ایران وارد کرد و بسیاری از گیم‌نت‌ها به تعطیلی و تغییر کاربری دست زدند. تحریم‌های اقتصادی علیه		رکورد دالود، فروش و کاربر فعال را در ایران از آن خود کرد. مجله الکترونیکی «بازی‌نامه» نخستین شماره خود را در سپتامبر منتشر کرد؛ هرچند تا ۲۹ شماره ادامه یافت ولی تازنمای آن همچنان فعال است. (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	(United States sanctions) پهنای (against Iran, 2020)، باند اینترنت به ۳۵۰ مگابایت بر ثانیه رسید (تاریخچه ورود ADSL به ایران، ۱۳۹۶).
ایران از سوی ایالات متحده، کسب‌وکارهای گیم‌نت‌ها را به ورشکستگی نزدیک کرده است (هرچند فارغ از تحولات دوره است).	۲۰۱۶	نخستین بازی بزرگ غربی تحت عنوان «کلش آو کلنز» ^۱ توسط کافه بازار به‌طور رسمی در ایران منتشر شد (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	رییس‌جمهوری دونالد ترامپ در ایالات متحده و اقدام در جهت خروج از توافقنامه هسته‌ای با ایران (Joint Comprehensive Plan of Action, 2020).
۹. با توجه عدم امکان توانایی خرید گیم و کنسول، شرایط برای بازگشت دوباره گیم‌نت‌ها در حال فراهم شدن	۲۰۱۷	نخستین دوره جشنواره بازی‌های جدی سال ^۲ در ماه نوامبر در تهران برگزار شد (چهارمین دوره جایزه‌های بازی‌های جدی، ۱۳۹۹).	
است (فخار، ۱۳۹۹). ۱۰. پدیده‌های جدید مانند استریمرها به وجود آمدند (کریمی‌طار، ۱۳۹۹).	۲۰۱۸		اعلام رسمی خروج ایالات متحده از توافقنامه هسته‌ای با ایران (Joint Comprehensive Plan of Action, 2020).
۱۱. گیم بازی کردن به یک سرگرمی لوکس	۲۰۱۹	استودیوی ملی بازی‌سازی پس از هفت سال به دلیل مشکلات اقتصادی کشور، به	

1. Clash of Clans
2. Serious Games Prize 2017

دوره‌های تحولات کلوب‌های بازی و گیم‌نت‌ها در ایران	سال	رویداد مهم عرصه بازی‌های ویدئویی یا رایانه‌ای در ایران و جهان	مهم‌ترین تحولات فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی مرتبط با ایران
مبدل شده است (کریمی‌طار، ۱۳۹۹).		کار خود پایان داد. (Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020).	
	۲۰۲۰	ورود نسل نهم کنسول‌ها به بازار جهانی (پلی‌استیشن ۵ معادل ۴۰۰ تا ۵۰۰ دلار) (PlayStation5, 2020).	آغاز همه‌گیری ویروس کرونا و ارزش یک دلار معادل ۲۷۰۰۰۰ ریال و انتخاب «جو بایدن» به عنوان ۴۶ امین رئیس‌جمهور ایالات متحده آمریکا، قیمت یک کارت گرافیکی خوب برای بازی به مبلغی در حدود ۶۰۰ میلیون ریال رسیده است (کریمی‌طار، ۱۳۹۹).

منابع: (حکیمی، ۱۳۹۹؛ ترابی، ۱۳۹۹؛ فخار، ۱۳۹۹؛ کریمی‌طار، ۱۳۹۹؛ تاریخچه ورود ADSL به ایران، ۱۳۹۶؛ چهارمین دوره جایزه‌های بازی‌های جدی، ۱۳۹۹؛ wolf, 2008; Hackimi, Zafarany, & Sheffield, 2020; United States sanctions against Iran, 2020; Joint Comprehensive Plan of Action, 2020; PlayStation5, 2020)

۳-۶. ویژگی‌های گیم‌نت‌ها

مبتنی بر داده‌های گردآوری‌شده، مشاهده‌ها و نیز مصاحبه‌های نیمه‌ساختمند، و براساس تجزیه و تحلیل مضمون‌محور، در مرحله نخست ۴۸۶ گزاره توصیفی از داده‌های گردآوری‌شده به دست آمد. این داده‌ها در مرحله تحلیل با برچسب‌های توصیفی در مضامین (۱) ویژگی‌های مکان، (۲) ویژگی‌های مبتنی بر کاربران، (۳) پروتکل‌ها و هنجارهای حاکم بر فضای گیم‌نت‌ها، (۴) کارکردهای ارتباطی، و (۵) امکانات گیم‌نت‌ها مقوله‌بندی شدند (با توجه به محدودیت حجمی مقاله، جداول کدگذاری و مقوله‌بندی بیان نشده است ولی در دفتر مجله قابل دسترسی است). در بخش ویژگی‌ها نیز، تم‌ها در سه محور قرار گرفتند که نخست می‌توان گیم‌نت‌های موجود مشاهده‌شده را در این دسته‌بندی‌ها قرار داد که بیشتر مبتنی بر محل قرارگیری و ویژگی‌های مکانی و معماری آن‌هاست که از

نظر نوع رفتارها و نوع کاربران، و کارکردها نیز می‌تواند قابل توجه باشد. براین اساس و مبتنی بر تعداد مشاهدات صورت گرفته، ده نوع گیم‌نت در شهر تهران قابل اشاره هستند که این تنوع گیم‌نتی ویژگی‌های گاه متفاوت و متمایز آن‌ها را گوشزد می‌کند، اما جنبه دوم مبتنی بر نوع کاربران است که به عنوان بُعد عمومی گیم‌نت‌های مشاهده شده مطرح است و محور سوم پروتکل‌ها و هنجارهای حاکم بوده که آن نیز جنبه عمومی دارد و آن را می‌توان بر همه گیم‌نت‌ها تطبیق داد.

۶-۴. گونه‌شناسی ویژگی‌های گیم‌نت‌ها مبتنی بر مکان، معماری و امکانات

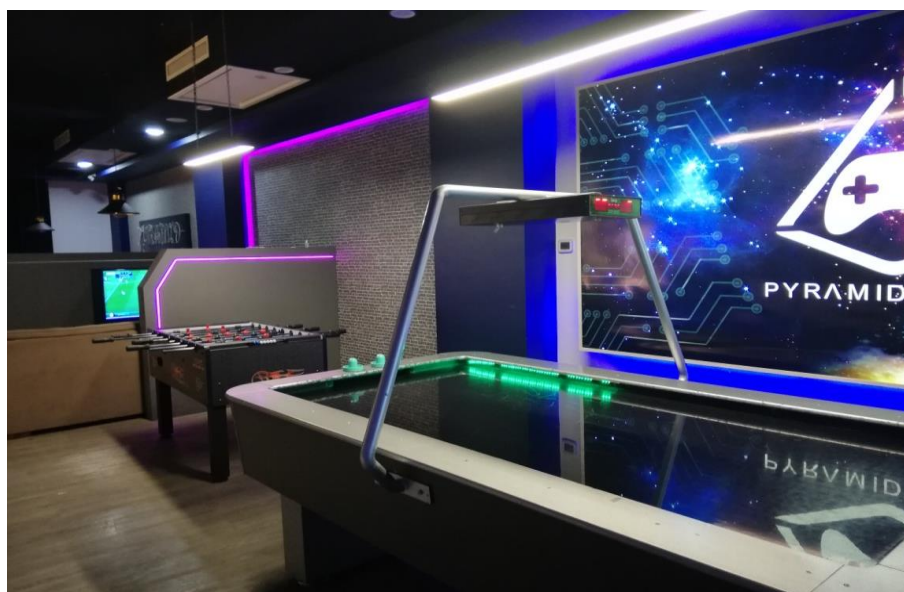
۶-۴-۱. گیم‌سستر

یکی از انواع گیم‌نت‌های شناسایی شده در روند مشاهده‌ها، زیر عنوان گیم‌سستر قرار می‌گیرند که مکانی هستند با فضایی نسبتاً بزرگ که تنها به انجام بازی‌های رایانه‌ای اختصاص نداشته و سایر انواع بازی‌ها، از بازی‌های فکری گرفته تا بازی‌هایی چون بلیارد، فوتبال دستی، بازی‌های کارتی و غیره در آن قابل مشاهده است. گیم‌سسترها محلی به شمار می‌روند که مبتنی بر بازی‌های ویدئویی نبوده و از این جهت بیشتر پاتوقی برای تجمع، دورهمی‌های دوستانه و تفریح و سرگرمی محسوب می‌شوند. چون این گیم‌سسترها بیشتر در مناطق جغرافیایی مرفه شهر قرار دارند، کاربرانی از طیف‌های گوناگونی را به خود جلب کرده‌اند و حتی شاهد حضور خانوادگی، گروه‌های دوستی دختر و پسر و بازی‌کردن‌های دختران در این محیط‌ها هستیم که در کنار آن، سایر امکانات رفاهی مانند بوفه و رستوران نیز قابل مشاهده است.

اجتماع گیم‌نت‌های ایرانی... / مجتبی صمدی، مهدی محسین‌راد، هادی خائیکی، علیرضا حسینی پاکدهی *پژوهش‌های ارتباطی* ۲۴۵



تصویر شماره (۲). بازی‌های کارتی در مک‌گیم‌سنتر و کاربران دختر و پسر



تصویر شماره (۳). تنوع بازی‌ها در مرکز بازی پیرامید

۲-۴-۶. گیم‌نت بزرگ و مدرن

نوع دیگر گیم‌نت‌ها که مدرن و دارای بخش‌های مختلف با انواع کنسول‌ها و اتاق‌های VIP متعدد هستند، فضای فیزیکی نسبتاً بزرگی را به خود اختصاص داده‌اند. در این گیم‌نت‌ها با توجه به فضا و مکان و طراحی و معماری مدرن، فضاهایی جذاب فراهم شده است که خانواده‌ها با اعتماد بیشتری برای حضور در آن‌ها تمایل دارند. ارائه بازی‌های مبتنی بر واقعیت افزوده از جذابیت‌های ویژه چنین گیم‌نت‌هایی است؛ از این رو پاتوقی برای کاربران حرفه‌ای هم محسوب می‌شوند، چراکه حرفه‌ای‌تر از سایر انواع گیم‌نت‌ها موضوع بازی‌های رایانه‌ای را دنبال می‌کنند. وجود فضایی با طراحی مدرن و امکانات رفاهی مناسب بر جذابیت این مراکز افزوده است اما باز هم مکانی برای تفریح به حساب می‌آیند.

۳-۴-۶. گیم‌نت کافه

این گیم‌نت‌ها بیشتر از آنکه یک گیم‌نت باشند، کافی‌شاپ محسوب می‌شوند که طراحی و معماری آن‌ها مبتنی بر حضور در کافه است و بازی کردن در حاشیه آن انجام می‌شود. در این گیم‌نت‌ها شاهد ارائه انواع نوشیدنی‌ها هستیم و کاربران خاصی دارد. با ارائه موسیقی زنده و خوانندگی، در واقع خدمات کافه‌ای بیش از بازی کردن در آن دارای اولویت است. این نوع گیم‌نت‌ها در دوران رکود و استقبال‌نشدن از بازی‌های ویدئویی، راهکاری برای رونق‌بخشیدن و درآمدزایی بیشتر در قالب کافه هستند؛ باین‌حال کاربران خاص خود را دارند و عموم کاربران (نوجوانان و جوانان) رغبت چندانی برای حضور در آن ندارند.



تصویر شماره (۴). گیم‌نت آقای گیمر و حضور مشتریان کافه (منبع: اینستاگرام)

۶-۴-۴. گیم‌نت پاساژی

شکل مرسوم گیم‌نت‌های شهر تهران در قالب گیم‌نت پاساژی است که با توجه به محل قرارگیری آن، کاربرانی از جنس پاساژگردها و حتی اهالی اطراف و کاسبان پاساژ دارد. این گیم‌نت‌ها که طراحی آن متناسب با سطح کیفی پاساژ است، معمولاً در طبقات انتهایی پاساژ یا همکف قرار دارند و جایی برای گذران وقت توسط کاربران علاف یا مغازه‌داران بدون مشتری محسوب می‌شوند تا کاربران حرفه‌ای!

۶-۴-۵. گیم‌نت دانش‌آموزی

این نوع گیم‌نت‌ها مبتنی بر مکان قرارگیری و یا متولی راه‌اندازی، دانش‌آموزی تعریف می‌شوند؛ لذا با مجوز یا پشتوانه آموزش و پرورش راه‌اندازی شده‌اند، مانند گیم‌نت کانون فرهنگی سلمان که حتی خود وزیر آموزش و پرورش برای گشایش آن حضور یافت. این نوع گیم‌نت‌ها محل درآمدزایی برای فضاهای بلااستفاده آموزش و پرورش به حساب می‌آیند یا در تلاش هستند تا کاربران دانش‌آموز را با توجه محل قرارگیری (در کنار مدارس) جذب کنند؛ از این رو نسبت به تمامی گیم‌نت‌ها، بیشترین نظارت و کنترل روی رفتارها و کنش‌ها در آن صورت می‌گیرد. حضور والدین هم دلیلی بر نظارت بیشتر بر محیط و اعتماد به چنین گیم‌نت‌هایی است.

۶-۴-۶. گیم‌نت زیرزمینی

گیم‌نت‌های زیرزمینی برخلاف نام‌شان بدون مجوز نیستند (زیرا ما در این بررسی تنها به بررسی گیم‌نت‌های دارای مجوز پرداخته‌ایم)، بلکه مبتنی بر مکان قرارگیری آن در زیرزمین ساختمان‌ها هستند که بیشتر بدون نور بوده یا در انتهای پاساژ یا پارکینگ یک ساختمان قرار دارند. دسترسی نسبتاً مخفی این گیم‌نت‌ها، آن‌ها را به نوعی دور از فضای نظارت قرار داده است؛ هرچند شاید دلیل اصلی شکل‌گیری این گیم‌نت‌ها هزینه اندک اجاره چنین مکان‌هایی باشد. رعایت کمترین میزان اصول بهداشتی و نظافت از ویژگی‌های شاخص آن‌هاست.



تصویر شماره (۵). ورودی گیم‌نت پاتوق

۶-۴-۷. گیم‌نت مغازه‌ای

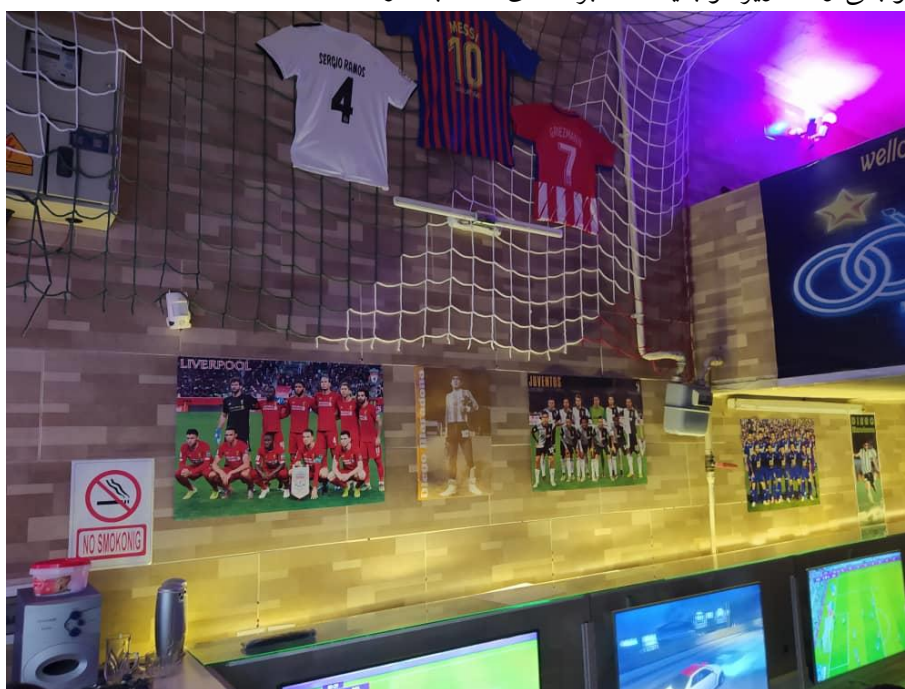
این گیم‌نت‌ها به بازی‌های رایانه‌ای صرفاً به‌عنوان محل درآمدزایی نگاه می‌کنند و کاربر را به‌مثابه مشتری و خریدار می‌بینند. در این گیم‌نت‌ها حتی برخی اقلام غیرمرتبط هم به فروش می‌رسند. قرارگیری در کنار مغازه‌های محلی، از ویژگی‌های این نوع گیم‌نت‌هاست.



تصویر شماره (۶). نمایی از کلوب بازی شاتل و فروش اقلام وسایل بازی

۸-۴-۶. گیم‌نت فوتبالی

این گیم‌نت‌ها به نوعی طراحی شده‌اند که هر فرد را در مواجهه کامل با فضایی قرار می‌دهند که گویی وارد یک مجموعه ورزشی و فوتبالی شده است و علاقه‌مندی متصدی به بازی فوتبال و سوارشدن بر حس رقابت فوتبالی میان کاربران، او را به این سمت سوق داده است. در این گیم‌نت‌ها بازی فوتبال بیش از سایر بازی‌ها اهمیت دارد و دکوراسیون فوتبالی و تصاویر فوتبالیست‌ها بر فضای آن غلبه دارد.



تصویر شماره (۷). لباس‌های ورزشی و تور دروازه در گیم‌نت رضا

۹-۴-۶. گیم‌نت آکواریومی

لفظ آکواریوم تنها برای نشان‌دادن نظم و ترتیب و آراستگی محیط است که گیم‌نت را به مکان جذابی برای بازی کردن مبدل می‌کند و علاوه بر بازی کردن، می‌توان از پیرامون و اطراف که مطابق با سلیقه و ظرافت‌های طراحی متصدی است، لذت برد. یکی از گیم‌نت‌های نمونه در این دسته‌بندی از چندین آکواریوم برای زیباسازی محیط در کنار

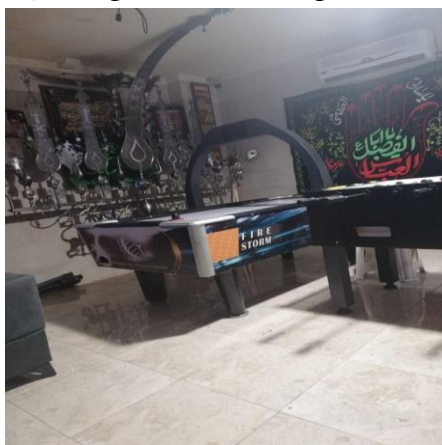
نظم و مقررات و چینش‌ها استفاده کرده بود؛ از این‌رو محقق نیز این نام را برای این دسته برگزید؛ باین‌حال، محور اصلی در آن بازی کردن و لذت از بازی بود.



تصویر شماره (۸). نمایی از گیم‌نت قائم

۱۰-۴-۶. گیم‌نت مسجدی

این گیم‌نت به سبب قرارگیری در نزدیکی مساجد یا بخشی از املاک یک مسجد، برای اجاره و کاربری تجاری پدید آمده است و با توجه به نزدیکی مکانی به مساجد، باید پروتکل‌های خاصی را رعایت کند؛ باین‌حال مشاهده‌ها نشان داد به‌رغم متفاوت بودن نوع کاربران، رفتارها و کنش‌های ارتباطی آنان تفاوت چندانی با سایر گیم‌نت‌ها ندارد.



تصویر شماره (۹). نمایی از گیم‌نت آیدین

۵-۶. ویژگی گیم‌نت‌ها مبتنی بر کاربران

اگر محقق بخواهد فضای کلی حاکم بر گیم‌نت‌ها را مبتنی بر نوع کاربران دسته‌بندی کند، باید مضامین ذیل را مورد اشاره قرار دهد:

۱. نوجوانانه و جوانانه: عمده کاربران گیم‌نت‌ها گروه‌های کاری ۱۲-۲۵ سال هستند و کمتر شامل گروه‌های سنی خارج از این محدوده می‌شوند، هرچند در مراجعه‌ها کاربرانی از ۴۵-۵ سال مشاهده شده است؛ بنابراین مکانی است برای قشر نوجوان و جوان؛
۲. دوستانه: عمده روابط در گیم‌نت‌ها و کاربران مبتنی بر رابطه دوستی است و کاربران در قالب گروه‌های دوستی به آن مراجعه می‌کنند؛

۳. همسایه‌محور و محلی: نوع حضور کاربران براساس نزدیکی محلی و همسایگی است، چنان‌که کاربران به گیم‌نت‌های محله و همسایه خود مراجعه می‌کنند؛ لذا ترکیب کاربران براساس روابط و ارتباطات قبلی است؛

۴. دارای فاصله از خانوادگی و دخترانه‌بودن: در بین گیم‌نت‌های مشاهده‌شده تنها چهار گیم‌نت با حضور دختران و خانواده‌ها همراه بود و حضور آنان نیز چندان چشمگیر نیست؛ لذا نمی‌توان تنوع کاربری و گروهی را به آن‌ها نسبت داد.

۶-۶. ویژگی‌های گیم‌نت‌ها مبتنی بر پروتکل‌ها و هنجارها

۱. هزینه بر عهده بازنده: این یک هنجار نانوشته بر فضای گیم‌نت‌هاست که در بیشتر آن‌ها لحاظ می‌شود که در بازی‌های گروهی بازنده باید هزینه بازی‌ها را بپردازد؛
۲. تفریحی نه حرفه‌ای: گیم‌نت مکانی برای تفریح و سرگرمی است و کاربران از آن انتظار یادگیری حرفه‌ای بازی کردن ندارند؛ هرچند برخی کاربران حرفه‌ای هستند؛
۳. اعمال دستورالعمل‌ها و ممنوعیت‌ها به میزان تعهد و سلیقه متصدی: نکته مهم در اجرای پروتکل‌ها و هنجارهای حاکم، (از رعایت پروتکل‌های بهداشتی گرفته تا رعایت حجاب اسلامی بانوان یا سیگارنکشیدن و فحش‌ندادن) همه به تعهد و سلیقه متصدی و میزان و قدرت اثرگذاری و نفوذ کلام وی وابسته است؛ از این رو مقررات یکسانی در گیم‌نت‌ها وجود ندارد، جایی سیگارنکشیدن ممنوع است، جای دیگر حضور دختران و در جای دیگری الکل‌زدن بر دست‌ها (به خاطر ویروس کرونا) اجباری است؛
۴. گیم‌نت مکانی برای حضور گروهی و تیمی: در مقابل همه اجتماعاتی که فردمحور

هستند، گیم‌نت‌ها مبتنی بر جمعی بازی کردن شکل گرفته‌اند و در حال فعالیت هستند؛

۵. کاربر فوتبال یا غیرفوتبال: کاربران یا فوتبال بازی می‌کنند یا بازی‌ای غیر از فوتبال و این قانونی نانوشته است که اگر محققی بخواهد همه‌گیری و نیز میزان برخورداری گیم‌نت‌ها از بازی‌های به‌روز دنیا را بکاود، باید به این هنجار در گیم‌نت‌های ایرانی اشاره کرد؛

۶. چینش و تزئین و نمادپردازی و طراحی مبتنی بر سلیقه متصدی: در طراحی و نمادپردازی، میزان مهارت و سلیقه متصدی تعیین‌کننده است نه عیارهای دیگر از سوی سازمان‌ها و مراکز مجوزدهنده؛

۷. موسیقی نامتناسب با فضای گیم‌نت: هیچ نظم و مقررات خاص یا منطقی مشخصی در پخش موسیقی در گیم‌نت‌ها مشاهده نمی‌شود.

۷. کارکردهای ارتباطی و امکانات

مبتنی بر تم‌های استخراج‌شده در مقوله چهارم و پنجم، می‌توان کارکردهای ارتباطی ذیل را در کنار امکاناتی که گیم‌نت‌ها برای کاربران فراهم می‌آورند، در قالب ذیل برشمرد، هرچند باید بدین نکته اشاره کرد که این کارکردها بدون جهت‌گیری و دسته‌بندی در قالب مثبت و منفی و تهدید یا فرصت احصا شده است و از آنجاکه هدف‌گذاری این پژوهش ترسیم همه‌جانبه کارکردهاست و نمی‌خواهد ارزش‌گذاری نسبت به مضامین استخراج‌شده داشته باشد، نباید جهت‌گیری خاصی را مدنظر داشت.

۷-۱. کارکردهای ارتباطی گیم‌نت‌ها

۱. ایجاد، تقویت و گسترش ارتباطات میان‌گروهی و درون‌گروهی: گروهی بودن و تیمی بودن حضور کاربران؛
۲. تقویت ارتباطات میان‌فردی: افزایش سطح و میزان دوستی‌ها؛
۳. رؤیاسازی و پناهی به‌مثابه مکان سوم (رهایی از مشکلات و دغدغه‌های کاری و زندگی): مکانی برای فرار از مشکلات خانوادگی و خستگی‌های کاری؛
۴. تبلیغات فناوری بازی و نیز دستاوردهای صنعت بازی: مانند تبلیغات بازی‌های رایانه‌ای (بازی زولا در یکی از مشاهده‌ها یا تبلیغات مانتیورهای سامسونگ در مشاهده‌ای دیگر)؛
۵. مکانی برای تفریح، شوخی و دورهمی (حوزه عمومی متفاوت)؛

اجتماع گیم‌نت‌های ایرانی... / مجتبی صمدی، مهدی محسین‌راد، هادی خائیکی، علیرضا حسینی پاکدهی *پژوهش‌های ارتباطی* ۲۵۳

۶. ایجاد و تقویت و پشتیبانی از افراد و گروه‌های حرفه‌ای گیم‌ری (مانند دوره‌می گیم‌های معروف که هر از چندی با پشتیبانی یکی از گیم‌نت‌ها برگزار می‌شد).



تصویر شماره (۱۰). گردهمایی بزرگ DotA2 بازها در سینما پردیس قلهک با حمایت گیم‌نت اینفینیتی ۷. محدودیت و کنترل مصرف سایر رسانه‌ها (استفاده تلفن همراه از سوی کاربران به حداقل می‌رسد)؛

۸ گسترش فضای تفریحی در قالب عمق‌بخشی به روابط خانوادگی (مشاهده‌گران به حضور خانوادگی برای تفریح و سرگرمی در برخی گیم‌نت‌ها به‌ویژه گیم‌سنترها اشاره داشتند)؛
۹. نظارت بر مصرف رسانه‌ای فرزندان توسط والدین: این کارکرد در گیم‌نت‌هایی که اجازه حضور والدین را می‌دهند یا فضا به صورت خانوادگی است، قابل مشاهده بود؛



تصویر شماره (۱۱). حضور مادر و فرزند در گیم‌نت Mixo Gamenet

۱۰. نمایش روابط و ارتباطات هنجار و ناهنجار: از جمله حضور روابط میان فردی دختران و پسران؛
۱۱. گسترش حس رقابت و مسابقه در میان کاربران: جام‌های مسابقات هر از چندی با پشتیبانی گیم‌نت‌ها برگزار می‌شود و جوایزی به برندگان اهدا می‌شود؛
۱۲. نه گفتن به بازی کردن به تنهایی (بازتعریف استعاره بازی بولینگ به تنهایی). پاتنم نظریه پردازی است که با مقاله خود با عنوان «بازی بولینگ به تنهایی» موضوع سرمایه اجتماعی را به کانون توجهات جامعه امریکایی در دهه ۹۰ کشاند (فیلد، ۱۳۸۴: ۴۶-۴۵)؛
- باین حال، گسترش حضور کاربران در فضایی مانند گیم‌نت‌ها که مبتنی بر حضور گروهی و تیمی است، خود می‌تواند تقویت کننده ارتباطات اجتماعی و سرمایه اجتماعی باشد و این امر در مقابل بازی کردن به تنهایی قرار دارد و کارکرد ارتباطی ویژه‌ای را رقم می‌زند؛
۱۳. گسترش حیطه فعالیت‌های آموزش و تربیتی: بازی‌های رایانه‌ای می‌توانند کارکرد آموزشی داشته باشند که امروزه بسیار مورد توجه است؛ باین حال گیم‌نت‌ها می‌توانند زمینه راهنمایی و درونی کردن برخی آموزه‌های اجتماعی و آموزشی را در مسیر سرگرمی بر عهده بگیرند و حضور والدین در این فضا می‌تواند به این کارکرد کمک شایانی کند؛
۱۴. شخصی سازی ارتباطات: ایجاد اتاق‌ها و فضاهایی با عنوان VIP در همین راستاست، چراکه حتی شیوه مواجهه و بازی کردن را برای افراد کاملاً شخصی می‌کند و گسترش چنین فضاهایی می‌تواند در مقابل کارکرد افزایش سرمایه اجتماعی، همان تنها شدن را رقم بزند که این دو کارکرد را در مقابل هم قرار می‌دهد؛
۱۵. سطحی شدن ارتباطات گروهی و بی عمق شدن آن: نوع روابط و دوستی‌ها صرفاً در دایره رفتارها و کنش‌های ارتباطی مشخصی رقم می‌خورد و حتی دوستان گیم‌نتی با دوستان غیرگیم‌نتی متفاوت است. از سوی دیگر، سطح ارتباطات در گیم‌نت‌ها قادر به عمق بخشی و نیل دادن ارتباطات به سوی ارتباط کامل نیست؛
۱۶. تقویت ارتباطات محلی: روابط محلی با توجه به محلی بودن اکثر گیم‌نت‌ها تقویت می‌شود.

۲-۷. امکاناتی که گیم‌نت‌ها در اختیار کاربران قرار می‌دهند

■ مکانی برای مفاهمه و گفت‌وگو

■ استفاده از کارکردهای رستوران‌ها و بوفه‌ها



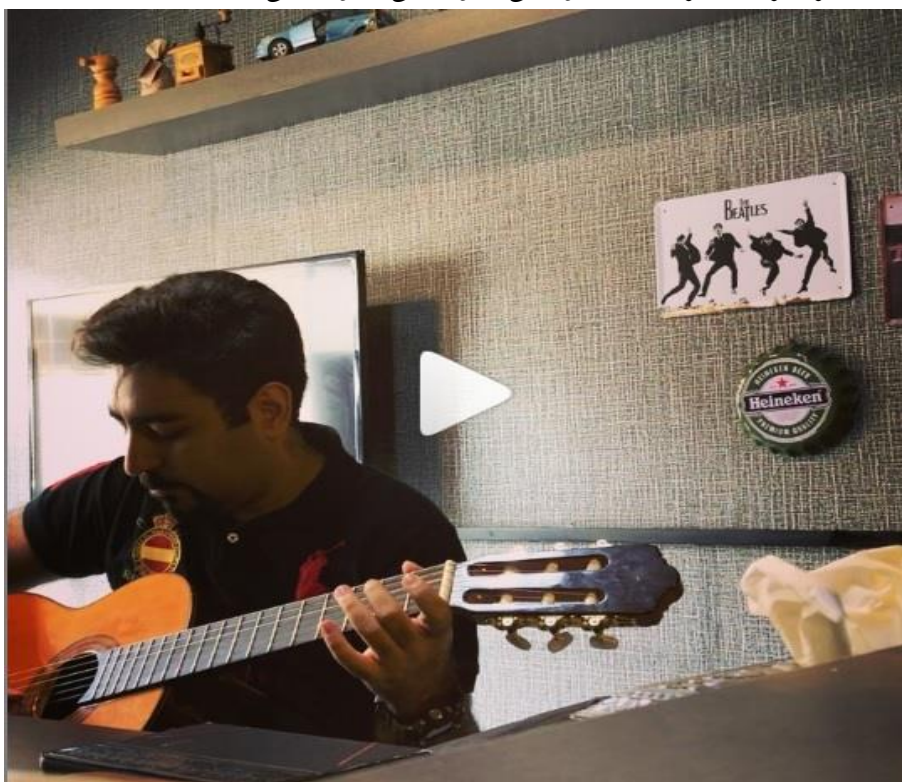
تصویر شماره (۱۲). سرو غذا در مک گیمنت

■ استفاده از کارکرد کافه‌ها و قهوه‌خانه‌ها



تصویر شماره (۱۳). ارائه دمنوش‌های گیاهی در گیمنت آقای گیمر (منبع: اینستاگرام)

- بازی کردن در سایر اشکال فکری، فیزیکی در کنار بازی‌های رایانه‌ای
- بهره‌گیری از ظرفیت‌های موسیقی، خوانندگی و نوازندگی



تصویر شماره (۱۴). نوازندگی در گیم‌نت آقای گیمر (منبع: اینستاگرام)

- مصرف و استعمال دخانیات، انواع مواد مخدر، و مشروبات الکلی
- اشتراک‌گذاری وسایل و ابزارها و کنسول‌های بازی
- گذران بخشی از زندگی روزمره افراد
- خرید اقلام و نیازمندی‌های مرتبط با بازی کردن و حتی اقلام بهداشتی و خوراکی
- ایجاد حس و هیجان یک رقابت برای جام مانند بازی حقیقی
- برگزاری مهمانی‌های شخصی و دورهمی‌های خصوصی مانند جشن‌های تولد



تصویر شماره (۱۵). برگزاری جشن در مرکز بازی پیرامید (منبع: اینستاگرام) ■ درآمدزایی از مکان‌های بلااستفاده.

نتیجه‌گیری

همان‌طور که اشاره شد، سیر تحولات در حوزه گیم‌کلوب‌ها یا همان گیم‌نت‌ها در ایران تا اندازه‌ای براساس تحولات سیاسی و نیز شرایط اقتصادی حاکم بر کشور در کنار برنامه‌ها و سیاست‌های دولت‌ها در دوران پس از انقلاب اسلامی، دستخوش تغییراتی بوده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد عرصه کنش‌ها و رفتارهای ارتباطی چندان وابسته به این امور نیست و نیز خوانش سیاستی و حتی ژورنالیستی و انتقادی به تغییرات، متفاوت از چیزی است که در عمل در سطح گیم‌نت‌ها و با حضور کاربران روی می‌دهد و با سطح مسئله‌مندی فرهنگی و اجتماعی کشور متفاوت است. به‌رغم گسترش روزافزون گیم‌نت‌ها با وجود تسهیلات دولتی و نیز رشد سرعت اینترنت و نفوذ و حضور بازی‌های

استراتژیک چندکاربره مانند «کانتر استرایک» یا «بتلد فیلد» که زمینه حضور گروهی کاربران را در اوایل دهه ۹۰ فراهم کرد و گیم‌نت‌ها را به بستری برای ایجاد شبکه‌ای از کاربران بازی‌ها به‌ویژه از طریق کامپیوترهای شخصی مبدل ساخت، اما پس از مدت کوتاهی این امکان فراهم شد تا خیل عظیمی از کاربران با توجه به شرایط اقتصادی مطلوب که در اواسط دهه ۸۰ و ورود درآمدهای ناشی از فروش نفت در جامعه پدید آمده بود، اقدام به خرید کنسول‌ها و تجهیز رایانه‌های شخصی به شکل گسترده کنند و در نتیجه میزان حضور در گیم‌نت‌ها به تدریج کاهش یافت و لذا شاهد بازی کردن در داخل خانه‌ها از سوی گیمرها شدیم، تا جایی که کارکردهای گیم‌نت‌ها برای ادامه و بقا از کارکردهای اصلی خارج شد (مانند گیم‌نت کافه) تا بتوانند ادامه حیات یابند.

با وخیم شدن شرایط اقتصادی کشور و تشدید بحران‌ها، و با افزوده شدن تحریم‌های همه‌جانبه ایالات متحده و نیز تغییر در شیوه ارائه بسیاری از بازی‌ها که کمتر بر بستر رایانه‌های شخصی ارائه می‌شوند و حتی تأمین همین رایانه‌های شخصی نیز هزینه زیادی را به کاربران تحمیل می‌کند و در عمل کپی بازی‌های مبتنی بر کنسول‌های جدید مانند پلی‌استیشن ۵ یا ایکس‌باکس سری ایکس - که اواخر سال ۲۰۲۰ به بازار عرضه شدند - ناممکن شده است، در آینده نه‌چندان دور باید منتظر حضور بیشتر کاربران در فضای گیم‌نت‌ها و کلوب‌گیم‌ها باشیم؛ چراکه شرایط اقتصادی کشور کاربران و علاقه‌مندان را بیشتر به این سمت سوق می‌دهد و با کاربرانی مواجهیم که قادر نیستند، هزینه‌های حداقلی خرید یک کنسول ۴۰۰ تا ۵۰۰ دلاری را تأمین کنند و بی‌شک برای استفاده از بازی‌های اختصاصی هم قادر به پرداخت‌های بیشتر نخواهند بود.

همان‌طور که اشاره شد، عصر کنونی عصر بازی است و برآوردها از آینده صنعت بازی‌های رایانه‌ای را نمی‌توان از عرصه سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه ایرانی در سال‌های آتی کنار گذاشت، اما آنچه بیش از گذشته اجتماع حاصل از بازی کردن را دچار

چالش می‌سازد، تحولاتی است که دیگر، فرصت پیش‌بینی‌ها را از محققان و پژوهش‌گران گرفته است. همه‌گیری ویروس کرونا لطمه جدی به چنین اجتماعی در ایران وارد کرده است، تا جایی که تعداد فراوانی از آن‌ها مجبور به تعطیلی اجباری شدند؛ با این حال، وضعیت اقتصادی تعیین‌کننده آینده است، چراکه در وضعیت کنونی کمتر کسی قادر به خرید ابزارها و کنسول‌های بازی و رایانه‌های مخصوص بازی در خانه‌هاست و به نظر می‌رسد علاقه‌مندان به بازی‌های رایانه‌ای در سال‌های آتی مجبور خواهند بود، دوباره به سوی گیم‌نت‌ها بازگردند تا بتوانند لذت بازی‌کردن را در چنین محیط‌هایی دنبال کنند. فعالان کسب‌وکارها نیز مجبورند برای ادامه حیات کارکردهای دیگری را به گیم‌نت‌ها بیافزایند تا در این وضعیت اقتصادی قادر به ادامه فعالیت باشند (از کارکردهایی چون کافه و رستوران گرفته یا تبدیل گیم‌نت‌ها به پاتوقی برای افراد خاص)؛ با این حال اینکه وضعیت اقتصادی کشور چه تغییری کند، خود تعیین‌کننده آینده این گیم‌نت‌هاست، اما نکته مهم در اینجا است که اجتماعات همچنان به حیات خود ادامه می‌دهند و این عرصه کنش و رفتار ارتباطی همچنان ادامه دارد.

پیشنادهایی برای سیاست‌گذاری فرهنگی و ارتباطی و پژوهش‌گران

در نهایت، مبتنی بر این پژوهش می‌توان پیشنهادهایی به دو گروه عرضه کرد که بیش از سایر مخاطبان این مقاله می‌تواند بدان‌ها یاری رساند. گروه نخست، سیاست‌گذاران فرهنگی و ارتباطی کشور هستند و گروه دوم ارتباط‌پژوهان و پژوهش‌گران که می‌توانند از آن در مسیر سایر فعالیت‌ها و تحقیقات خود بهره بگیرند:

۱. توجه به موضوع دسته‌بندی و رده‌بندی گیم‌نت‌ها مبتنی بر نوع مکان، کاربران و حتی کارکردهای ارتباطی؛
۲. توجه بیشتر و متمرکز جهت راه‌اندازی گیم‌نت‌هایی برای گروه‌های ویژه مانند کودکان و با درجه‌بندی و رده‌بندی سنی مختلف؛

۳. راه‌اندازی گیم‌نت‌های خانوادگی با پروتکل‌های مشخص و نظام ارزیابی دائمی. موارد ذیل می‌تواند پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی پژوهش‌گران و ارتباط پژوهان به شمار آید:

۱. توجه به اجتماعاتی که امروزه در بستر فضای مجازی و با حضور کاربران و بازی‌های رایانه‌ای (گیم‌ها) شکل گرفته است، همچون پدیده استریم‌ها و علاقه‌مندان به تماشای بازی‌کردن این استریم‌ها (گیم‌هایی که بازی‌کردن خود را به صورت زنده در معرض تماشای دیگران قرار می‌دهند)؛

۲. توجه به اجتماعاتی که با محور فعالان عرصه بازی‌سازی ازیک‌سو، و نیز گیم‌های حرفه‌ای ازسوی دیگر شکل گرفته‌اند و تحولات این عرصه و مناسبات آن را در ایران رقم می‌زنند، مانند سمینارها و سمپوزیوم‌ها یا گردهم‌آیی‌ها و همایش‌هایی که با حضور گیم‌های مطرح در قالب جشن‌ها و دورهمی‌های هفتگی، ماهانه و غیره برگزار می‌شوند و در این مقاله نیز بدان‌ها اشاره شد؛

۳. اجتماعات مبتنی بر پیوند حضور فیزیکی و تحولات فناوری بازی‌های رایانه‌ای مانند LAN پارتی‌ها که در سال‌های آتی رواج بیش‌ازپیش آن‌ها در ایران دور از انتظار نیست. برگزاری رقابت‌ها و لیگ‌های مسابقات با طیف گسترده‌ای از علاقه‌مندان نیز عرصه دیگری برای کنشگری در این عرصه محسوب می‌شود.

کتابنامه

- احمدآبادی، زهره؛ صالحی هیکویی، مریم؛ احمدآبادی، علی (۱۳۸۶)، «رابطه مکان و جرم: مطالعه آسیب‌شناسی گیم‌نت‌های شهر تهران»، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، شماره ۷ (۲۷).
- بوردیو، پیر (۱۳۸۵)، *تمايز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*، مترجم: حسین چاوشیان، تهران: ثالث.
- بهرامی، فرشته (۱۳۹۲)، «تأثیر بازی‌های رایانه‌ای بر پرخاشگری بازیکنان حرفه‌ای نوجوان پسر ۱۶-۲۰ سال شهر کرج»، *پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد*، استاد راهنما دکتر لیلا برومند، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
- تصویر روز (۱۳۹۶، ۱۱ مهر)، «تاریخچه ورود ADSL به ایران و روند رشد آن»، بازیابی ۸ شهریور ۱۳۹۹، از: <https://tasvirrooz.ir/2815/adsl>
- ترابی، س. (۱۳۹۹، ۱۴ آبان)، *تحولات گیم‌کلوب‌ها و گیم‌نت‌ها در ایران* (مصاحبه‌کننده: مجتبی صمدی).
- جلایی‌پور، حمیدرضا؛ محمدی، جمال (۱۳۸۸)، *نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی*، تهران: نشر نی.
- چهارمین دوره جایزه‌های بازی‌های جدی (۱۳۹۹)، بازیابی ۲۸ مرداد، ۱۳۹۹، از جایزه بازی‌های جدی: <http://segap.ir/fa/page.php?rid=152>
- حکیمی، آ. (۱۳۹۹، ۲۲ شهریور)، *تحولات گیم‌کلوب‌ها و گیم‌نت‌ها در ایران* (مصاحبه‌کننده: مجتبی صمدی).
- شعبانی، راحله (۱۳۹۷)، «بررسی زیروبم‌های کسب‌وکار گیم‌نت‌ها: هزینه‌های گیم‌نت‌داری»، *روزنامه خراسان*، ۱۳۹۷/۱/۲۶، شماره ۱۹۷۹۵.
- شیروانی صفدرآبادی، س. (۱۳۹۰)، «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر استفاده نوجوانان از بازی‌های رایانه‌ای و رابطه آن با سلامت روانی - اجتماعی آنان (نوجوانان مراجعه‌کننده به گیم‌نت‌ها منطقه ۲ شهر یزد)»، *پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد*، استاد راهنما دکتر علیرضا صادقی، دانشگاه پیام نور استان خراسان شمالی.
- عزیزی، فرید (۱۳۹۳)، «تحلیل وضعیت کنش ارتباطی در کافه‌های تهران»، *پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد*، استاد راهنما دکتر سید محمد مهدی‌زاده، دانشگاه علامه طباطبائی (ره).
- فخار، ع. (۱۳۹۹، ۱۹ آبان)، *تحولات گیم‌کلوب‌ها و گیم‌نت‌ها در ایران* (مصاحبه‌کننده: مجتبی صمدی).
- فلیک، اووه (۱۳۸۷)، *درآمدی بر تحقیق کیفی*، مترجم: هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- کریمی طار، ک. (۱۳۹۹، ۱۶ آبان)، *تحولات گیم‌کلوب‌ها و گیم‌نت‌ها در ایران* (مصاحبه‌کننده: مجتبی صمدی).
- کوثری، مسعود (۱۳۸۹)، *عصر بازی: بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای در جامعه معاصر*، تهران: دریاچه نو (سلمان).
- کوهن، آنتونی. پل (۱۳۹۰)، *سرشت نمادین اجتماع*، مترجم: عبدالله گیویان، تهران: انتشارات دانشکده صداوسیما.

- گیویان، عبدالله؛ امین، محسن (۱۳۹۶)، «محبت و هویت در آیینہ نمایش جهانی اربعین؛ مطالعه ماهیت، کارکردها و ساختار پیاده روی اربعین از منظر ارتباطات آیینی»، *دوفصلنامه دین و ارتباطات*، سال ۲۴، شماره ۲ (پیاپی ۵۲).
- منطقی، مرتضی؛ رشیدی حر، جهانگیر (۱۳۹۱)، «بررسی فضای اجتماعی گیم‌نت‌ها»، *فصلنامه پژوهش در سلامت شناختی*، دوره ۶، شماره ۲.
- نظام‌آبادی، مریم (۱۳۸۶)، «کافی‌شاپ‌نشینی زنان جوان تهرانی؛ معانی، انگیزه‌ها و کارکردها»، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، استاد راهنما دکتر محمود شهابی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی (ره).
- نیک‌عهد، مهدی (۱۳۹۰)، «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به بازی‌های رایانه‌ای (مطالعه موردی کلوب‌ها و گیم‌نت‌های شهر یزد)»، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، استاد راهنما دکتر اکبر زارع شاه‌آبادی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه یزد.
- About Us. (2020, July 9), Retrieved from vgcusa.org: <https://www.vgcusa.org/about>
- Bryan-Mitchell, Y. (2014), *Frag: An ethnographic examination of computer gaming culture and identity at LAN parties*, Indiana University.
- Chhina, Gagunjoat S. (2016), *Video Gaming Parlours: The Emergence of Video Gaming in India*, University of Manchester.
- Gajadhar, B. J., Kort, V. D., Ijsselsteijn, W. A., & Poels, K. (2009), *Where everybody knows your game: The appeal and function of game cafés in Western Europe. International Conference on Advances in Computer Entertainment Technology*, ACE 2009 (pp. 28-35). Athens: ACM.
- Geertz, C. (1975), "Thick description: Toward an interpretive Theory of Culture", in C. Geertz, *The interpretation of Cultures*. London: Hutchinson, pp. 3-30.
- Guest, G. (2012), *Applied thematic analysis*, Thousand Oaks, California: Sage.
- Hackimi, A., Zafarany, S., & Sheffield, B. (2020, March 2), iran video games timeline: from 1970 to 2019. Retrieved August 13, 2020, from gamasutra: https://www.gamasutra.com/view/news/358953/Iran_video_games_timeline_from_1970_to_2019.php
- Joint Comprehensive Plan of Action. (n. d.), Retrieved 11 25, 2020, from wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Joint_Comprehensive_Plan_of_Action
- Jonsson, F. (2010), *A public place of their own; A Field Study of a Game Café as a Third Place*, Digra Nordic '10, Retrieved from digra.
- LAN gaming center. (2020, July 9), Retrieved from Wikipedia: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=LAN_gaming_center&oldid=666149334
- Larson, I. R. (2018), *Physical Gaming Spaces*, San Diego State University.
- Omega_Sektor. (2020, july 9). Retrieved from Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Omega_Sektor
- PlayStation5. (n. d.), Retrieved 11 25, 2020, from PlayStation: <https://direct.playstation.com/en-us/ps5>
- Setupgamers. (2020, September 5), *What is a Gaming Center? The Top 5 in the US*. Retrieved from setupgamers.com: <https://www.setupgamers.com/lan-gaming-center/>
- United States sanctions against Iran. (n. d.), Retrieved 11 25, 2020, from wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/United_States_sanctions_against_Iran
- videogameclubs. (2020, July 9), Retrieved from [videogameclubs.org: https://www.videogameclubs.org/](https://www.videogameclubs.org/)
- Wolf, M. J. (2008), *The video game explosion: a history from Pong to Playstation and beyond*, London: Greenwood Press.