

تحلیل تماتیک سبک زندگی در بازی رایانه‌ای سیمز

بهروز مینایی، عضو هیئت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران، دانشکده مهندسی کامپیوتر
محمدعلی سید حسینی، دانشجوی دکتری رشته علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال
عهده دار مکاتبات seyvedhoseini@ircg.ir

تاریخ دریافت مقاله: فروردین ۹۴ تاریخ پذیرش نهایی: خرداد ۹۴

چکیده

این مقاله به بررسی سبک زندگی شبیه‌سازی شده (وانمایی شده) در بازی رایانه‌ای پرفروش سیمز ۳ اختصاص دارد. هدف از این پژوهش، شناسایی الگوی شبیه‌سازی شده از زندگی، در این بازی رایانه‌ای است که در ژانر شبیه‌سازی ساخته شده است. با توجه به تفاوتی که در ماهیت بازی‌های رایانه‌ای (نوعی از رسانه‌های تعاملی) نسبت به رسانه‌های جمعی وجود دارد، از ترکیب دو روش کیفی «مشاهده مشارکتی» و «تحلیل تماتیک» برای رسیدن به هدف تحقیق بهره گرفته شده است. یافته‌ها در این بررسی حکایت از آن دارد که سیمز ۳، شبیه‌سازی از سبک زندگی مصرفی است که مصرف در آن بیش از آنکه ارزش کاربردی و ارزش مبادله‌ای داشته باشد، ارزش نشانه‌ای دارد.

واژگان کلیدی

سبک زندگی، بازی‌های رایانه‌ای، مصرف، سیمز، شبیه‌سازی

مقدمه

با گذر از عصر نفوذ رسانه‌های جمعی^۱ و با ورود به عصر رسانه‌های اجتماعی^۲ و با پررنگ شدن نقش کنش متقابل^۳ در ارتباطات رسانه‌ای، شاهد برجسته شدن اهمیت مقوله‌ای بنام «بازی‌های دیجیتال»^۴ هستیم. چه از حیث سهم این بازی‌ها در زندگی روزمره مردمان و چه از حیث اثرگذاری بر روی کاربران^۵ (نسل جدید مخاطبان)، بازی‌های دیجیتال رشد چشمگیری را به نمایش گذاشته‌اند. گوشی‌های تلفن همراه، تبلت‌ها، کنسول‌های بازی خانگی و قابل حمل و رایانه‌ها به همراه قابلیت برخط بودن، ابزارهایی برای حضور سرگرمی‌های دیجیتال در سرتاسر زندگی انسان معاصر هستند. این بازی‌ها علاوه بر ایجاد تعاملات پیچیده بین انسان و رایانه، کنش و واکنش‌های متفاوت و جدیدی را نیز میان بازیکنان^۶ پدید آورده‌اند که موضوع بحث‌های دانشگاهی در رشته‌های مختلف روان‌شناسی و علوم اجتماعی شده است؛ اما بازی‌های دیجیتال را می‌توان به مثابه صنعت هم نگریست. بر اساس گزارش سایت statista درآمد جهانی بازی‌های ویدیویی در سال ۲۰۱۲ تقریباً معادل ۶۷ میلیارد دلار می‌باشد (Global video game revenue, 2013). ایالات متحده آمریکا و ژاپن دو کشور برتر در صنعت بازی‌های رایانه‌ای دنیا هستند. بر اساس ارزیابی سایت metacritic، از ۲۰ ناشر برتر بازی‌های رایانه‌ای در سال ۲۰۱۲، ۹ ناشر متعلق به کشور آمریکا می‌باشند. بر اساس همین ارزیابی شرکت آمریکایی Electronic Arts ناشر و سازنده بازی رایانه‌ای Sims رتبه چهارم را در سال ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ کسب نموده است با این تفاوت که سه ناشر قبل از شرکت EA، صاحب کنسول اختصاصی بازی هستند (Microsoft: Xbox، Nintendo: Wii و Sony: PlayStation) و حق انتشار بسیاری از بازی‌ها بر روی کنسول اختصاصی خود دارا می‌باشند. از این منظر جایگاه شرکت EA در صنعت بازی دنیا روشن‌تر می‌شود. معرفی اجمالی از شرکت EA، شاید بتواند انتخاب

بازی سیمز را به‌عنوان محصولی فرهنگی برای بررسی موجه‌تر سازد.

شرکت EA، یک شرکت آمریکایی سازنده، بازاریاب^۸، ناشر^۹ و توزیع‌کننده^{۱۱} بازی‌های رایانه‌ای در دنیا است. این شرکت در سال ۱۹۸۲ توسط شخصی بنام هاوکینز^{۱۲} پایه‌گذاری شد. انتشار بسیاری از بازی‌های مطرح دنیا از قبیل Sims Series، Battlefield Series، FIFA Series، Command & Conquer Series، Crysis Series، Harry Potter Series، Medal of Honor Series، Mass Effect Series و ... توسط این شرکت صورت گرفته است. این شرکت از چهار بخش اصلی تشکیل شده که هر بخش برای انجام اهداف اختصاصی خود استودیوهایی را زیرمجموعه خود دارند که عبارت‌اند از: EA Games که مسئول ساخت و انتشار بازی‌های ژانر اکشن - معمایی، نقش‌آفرینی و مسابقه‌ای است. EA Sports که مسئول انتشار بازی‌های ورزشی و کوچک است. EA Bioware که مسئول تولید بازی‌های استراتژی و بازی‌های بزرگ نقش‌آفرینی برخط (آنلاین) است؛ و در نهایت EA Maxis که بر ساخت و انتشار مجموعه بازی‌های Sims و بازی‌های شبیه‌ساز زندگی متمرکز است؛ اصلی‌ترین استودیوی ساخت بازی در این بخش The Sims Studio می‌باشد. این استودیو فقط برای جدیدترین نسخه از بازی (Sims 3)، ۱۶ نسخه بسط دهنده^{۱۳} عرضه کرده است. مجموعه بازی سیمز در ژانر «شبیه‌ساز زندگی» طراحی شده و جزء پرفروش‌ترین بازی‌های دنیا است. فروش سیمز در سراسر دنیا حدود ۱۵۰ میلیون نسخه بوده است. این بدین معناست که سیمز می‌تواند از قابلیت ویژه‌ای برای ترویج ارزش‌ها و سبک زندگی آمریکایی در دنیا برخوردار باشد.

این مقاله بر اساس روش «مشاهده غیر سیستماتیک» تهیه شده است. هدف از تهیه این مقاله، بررسی نحوه نمایش سبک زندگی در بازی رایانه‌ای سیمز (نسخه ۳) است.

8. Developer
9. Marketer
10. Publisher
11. Distributer
12. Trip Hawkins
13. Expansion Pack

1. Mass Media
2. Social Media
3. Interaction
4. Digital Games
5. User
6. Audience
7. Player

خیالی‌ای که طبقه حاکم برای طبقات فرودست درباره وضعیت واقعی زندگی‌شان بازنمایی می‌کند.

ایدئولوژی در بیان آلتوسر این‌طور عمل می‌کند که افراد را به مثابه سوژه فرامی‌خواند. کارکرد تمام ایدئولوژی‌ها تبدیل تمام افراد عادی به سوژه مورد نظر خود است. از این لحاظ نظریه ایدئولوژی به نقشی که رسانه‌ها در برساختن دائمی سوژه بازی می‌کنند، تاکید می‌کند. بر این اساس محتوا و مضمون رسانه‌ای از طریق فرآیند سوژه سازی، روابط و مناسبات فرادستی و فرودستی را باز تولید و حفظ می‌کند. (مهدیزاده، ۱۳۸۹، ص. ۱۰۶-۱۰۸)

۲.۲. صنعت فرهنگ^{۱۸} و فرهنگ توده^{۱۹}:

تئودور آدورنو^{۲۰} و ماکس هورکهایمر^{۲۱} از جمله متفکران شاخص نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت هستند. در نظریه انتقادی^{۲۲}، یکی از عرصه‌های سلطه‌گری در جهان جدید، فرهنگ توده‌ای مدرن است. این فرهنگ باعث همسانی موفقیت‌آمیز افراد متفاوت در جامعه و شکل‌گیری آگاهی‌های یکسان می‌شود. مطابق با این نظریه امروزه صنایع فرهنگی، مولد فرهنگ توده هستند. کارایی صنعت فرهنگ نه فقط با ترویج یک ایدئولوژی، بلکه با زدودن همه جایگزین‌های سرمایه‌داری از آگاهی توده‌ها محقق می‌شود.

آدورنو و هورکهایمر عملکرد صنعت فرهنگی را استانداردسازی و تولید انبوه و محو هرگونه تمایز و تعارض در ساحت اندیشه و فرهنگ می‌دانند. آنها همچنین صنعت فرهنگ را صنعت تجارت سرگرمی می‌دانند که نفوذ آن بر مصرف‌کنندگان به واسطه سرگرمی ایجاد می‌شود. از دید این دو، سرگرمی در اساس همان عجز و درماندگی است، نوعی گریختن، اما نه آن‌طور که می‌گویند، گریز از واقعیتی بد، بلکه گریز از آخرین اندیشه‌های مقاومت در برابر واقعیت (آدورنو و هورکهایمر، ۱۳۸۴، ص. ۲۴۹).

فرهنگ توده‌ای، شکل جدید کنترل اجتماعی است که بر تکنولوژی تکیه دارد و از مفهوم مارکسی ایدئولوژی به مثابه ابزار کنترل فراتر می‌رود و اوقات فراغت را تبدیل به نوعی

تکنیک گردآوری داده‌ها در این تحقیق، یادداشت‌های میدانی است.

مرور نظری

۲.۱. ایدئولوژی^{۲۳}:

از نظر مارکس، ایدئولوژی نوعی آگاهی غیر واقعی و کاذب است که انسان‌ها بر اساس آن عمل می‌کنند و نمی‌دانند این شناخت آنها دروغین و ساختگی است. در واقع آنها فکر می‌کنند که آگاه هستند اما آگاهی آنها به وسیله سرمایه‌داران به آنها تحمیل شده است. این آگاهی‌ها منشأ طبقاتی دارند و در خدمت طبقه فرادست می‌باشند و به نفع تثبیت شرایط آن طبقه عمل می‌کنند.

اما لویی آلتوسر^{۱۵} از مارکسیست‌های نسل دوم که وامدار اندیشه‌های سوسور و فروید در زمینه ساختار و ناخودآگاه است، تعریف دیگری از ایدئولوژی را ارائه می‌کند. وی معتقد است که هر نظام اجتماعی برای بقا و استمرار حیاتش، ناگزیر از باز تولید^{۱۶} نیروهای تولید و روابط تولید خودش است. همچنین او نهادهای دولت را به دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت (ISAs) و دستگاه‌های سرکوبگر دولت (RSAs) تقسیم می‌کند که دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت شامل مدارس، خانواده، هنر، ورزش و ... می‌شوند. (کلیگر، ۱۳۸۵)

آلتوسر ایدئولوژی را بازنمایی^{۱۷} روابط خیالی افراد با شرایط واقعی‌شان می‌داند و برای توضیح ادعای خود به این سؤال که اصولاً چرا مردم به این روابط خیالی نیاز دارند، این‌طور پاسخ می‌دهد که مردم در حین جستجو برای جابجایی و شکستگی وضعیت واقعی زندگی خود، دلایلی را برای بیگانه شدن از شرایط موجود برمی‌گزینند و آن را بازنمایی می‌کنند (Althusser, 1971، ص. ۱۶۲-۱۶۳). در واقع آنچه در ایدئولوژی بازنمایی می‌شود نظام روابط واقعی افراد نیست بلکه رابطه خیالی این افراد با روابط واقعی زندگی‌شان است. از دیدگاه آلتوسر، ایدئولوژی طبقه حاکم یعنی روابط

18. Cultural Industry
19. Mass Culture
20. Theodor Adorno
21. Max Horkheimer
22. Critical Theory

14. Ideology
15. Louis Althusser
16. Reproduction
17. Representation

خود معنا می‌بخشند. یک نیاز بیش از آنکه نیاز به شیء باشد نیاز به تفاوت است. دیگر نیازهای مصرف‌کنندگان وابسته به یک سرشت زیست‌شناختی عام انسانی و همچنین حاصل اشتیاق از پیش شکل‌گرفته سوژه به اژه‌ها نیست؛ به عبارت دیگر کالاهای متکثر برای نیازهای از پیش موجود مصرف‌کننده بلکه برای دلالت بر تمایزات اجتماعی است. هر فرد برای این مصرف می‌کند تا با دیگران متفاوت و متمایز باشد که این تفاوت‌ها توسط آن چیزی که مصرف می‌کنیم و چگونگی مصرف آن شکل می‌گیرد (استیونسون، ۱۳۸۳، ص. ۲۰۳-۲۰۴).

به نظر بودریار، مصرف با غرق افراد در آسایش، رضایت‌مندی و پایگاه اجتماعی، خشونت اجتماعی را خنثی نمی‌کند، بلکه این کار را با خو دادن افراد به پیروی ناخودآگاه از یک رمزگان و همکاری رقابت‌آمیز در سطح این رمزگان انجام می‌دهد. این نیز با قرار دادن تسهیلات بیشتر در اختیار آنان میسر نمی‌شود، بلکه با وارد کردن آنان در قواعد بازی امکان‌پذیر می‌گردد. بدین ترتیب مصرف می‌تواند به تنهایی جانشین کلیه ایدئولوژی‌ها شود و در بلندمدت به تنهایی سبب یکپارچگی جامعه، همانند آیین‌های سلسله مراتبی یا مذهبی جوامع بدوی گردد. (بودریار، ۱۳۸۹، ص. ۱۳۵)

۲.۵. سبک زندگی^{۲۶}:

این مفهوم بیشتر مورد توجه جامعه‌شناسان متأخر قرار گرفته است. از اندیشمندانی که پیرامون این مفهوم به بحث پرداخته‌اند، می‌توان از افرادی همچون زیمل، وبر، بوردیو، گیدنز و ویلن نام برد. تقریباً همه افرادی که در این حوزه به مطالعه پرداخته‌اند بر سر معیارهایی برای تبیین مفهوم سبک زندگی توافق دارند. زیمل، بوردیو، لسللی، لیزر، مک کی و کلاکهورن درباره مسئله عینی یا ذهنی بودن سبک زندگی، قائل به عینی بودن آن هستند، همین‌طور ویلن، وبر، ونزل و گیدنز سبک زندگی را هم ذهنی و هم عینی می‌دانند. تقریباً همه جامعه‌شناسان در جایگاه قضاوت پیرامون مسئله فردی یا جمعی بودن سبک زندگی، آن را «الگویی جمعی» می‌دانند که کارکردی نمادین دارد و آن کارکرد نمادین به طور عام

سرگرمی جمعی می‌کند. از نقطه نظر آنها فراغت با وجود معنای ظاهری‌اش به مثابه فضاها‌ی رهایی از کار، در واقع روش کارآمدی در خدمت مناسبات سرمایه‌داری هستند تا بتوانند از کلیشه‌های مرسوم و تکراری زندگی شغلی در بیرون از محل کار نیز محافظت کنند. از منظر آن دو، فرهنگ توده‌ای پدیده‌ای ایدئولوژیک است که به سمت اعمال و تثبیت هر چه بیشتر سلطه حرکت می‌کند. آنها با طرح مفهوم صنعت فرهنگ و فرهنگ توده، تصویری از جامعه نوین عرضه می‌کنند که توان ترویج آزادی و فردیت راستین را از دست داده است. به‌زعم آنها صنایع فرهنگی مدرن فرآورده‌های بی‌خطر و استاندارد تولید می‌کنند که متناسب با تقاضای وسیع تر اقتصاد سرمایه‌داری است.

۲.۳. فرهنگ پست‌مدرنیسم:

یکی از مشهورترین کتاب‌های فردریک جیمسون، کتاب «پست‌مدرنیسم: منطق فرهنگی سرمایه‌داری متأخر^{۲۳}» است. او در این کتاب بیان می‌دارد که ما به دوره سرمایه‌داری متأخر ورود پیدا کرده‌ایم که با مباحث «جهانی شدن» و «جوامع مصرفی» مرتبط است. او معتقد است منطق اصلی انباشت سرمایه در این دوره نیز هنوز کارآمد است و فرهنگ پست‌مدرنیسم تکرار و تکثیر یا باز تولید سرمایه‌داری مصرفی است (مهدیزاده، ۱۳۸۹، ص. ۲۸۸-۲۸۹). از نقطه نظر وی، فرهنگ پست‌مدرن با حذف سبک‌های فردی و اصیل در دنیا، موجب ظهور سبک‌های تقلیدی و التقاطی در دوره سرمایه‌داری متأخر می‌شود.

۲.۴. تحول معنای مصرف^{۲۴}:

مطابق با نظر ژان بودریار^{۲۵}، معنای مصرف در جوامع مصرفی در دنیای جدید تغییر کرده است. دیگر در حیطه مصرف کالا توسط مردم بحث نیازهای صادق و کاذب، ارزش مصرفی و مبادله‌ای کالا و ... مطرح نیست بلکه مصرف معنای دیگری به خود گرفته است. به‌زعم بودریار معنای اشیاء بر اساس سازمان یافتن نشانه‌ها در قالب رمزگان ایجاد می‌شود. تنها از طریق این رمزگان‌ها است که انسان‌ها به خود و به نیازهای

23. Late Capitalism
24. Consumption
25. Jean Baudrillard

26. Lifestyle

به مقوله «هویت» مرتبط است (مهدوی کنی، ۱۳۸۶، ص. ۲۰۸-۲۱۰).

۲.۵.۱. شاخص‌های سبک زندگی:

صاحب‌نظران پیرامون شاخص‌های سنجش سبک زندگی با یکدیگر به طور کامل توافق ندارند و هر یک از متفکران، مؤلفه‌های سبک زندگی خاص خود را ارائه می‌دهند. عناصری که زیمل، ویلن و وبر در آثار خود از آنها یاد کرده‌اند، عبارت‌اند از شیوه تغذیه، خودآرایی، نوع مسکن، نوع وسیله حمل‌ونقل، شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح و اطوار. درباره شاخص‌های مورد مطالعه سبک زندگی در دهه پنجاه میلادی، کلاکون از مواردی همچون نحوه استفاده از صنایع فرهنگی، تفریحی، ورزشی، نحوه بازی کردن و لباس پوشیدن استفاده کرده است. برلسون و استینر سبک زندگی را در مؤلفه‌هایی همچون وضع ظاهری و لباس، آداب معاشرت، سلیقه زیباشناختی، سرگرمی‌ها و خوردنی‌ها جستجو کرده‌اند. لوید وارنر در بررسی سبک زندگی به مواردی مانند تفریحات، سلیقه‌های ورزشی، تفاوت‌های دینی، ارزش‌های سیاسی، الگوهای زندگی خانوادگی، روابط زناشویی و تربیت کودک در تحقیقات خود توجه کرده است. جرال لسلو و دیگران هم از جمله عوامل سبک زندگی را در یک بیان کلی «الگوهای مصرف» می‌دانند. (مهدوی کنی، ۱۳۸۶، ص. ۲۱۴-۲۱۵)

چارچوب نظری:

در نگاهی کلی، نظریه‌های ارائه‌شده در بالا را می‌توان در قالب سه بخش اصلی تقسیم‌بندی نمود. بخشی از آن، به تحول مفهوم ایدئولوژی و قصد نظام سرمایه‌داری در سو دادن به تولید محتوا در رسانه‌ها و صنایع فرهنگی به‌عنوان یک فرآیند فرهنگی بلندمدت برای باز تولید مناسبات نظام سرمایه‌داری و در غایت، حفظ بقای آن در عرصه جهانی، اشاره دارد، همچنین بخشی از نظریه‌ها به تحول معنای مصرف رسانه‌ای و در نتیجه، افزایش ظرفیت دست‌کاری فرهنگی توسط نظام سرمایه‌داری، متمرکز است و در نهایت، بخش سوم، مفهوم سبک زندگی و شاخص‌های ارزیابی آن را بیان می‌دارد که می‌تواند در تحلیل بازی رایانه‌ای سیمز به

مثابه یک محصول راهبردی رسانه‌ای کمک کند. با توجه به اینکه صاحب‌نظران پیرامون شاخص‌های سنجش سبک زندگی با یکدیگر به طور کامل توافق ندارند و هر یک از متفکران، مؤلفه‌های سبک زندگی خاص خود را ارائه می‌دهند، در تحلیل حاضر سعی شده تا الگوی ویژه‌ای که در بازی سیمز ۳ مورد شبیه‌سازی قرار گرفته، کشف و استخراج گردد. در این مقاله، نظریه‌های دو بخش نخست، پیش فرضی برای سبک زندگی شبیه‌سازی شده در بازی رایانه‌ای سیمز در نظر گرفته شده است و این سبک زندگی را به نحوه مصرف رسانه‌ای و نتیجه کلان آن برای تولید دوباره مناسبات نظام سرمایه‌داری پیوند می‌دهد.

روش تحقیق:

در این تحقیق از ترکیب دو روش تحقیق کیفی، متناسب با میدان و موضوع مطالعه، برای رسیدن به نتیجه بهره گرفته شده است که عبارت‌اند از «مشاهده مشارکتی»^{۲۷} و «تحلیل تماتیک»^{۲۸} یا موضوعی.

به دلیل ماهیت ویژه بازی‌های رایانه‌ای در تعاملی بودن آنها نسبت به رسانه‌های جمعی که دارای محتوایی ثبت‌شده هستند و از این حیث که بازی رایانه‌ای سیمز در ژانر شبیه‌سازی زندگی ساخته شده است، مطلوب‌تر به نظر رسید که بازی رایانه‌ای سیمز ۳، به مثابه «یک میدان» نگریسته شود تا بتوان ۱- مدت‌زمان زیادی را در میدان مطالعه برای شناخت جزئیات کافی پیرامون سبک زندگی شبیه‌سازی شده در بازی سپری کرد (اقامت طولانی‌مدت محقق در میدان تحقیق)^{۲۹} ۲- با توجه به نیاز محقق سطوح مشارکت متفاوتی را در فرآیند شناخت (از مشاهده‌گر منفعل تا مشاهده‌گر فعال) برگزید (مشارکت چند سطحی)^{۳۰} ۳- حالت غوطه‌وری^{۳۱} (درگیری بسیار عمیق عاطفی و رفتاری در میدان تحت بررسی) را که از ویژگی‌های برجسته بازی‌های رایانه‌ای است، تجربه کرد ۴- بعد از ترک میدان و بازنگری در داده‌ها و اطلاعات، چندین بار به میدان مطالعه برگشت و به اصلاح و تکمیل داده‌ها و اطلاعات مبادرت ورزید (فرآیند بازگشتی و

27. Participant Observation
28. Thematic Analysis
29. Long Maintenance
30. Multi-Level Participation
31. Immersion

چندگانه^{۳۸} برای تحلیل تماتیک استفاده شده است؛ این نوع رهیافت که خاص مطالعات میدانی است، شامل چهار مرحله اصلی است که عبارت‌اند از: ۱- درگیری در تفکر قیاسی- استقرایی به طور همزمان: محقق بر روی پیوستار امیک^{۳۹} (نگاه از درون میدان-متن) و اتیک^{۴۰} (نگاه از بیرون میدان-متن) حرکت می‌کند. ۲- ساخت و تدوین مقوله‌ها: مقوله‌ها از طریق رمزگذاری^{۴۱} نظری ساخته می‌شوند که مشکل از سه مرحله رمزگذاری باز، رمزگذاری متمرکز و رمزگذاری گزینشی است (فلیک، ۱۳۸۷، ص. ۳۲۹-۳۴۰) [قابل تطبیق با سه مرحله مشاهده مشارکتی]. ۳- گروه‌بندی مقوله‌ها در سطوح بالاتر انتزاع. ۴- کشف معانی و تم‌های زیرین.

نحوه شروع و روند بازی سیمز

با شروع بازی، بازیکن یک شهر را انتخاب می‌کند و پس از این باید برای خود یک یا چند کاراکتر خلق کند که در این مرحله می‌تواند با تغییر خصوصیات ظاهری و شخصیتی، کاراکترهای خود را خلق کند، بعد از این مرحله بازیکن نوع ارتباط این کاراکترها (اگر بیشتر از یکی باشند) تعیین کرده و وارد صفحه نقشه می‌شود. در این جا می‌تواند خانه‌ای حاضر آماده را خریداری کند و تعیین کند که در آن وسایل اولیه زندگی وجود داشته باشند یا خیر و همچنین می‌تواند با خرید یک زمین، اقدام به ساخت یک خانه برای خود کند و خود اثاثیه آن را نیز تهیه کند. بعد از این عمل کاراکترها در آن خانه زندگی می‌کنند. بازیکن در بازی باید نیازهای کاراکترهای خود را بر آورده کند و طوری بازی را پیش ببرد که این کاراکترها به آرزوهای کوچک و بزرگ خود برسند. در این بین هر چه یک کاراکتر شادتر زندگی کند موفق‌تر خواهد بود، زیرا شادی وی سبب به‌دست آوردن چیزی شبیه به نوعی اعتبار (Lifetime Happiness) می‌شود که با صرف آن می‌تواند قابلیت‌هایی را برای کاراکتر خود بخرد. این کاراکترها می‌توانند در محل زندگی خود به هر جایی سر بزنند، با دیگران دوست شوند و یا به خانه دیگران بروند. در این بین این افراد یا کاراکترها از لحاظ سنی رشد می‌کنند،

بازاندیشانه^{۳۲}. علاوه بر این، روش‌شناسی مشاهده مشارکتی عموماً برای مطالعه‌های موردی مناسب است، زیرا این نوع مطالعه درصدد توصیف و تحلیل مفصل از یک مورد واحد است. این روش بر بررسی کل گرایانه یک پدیده تاکید داشته و از جداسازی اجزای آن از بستر بزرگ‌تری که در آن، پدیده مورد بررسی رخ می‌دهد، اجتناب می‌کند. البته شایان‌ذکر نیز هست که مشاهده مشارکتی برخلاف دیگر رویه‌های تحقیق کیفی از گام‌ها یا دستورالعمل خاصی پیروی نمی‌کند و این به معنای آن است که محقق در فرآیند درگیری عملی در میدان مطالعه به تدریج باتجربه‌تر و ماهرتر می‌شود. (محمد پور، ۱۳۹۰، ص. ۱۳۰-۱۳۹) همچنین در این تحقیق از تکنیک سه مرحله‌ای مشاهده توصیفی^{۳۳}، متمرکز^{۳۴} و گزینشی^{۳۵} که فلیک در کتاب «درآمدی بر تحقیق کیفی» خود آن را توضیح می‌دهد، بهره گرفته شده است.

تحلیل تماتیک از متعارف‌ترین و پرکاربردترین روش‌های تحلیل داده‌های کیفی به‌ویژه مردم‌نگاری^{۳۶} است که در سایر رهیافت‌های تحلیلی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. (محمد پور، ۱۳۹۰: ص. ۶۶، به نقل از امرسون و همکاران، ۱۹۹۵) تحلیل تماتیک عبارت است از تحلیل مبتنی بر استقرای تحلیلی که در آن محقق از طریق طبقه‌بندی داده‌ها و الگو یابی درون داده‌ای و برون داده‌ای به یک سنخ‌شناسی تحلیلی دست می‌یابد. این نوع تحلیل در وهله اول به دنبال الگو یابی در داده‌ها است. (محمد پور، ۱۳۹۰: ص. ۶۷، به نقل از فیلدینگ و فیلدینگ، ۱۹۸۶) در تحلیل تماتیک معمولاً یک سری مراحل متعارف دنبال می‌شود. با این حال تفاوت‌های جزئی و البته گاه مهمی نیز در بین انواع این تحلیل وجود دارند. به طور مثال شیوه‌های اجرای این تحلیل در پژوهشگرانی همچون دپوی و گیتلین، ولکات، استربرگ، میلز و هابرمس و شیوه لوفلند و لوفلند با یکدیگر متفاوت است. در این تحقیق از شیوه دپوی و گیتلین^{۳۷} در کتاب «مقدمه‌ای برای تحقیق: فهم و استفاده از استراتژی‌های

38. Introduction to Research: Understanding and Applying Multiple Strategies, 2005

39. Emic

40. Etic

41. Coding

32. Reflexive & Recursive Process

33. Descriptive Observation

34. Focused Observation

35. Selective Observation

36. Ethnography

37. Depoy & Gitlin

بر خُلق کاراکتر تأثیر می‌گذارند و از آن متقابلاً تأثیر می‌پذیرند. می‌توان گفت که اثرات متقابل بین مقولات سه‌گانه و خُلق کاراکتر است که وضعیت زندگی وی را رقم می‌زند. از آنجاکه در بازی مسئله عمر و مدت زمان محدود زیستن برای کاراکترها مطرح است، بازیکن باید زمینه‌های محدودی را برای پیشرفت کاراکتر خود انتخاب کند. لازم به ذکر است، تنها در شرایطی که بازیکن می‌تواند با ترفندی برای کاراکتر خود زندگی ابدی را به ارمغان بیاورد، پیشرفت در همه زمینه‌ها ممکن می‌شود. در مجموع، کاراکتری که خُلق خود را در طول عمر خود در حد بالایی حفظ کند، نسبت به دیگران در بازی موفق‌تر است.

۴.۲. نیازهای اصلی^{۴۳} در بازی سیمز:

در بازی سیمز ۳، شش نیاز اصلی برای کاراکتر طراحی شده که باید بازیکن در تأمین این نیازها بکوشد و آنها عبارت‌اند از: نیاز به رفع گرسنگی، نیاز به اجابت مزاج، نیاز به انرژی، نیاز به ارتباط اجتماعی، نیاز به بهداشت و نیاز به تفریح.

▪ نیاز به رفع گرسنگی^{۴۴}:

هر کاراکتری باید غذا بخورد و اگر وعده غذای مورد نیاز به تأخیر افتد، کاراکتر خُلق منفی می‌گیرد. اگر این گرسنگی یک روز دیگر نیز ادامه یابد، این خُلق منفی در شخص بیشتر خواهد شد و اگر بعد از این یک روز دیگر هم غذایی نخورد خواهد مرد.

▪ نیاز به اجابت مزاج^{۴۵}:

نیاز طبیعی به استفاده از توالت. اگر به مدت طولانی کاراکتری نتواند به دستشویی برود، در هر جایی که باشد، آن عمل را انجام می‌دهد که باعث خجالت وی و کاهش شدید نیاز بهداشت او می‌شود و خُلق منفی زیادی می‌گیرد.

▪ نیاز به انرژی^{۴۶}:

هر کاراکتر مدت‌زمان مشخصی را می‌تواند بیدار بماند و بعد

پیر می‌شوند و می‌میرند و بعد از آن به صورت یک روح در بازی باقی می‌مانند. بازی هدف نهایی خاصی ندارد البته می‌توان یک کاراکتر را به آرزوی اصلی خود رساند که با این عمل نیز کاراکتر شادی زیادی را تجربه می‌کند ولی مثل سابق به زندگی خود ادامه می‌دهد.

۴.۱. سازوکار پیشرفت در بازی:

در بازی سیمز، میزان «خُلق»^{۴۲} بستگی به میزان شادی و ناراحتی کاراکتر دارد. برای سنجش میزان خُلق کاراکتر، نواری در بازی تعبیه شده است که به وسیله رنگ‌های مختلف وضعیت خُلق وی را نشان می‌دهد. تقریباً هر عمل یا عکس‌العمل از کاراکتر در بازی سبب تغییر وضعیت خُلق او می‌شود. مثلاً برآورده کردن یا نکردن نیازها به طور مستقیم بر روی خُلق کاراکتر تأثیرگذار است. اگر میزان خُلق از حدی پایین‌تر باشد، کاراکتر به خوبی به فرمان‌های بازیکن واکنش نشان نمی‌دهد و اگر میزان خُلق در حد متوسط و یا بالاتر باشد، فرمان‌پذیری کاراکتر به حد مطلوب می‌رسد و اگر از حدی خاص که بر روی نوار نمایش داده شده است فراتر رود، این میزان از خُلق وی مستقیماً وارد شادی عمر (Lifetime Happiness) او می‌شود. در اثر انجام برخی از اعمال در بازی، کاراکتر اثری را می‌گیرد که برای مدت زمان معینی بر روی او می‌ماند، اصطلاحاً به این اثر در بازی Moodlet می‌گویند که علامت‌های آن در کنار نوار خُلق نمایش داده می‌شوند و کارکرد آنها به این گونه است که میزان معینی خُلق را افزایش یا کاهش می‌دهند. باید توجه داشت که افزایش یا کاهش خُلق توسط Moodlet ها به صورت واقعی شبیه‌سازی نشده است و معادلات بین آنها حسابی است. برای مثال کسی که از همسر خود جدا شده است برای دو روز به میزان خاصی خُلق خود را از دست می‌دهد اما اگر همین فرد در این زمان پیتزا بخورد، بخش زیادی از ناراحتی‌هایی که به واسطه جدایی از همسرش داشته برطرف می‌شود و اگر دو کار دیگر شبیه به این انجام دهد، انگار که اصلاً مسئله جدایی اتفاق نیفتاده است.

در بازی سیمز سه مقوله مهم دارایی‌ها، ارتباطات و مهارت‌های شخصی قابل توسعه هستند. همچنین این سه مقوله

43. Needs
44. Hunger
45. Bladder
46. Energy

42. Mood

۱. الگوی شخصیت:

شخصیت در سیمز را می‌توان بر اساس زیرالگوهای همچون تعیین خصوصیات ظاهری، صفات^{۵۱}، علایق^{۵۲}، آرزوها^{۵۳} و مهارت‌ها^{۵۴} برای هر کاراکتر تعریف نمود.

۱.۱. خصوصیات ظاهری:

خصوصیات ظاهری در سیمز توسط مقولاتی همچون نام، گروه سنی، جنسیت، خصوصیات بدن، لباس و خودآرایی تعیین می‌شود.

۱.۱.۱. طبقه‌بندی سنی در بازی سیمز محصور به ۷ گروه سنی است که عبارت‌اند از: نوزاد، خردسال، کودک، نوجوان، جوان، بزرگسال و کهن‌سال.

۱.۱.۲. جنسیت در این بازی محصور به دو نوع مرد و زن است.

۱.۱.۳. خصوصیات بدن در این بازی از مؤلفه‌هایی همچون رنگ پوست، رنگ چشم، رنگ مو، سایز بدن و انتخاب شکل بخش‌های مختلف بدن و مو متأثر است.

۱.۱.۴. انتخاب درباره پوشش کاراکتر باید در ۵ بخش لباس معمولی، لباس رسمی، لباس خواب، لباس ورزش و لباس شنا صورت گیرد.

۱.۱.۵. آرایش صورت، خال‌کوبی و استفاده از زیورآلات نیز در بازی سیمز برای خودآرایی طراحی شده است.

۱.۲. صفات:

صفات در بازی سیمز به گونه‌ای طراحی شده است که بر روی ارتباطات فرد با دیگر کاراکترهای بازی و همچنین تعامل فرد با محیط و اشیاء تأثیرگذار باشد. در مجموع ۶۲ صفت در سیمز ۳ وجود دارد که در ۴ بخش دسته‌بندی شده است: صفات ذهنی، صفات جسمی، صفات اجتماعی و صفات سبک زندگی.

۱.۳. علایق:

علایق در بازی سیمز در ۳ حیطه موسیقی، غذاها و رنگ‌ها خلاصه می‌شود.

از آن باید بخوابد و بهترین جایی که می‌تواند بخوابد روی تخت است. روی کاناپه و زمین هم می‌تواند بخوابد ولی استراحتش کامل نیست و انرژی کامل را به دست نمی‌آورد. خوردن قهوه نیز به کمتر خوابیدن کمک می‌کند.

▪ نیاز به بهداشت^{۴۷}:

رعایت مسائل بهداشتی مثل استحمام و شستن دست و صورت و مسواک زدن. در صورت برآورده نشدن این نیاز، فرد از کثیفی و احساس خجالتی که می‌کند خُلق منفی می‌گیرد.

▪ نیاز به تفریح^{۴۸}:

انجام بازی‌های مختلف، تماشای تلویزیون و اعمالی مثل ماهیگیری، نیاز فرد را برآورده می‌کند.

▪ نیاز به ارتباط اجتماعی^{۴۹}:

هر فردی باید با دیگران ارتباط برقرار کند تا نیاز اجتماعی خود را پاسخ دهد، در غیر این صورت خُلق منفی دریافت می‌کند و دچار ناراحتی می‌شود.

از آنجاکه نیازها در سیمز ۳ ناگزیر باید تأمین شوند و بیشتر محدود به نیازهای اولیه می‌باشند، نمی‌توان آنها را مطابق با نظر هنری مورای^{۵۰} به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی تعیین‌کننده شخصیت دانست و ذیل الگوی شخصیت در نظر گرفت.

الگوهای سبک زندگی در بازی سیمز

در بازی رایانه‌ای سیمز ۳، سبک زندگی را می‌توان در قالب هفت الگو طبقه‌بندی نمود که عبارت از: ۱- الگوی «شخصیت» ۲- الگوی «تفریح» ۳- الگوی «سلامت» ۴- الگوی «ارتباط» ۵- الگوی «درآمد» ۶- الگوی «هزینه» ۷- الگوی «یادگیری» هستند. همچنین مقوله‌ای را باید به طور ویژه مورد بررسی قرار داد: «تولد و مرگ».

51. Traits
52. Interests
53. Wishes
54. Skills

47. Hygiene
48. Fun
49. Social
50. Henry Murray

خاستگاهی آمریکایی یا اروپایی دارد، ۳ نوع آن متعلق به ژاپن و چین است و ۱ نوع هم ابداع خود بازی سیمز.

۱.۴. آرزوها:

از فهرست ۳۱ آرزویی که کاراکتر می‌تواند برای خود برگزیند، ۶۶ درصد مرتبط به مسائل اقتصادی، ۱۸ درصد مرتبط به هنر، ۱۰ درصد مرتبط به ورزش و ۶ درصد به ارتباطات اجتماعی مرتبط است. این آرزوها روند انجام بازی و ماهیت مأموریت‌های موجود در خلال بازی را دستخوش تغییر می‌کند.

۱.۵. مهارت‌ها:

مهارت‌هایی که کاراکتر می‌تواند در بازی یاد بگیرد بر روی درآمد، هزینه‌ها، ارتباط اجتماعی و خلق فرد تأثیر گذار است. همچنین این مهارت‌ها از طریق تمرین، خواندن کتاب، تماشای تلویزیون و رفتن به کلاس‌های مختلف آموزشی تقویت می‌شود. مهارت‌های ده‌گانه در بازی سیمز عبارت‌اند از: ورزش، کاریزما، آشپزی، ماهیگیری، باغبانی، موسیقی (در سیمز کاراکتر می‌تواند تنها ساز «گیتار الکتریک»^{۶۱} را بنوازد و ساز دیگری در بازی موجود نیست)، فنی، منطق، نقاشی و نویسندگی.

۲. الگوی تفریح:

تفریح در بازی سیمز را از یک منظر می‌توان به دو نوع کلی تقسیم کرد که عبارت‌اند از تفریحات داخل خانه و بیرون از خانه

۲.۱. تفریحات داخل خانه عبارت‌اند از: انجام بازی شطرنج، فوتبال دستی، بازی کردن با رایانه شخصی، بازی کردن با کنسول مخصوص بازی، خواندن کتاب‌های داستان، تماشای تلویزیون و ورزش به کمک تردمیل یا به همراه تلویزیون و میهمانی برگزار کردن.

۲.۱.۱. میهمانی^{۶۲}:

۲.۱.۱.۱. دوره خانگی: افراد در خانه یکی از دوستان خود جمع می‌شوند و با دیدار از یکدیگر شاد می‌شوند.

۱.۳.۱. موسیقی: فهرست موسیقی‌هایی که از میان آنها می‌توان موسیقی مورد علاقه را انتخاب نمود شامل ۶ سبک موسیقی می‌شود که عبارت‌اند از: الکترونیکا، پاپ، لاتین، مستقل، کلاسیک و کودکانه.

۱.۳.۱.۱. الکترونیکا^{۵۵}: موسیقی‌ای که در اواخر دهه هشتاد میلادی در امریکا به وجود آمد. محدودیتی برای خلق هیچ‌گونه فضا ندارد ولی معمولاً برای ایجاد ریتم‌هایی هیجانی از آن استفاده می‌شود. در بسیاری از موارد فاقد متن است.

۱.۳.۱.۲. پاپ^{۵۶}: در حدود ۱۹۲۰ در امریکا متولد شد. معمولاً دارای متن‌هایی ساده هستند و جوانان را بیشتر جذب می‌کنند از لحاظ موسیقایی دارای پیچیدگی نیستند. در اغلب موارد شاد هستند.

۱.۳.۱.۳. لاتین^{۵۷}: موسیقی بومی مردمان امریکای جنوبی که در اشکال گوناگونی نواخته می‌شود و حتی موسیقی دیگر مناطق، نظیر موسیقی آفریقایی را نیز به خود جلب کرده است.

۱.۳.۱.۴. مستقل^{۵۸}: موسیقی مستقل، موسیقی‌ای که توسط یک یا دو نفر تنظیم و نواخته شده و در نهایت انتشار می‌یابد. می‌تواند در هر سبکی باشد؛ و به طور کلی خلاقانه‌تر بوده اما از لحاظ اجرا ضعیف‌تر است.

۱.۳.۱.۵. کلاسیک^{۵۹}: موسیقی‌ای که در اروپا متولد و در قرن شانزدهم به وجود آمد. می‌توان آن را غنی‌ترین نوع موسیقی غربی به حساب آورد و در ضمن می‌توان گفت این سبک از موسیقی مادر تمام سبک‌های قدرتمند معاصر موسیقی نظیر جاز، بلوز و راک و غیره است.

۱.۳.۱.۶. کودکانه^{۶۰}: عموم موسیقی‌هایی که برای کودکان یا برنامه‌های مخصوص آنها ساخته می‌شود که بسیار ساده و فرح‌بخش هستند.

از مجموع ۶ سبک موسیقی موجود در سیمز برای انتخاب موسیقی مورد علاقه بازیکن، ۴ سبک خاستگاه غربی دارند.

۱.۳.۲. غذاها: تعداد غذاهایی که در بازی سیمز ۳ موجود است، ۲۵ می‌باشد. از مجموع این ۲۵ نوع غذا، ۲۱ نوع آن

55. Electronica
56. Pop
57. Latin
58. Indie
59. Classical
60. Kids

61. Electric Guitar
62. Party

ورزش کردن در بازی به ۳ شکل ممکن است که عبارت‌اند از: ۱- ورزش کردن در خانه ۲- ورزش کردن در اماکن ورزشی ۳- دویدن در خیابان

ورزش در شکل ظاهری کاراکترها و همچنین در سرعت و قدرتشان تأثیر دارد به طور کلی سبب افزایش عمر طبیعی افراد نمی‌شود مگر آنکه فرد دوندۀ ماراتن باشد. ورزش بیشتر از همه در شغل‌های تبهکارانه کاربرد دارد. می‌توان به‌وسیله سرعت به‌دست آمده از ورزش، بهتر از دست پلیس گریخت و می‌توان با قدرت به‌دست آمده، در درگیری با پلیس شانس موفقیت بیشتری داشت. تمرین‌های ورزشی نیز در دو نوع قدرتی و سرعتی انجام می‌شود. شایان‌ذکر است که شنا کردن در بازی ورزش محسوب نمی‌شود و صرفاً یک نوع تفریح است.

۳.۲. بهداشت:

بهداشت جزء یکی از نیازهای اصلی کاراکتر در بازی طراحی شده است. همچنین بهداشت در روند بازی سیمز به ۲ بخش قابل تقسیم است که عبارت‌اند از: ۱- بهداشت فردی که شامل حمام کردن، شستن دست‌ها و مسواک کردن می‌شود ۲- بهداشت محیطی که شامل گذاشتن غذا در یخچال برای جلوگیری از فاسدشدن، دور انداختن غذاهای فاسد، نظافت خانه و بیرون بردن پسماندها از خانه می‌شود.

کاراکترها وقتی وارد خانه می‌شوند، کفششان را از پا در نمی‌آورند. شستن دست‌ها صرفاً می‌تواند برای کاراکترهایی که صفت «پاکیزه» را دارند خُلق مثبت ایجاد کند. مسواک کردن فقط روی بوی خوش دهان تأثیر دارد و بر روی نیاز بهداشت تأثیر نمی‌گذارد. اگر خانه کثیف باشد خُلق منفی ایجاد می‌کند.

۳.۳. استراحت:

استراحت نیز با عنوان «انرژی» جزء یکی از نیازهای اصلی کاراکتر در بازی طراحی شده است که با خوابیدن روی تخت، نشستن و چرت زدن روی کاناپه و استفاده از خدمات ماساژ در یکی از ساختمان‌های شهر تأمین می‌شود، لازم به ذکر است که بازیکن نمی‌تواند به طور اختیاری برای رفع خستگی روی زمین دراز بکشد یا بنشیند. کاراکترها در سیمز به طور متوسط ۸ ساعت در روز می‌خوابند که با این ۸ ساعت

۲.۱.۱.۲. مجلس ترحیم: نمی‌شود عنوان میهمانی را به آن اطلاق کرد، وقتی که یکی از اعضای یک خانه می‌میرد، دوستان فردی که کسی را از دست داده در خانه او جمع می‌شوند و در آنجا با یکدیگر معاشرت می‌کنند که این میهمانی سبب کاهش خُلق منفی وی می‌شود.

۲.۱.۱.۳. میهمانی عروسی: نوعی میهمانی خانگی که یک مراسم عروسی نیز در آن گنجانده شده است. در واقع فقط حضور عروس و داماد با لباس‌های خود و در کنار هم ایستادن است که میهمانی عروسی را از دوره خانگی متمایز می‌کند.

۲.۱.۱.۴. میهمانی تولد: در هنگام تغییر سن یک فرد و ورود به مرحله بعدی عمرش، می‌توان برای او تولد گرفت. در این میهمانی همه برای وی هورا می‌کشند و به نوعی به او تبریک می‌گویند. می‌توان برای این میهمانی کیک تولد نیز خریداری کرد. با گرفتن این میهمانی فردی که تولدش بوده تا یک روز خُلق مثبت زیادی دارد.

۲.۱.۱.۵. میهمانی سیاسی جمع‌آوری کمک^{۶۳}: نوعی میهمانی که افراد دارای شغل سیاسی می‌گیرند تا از مردم هدیه^{۶۴} دریافت کنند. هرچه میهمانی باشکوه‌تر باشد افراد پول بیشتری می‌دهند.

۲.۲. تفریحات بیرون از خانه عبارت‌اند از: بازی کردن با توپ به‌صورت دو نفره، سینما، تئاتر، به کنسرت موسیقی رفتن، رفتن به پارک عمومی و استخر عمومی، رفتن به گالری، رفتن به ساحل، ماهی‌گیری، بازدید از اماکنی مثل آزمایشگاه و پادگان، باغبانی و آشپزی، ورزش در اماکن ورزشی، شنا در استخر، ورزش در خیابان و رفتن به سالن ماساژ.

۳. الگوی سلامت:

الگوی سلامت را در بازی سیمز می‌توان به ۴ زیرالگو دسته‌بندی نمود که عبارت‌اند از: زیرالگوهای ورزش، بهداشت، استراحت و تغذیه.

۳.۱. ورزش:

63. Campaign Party
64. Donation

۴.۱.۱. ازدواج و جدایی:

پیشنهاد ازدواج فقط در صورتی ممکن است که ارتباطی عاطفی همراه با چند بار رابطه جنسی قبل از آن اتفاق افتاده باشد. باید توجه داشت که در بازی سیمز بدون ازدواج هم می‌شود بچه‌دار شد و خانواده شکل داد و ازدواج فقط گزینه‌ای اختیاری است؛ و اما ارائه پیشنهاد جدایی از یکدیگر می‌تواند توسط هر یک از طرفین مطرح شود. بعد از جدایی پول باقیمانده در صندوق کاراکتر بین او و همسرش به طور مساوی نصف می‌شود، همین‌طور پس از جدایی هیچ یک از طرفین ملزم به ترک خانه نیستند بلکه ترک کردن خانه صرفاً گزینه‌ای اختیاری است.

۴.۱.۲. نسب:

نسبت‌های فامیلی در بازی وجود دارد اما صرفاً نسبتی اسمی هستند به این معنی که ملازم تعاملی خاص در بازی نمی‌باشد، مثلاً تفاوتی میان تعامل کاراکتر با پدر بزرگش در مقایسه با تعامل کاراکتر با افراد کهن‌سال دیگر نیست.

۴.۱.۳. سرپرستی بچه:

با یک تماس می‌توان سرپرستی یک بچه را به عهده گرفت. پس از تماس، مددکار اجتماعی برای تأیید صلاحیت شما به خانه مراجعه می‌کند و در صورت احراز صلاحیت (در شرایط بسیار خاص صلاحیت احراز نمی‌شود) مدتی بعد بچه را تحویل می‌دهند. می‌توان اسم، جنسیت و گروه سنی بچه را نیز انتخاب کرد. لازم به ذکر است که دریافت سرپرستی یک بچه هیچ هزینه‌ای ندارد.

۵. الگوی درآمد:

۵.۱. کاراکتر در بازی سیمز می‌تواند از ۵ طریق درآمد اقتصادی کسب کند که عبارت‌اند از: ۱- شغل تمام‌وقت ۲- شغل پاره‌وقت ۳- سرمایه‌گذاری ۴- مهارت‌ها ۵- فرصت‌های شغلی

۵.۱.۱. مشاغل تمام‌وقت:

۹ شغل که در ساختمان‌های شهر پراکنده شده‌اند را می‌توان منبع اصلی درآمد در بازی سیمز تلقی کرد و با استخدام شدن می‌شود در آنها مشغول به کار شد که عبارت‌اند از: ۱- نظامی

نوار نیاز انرژی آنها پر می‌شود. همچنین با خوردن قهوه در بازی نیاز به خوابیدن کمتر می‌شود.

۳.۴. تغذیه:

بر اساس نیاز گرسنگی که در بازی از نیازهای اصلی محسوب می‌شود، می‌توان زیرالگوی تغذیه را به دو بخش تقسیم نمود که عبارت‌اند از غذای خانگی و فست فود.

هر چیزی که کاراکتر می‌خورد به‌جز سیر شدن، ممکن است به بازیکن خُلق مثبت یا منفی بدهد. مایعات سیر نمی‌کند بلکه خُلق بازیکن را افزایش می‌دهد. نکته جالب توجه این است که در بازی سیمز نمی‌توان آب خورد. به این معنی که نه آب معدنی در بازی وجود دارد و نه می‌توان از آب شهری برای نوشیدن استفاده کرد؛ قهوه و انواع شربت و نوشابه به‌عنوان جایگزین در بازی در نظر گرفته شده است. در بازی سیمز اگر کاراکتر به طور متوالی یک نوع غذا بخورد دیگر خُلق مثبت دریافت نمی‌کند و این در حالی است که اگر کاراکتر بارها و بارها پیتزا سفارش دهد به ازای هر بار خوردن پیتزا خُلق مثبت دریافت می‌کند. لازم به ذکر است که کاراکتر از طریق تلفن فقط می‌تواند پیتزا سفارش دهد. همچنین در بازی سیمز هیچ مادری نمی‌تواند به نوزادش شیر دهد و شیشه شیر جایگزین آن شده است.

۴. الگوی ارتباط:

کاراکتر در سیمز می‌تواند به تناسب رده سنی کاراکترهای دیگر و همچنین به تناسب میزان صمیمیت با آنها ارتباط برقرار کند. جنسیت هیچ‌گونه محدودیتی برای ارتباط ایجاد نمی‌کند. انواع ارتباطی که در سیمز قابل شکل‌گیری است عبارت‌اند از: دوستانه، فامیلی، همسرانه. برای ارتباط با دیگران می‌توان به‌غیر از ارتباط چهره به چهره، از تلفن یا رایانه هم استفاده کرد. غیر از ارتباط همسرانه، در ارتباط دوستانه نیز می‌توان رابطه عاشقانه و جنسی را تجربه کرد. البته نوجوانان فقط می‌توانند رابطه عاشقانه با یکدیگر برقرار کنند و برقراری رابطه جنسی برای آنها مقدور نیست. در روابط عاشقانه کاراکتر می‌تواند خیانت کند. در بازی سیمز روابط جنسی فقط در صورت داشتن ارتباط عاطفی ممکن است.

۲- موسیقیدان ۳- سیاستمدار ۴- پزشک ۵- پلیس ۶- روزنامه‌نگار ۷- آشپز ۸- تاجر ۹- تبهکار. هر کدام از این مشاغل تا ۱۰ مرحله جای رشد دارند و در هر مرحله حقوق دریافتی افزایش می‌یابد. با ارتقای درجه کاری، فرد کمتر کار می‌کند و روزهای تعطیل بیشتری خواهد داشت. متوسط کار روزانه در سطح اولیه ۶ ساعت و تعداد روزهای تعطیل فرد ۲ روز در هفته است.

۵.۱.۲. مشاغل پاره‌وقت:

ساعت کار این مشاغل در حدود ۳ ساعت در روز است. همانند مشاغل عادی ۵ روز کاری را در هفته به خود اختصاص می‌دهند. مراحل رشد کاری در ۳ سطح خلاصه می‌شود.

۵.۱.۳. سرمایه‌گذاری:

در اماکن تجاری شهر امکان سرمایه‌گذاری وجود دارد و بازیکن به صورت هفتگی سود خود را دریافت می‌کند.

۵.۱.۴. مهارت‌های درآمدزا:

با داشتن بعضی از مهارت‌ها می‌توان اعمالی را انجام داد و از طریق آنها درآمدهایی را کسب کرد. مثلاً می‌توان ماهی گرفت و فروخت و یا در ازای پول، برای شنوندگان گیتار الکترونیک نواخت، این کار را در تمام مکان‌های عمومی شهر می‌توان انجام داد.

۵.۱.۵. فرصت‌های شغلی گذرا:

بنا به توانایی‌های فرد، در بازی ظاهر می‌شوند و اگر فرد آنها را قبول کند و در زمان مقرر انجامشان دهد، پول دریافت می‌کند.

۶. الگوی هزینه

۶.۱. کاراکتر در بازی سیمز می‌تواند به ۶ طریق از صندوق مالی خود هزینه نماید که عبارت‌اند از: ۱- خرید زمین و مسکن ۲- خرید وسایل عمرانی برای ساخت مسکن ۳- خرید اثاث منزل ۴- خرید کالا ۵- پرداخت هزینه خدمات.

۶.۱.۱. پرداخت هزینه خدمات:

خدمات یا در ساختمان‌های شهر ارائه می‌شود و یا به وسیله تماس تلفنی قابل دسترسی است. خدماتی که توسط تماس تلفنی قابل دسترسی است عبارت‌اند از خدمتکار، نگهدار بچه و تعمیرکار. همچنین کاراکتر باید مبلغ قبضی^{۶۵} را که احتمالاً مربوط به مالیات، عوارض شهرداری و کارکردهای آب و برق و تلفن است، پرداخت نماید. (مبلغ این قبض با افزایش مصرف برق بیشتر می‌شود)

۷. الگوی یادگیری:

یادگیری در بازی سیمز از ۶ مجرا قابل حصول است که عبارت‌اند از: ۱- مدرسه ۲- تمرین ۳- والدین ۴- تماشای تلویزیون ۵- خواندن کتاب ۶- کلاس‌های متفرقه

۷.۱. مدرسه:

فقط کودک و نوجوان مدرسه می‌روند و فقط برای این دو رده سنی تحصیل اجباری است. همه دانش‌آموزان باید در ساعت ۹ صبح در مدرسه حاضر باشند. کودکان ۳ بعدازظهر و نوجوانان ساعت ۲ از مدرسه تعطیل می‌شوند. همچنین مدرسه رفتن بر روی صفات تأثیرگذار است.

۷.۲. والدین:

والدین فقط می‌توانند تا پایان دوره خردسالی آموزش‌هایی را به بچه خود بدهند و پس از آن دوره یادگیری توسط والدین صورت نمی‌گیرد. آموزش‌هایی که والدین در دوره خردسالی به بچه خود می‌دهند محدود است به آموزش راه رفتن و سخن گفتن.

۸. تولد و مرگ:

تولد در صورت آمیزش جنسی یک زن و مرد اتفاق می‌افتد. ویژگی‌های ظاهری به صورت مساوی از پدر و مادر انتقال می‌یابد. جنسیت تصادفی است، اما در برخی موارد با خوردن سیب یا هندوانه تنظیم می‌شود. اگر مادر روزی یک سیب بخورد فرزند او پسر می‌شود و اگر روزانه هندوانه بخورد فرزند او دختر خواهد بود. همچنین اگر زنی در دوران بارداری ماساژ دریافت کند و غذای مورد علاقه خود را

نتیجه‌گیری

نام SIMS از کلمه Simulation به معنای شبیه‌سازی گرفته شده، همچنین زبان^{۶۸}، واحد پولی^{۶۹}، جغرافیا و نژاد در سیمز ساختگی است و متعلق به جامعه خاصی نمی‌باشد که به نظر می‌رسد توجه داشتن به این موضوع از طرف سازندگان سیمز، تلاش برای فراگیر شدن این بازی در سطح جهانی و پیدا کردن مخاطبان گسترده است. از سوی دیگر سیمز برای جذب حداکثر مخاطب جهانی سعی کرده تا رده سنی بازی را به حداقل رسانده و از به‌کار بردن مقولاتی همچون دخانیات، مواد مخدر، مشروبات الکلی، قمار و الفاظ رکیک خودداری کند که با توجه به میزان فروش بازی، به طور حتم موفق بوده است. در تحلیل نهایی بازی رایانه‌ای سیمز باید گفت که این بازی شبیه‌سازی سبکی از زندگی است که تنها نمایشگر عیش و خوشی است و به جنبه‌های نامالیم و ناخوشایند زندگی نمی‌پردازد. در واقع سیمز نمایش یک زندگی مطلوب است که تاکید اصلی‌اش بر تنوع‌طلبی در ارضای نیازهای اولیه و ساده‌نگاری مسائل اساسی زندگی است. در این بازی سعی شده تا بازیکن به موازات درونی شدن اصول زندگی جایگزین در بازی و فهم وظایف خود به مثابه یک شهروند (مثل جدی گرفتن پرداخت قبوض به دلیل ضبط بی‌چون و چرای اموال)، از کمبودها و تلخی‌های موجود در زندگی واقعی غافل شود؛ مثلاً در فضای شهری در بازی سیمز شاهد هیچ‌گونه ازدحام، درگیری، آلودگی و سروصدا نیستیم و انگار همه‌چیز از پیش به طور ایده‌آل در جریان است. در همین راستا در بازی «جرم» به عنوان یک مؤلفه تعریف‌نشده و اصلاً روند بازی به شکلی است که اعمال به ظاهر مجرمانه‌ای همچون دزدی و تبهکاری یا بدون مجازات است و یا حضور پلیس به‌عنوان عامل برخورد با عمل به ظاهر مجرمانه بسیار غیر موثر است (حتی کاراکتر در شرایط خاصی به دزدی اموال دوستان و آشنایانش مبادرت می‌کند و هیچ عواقب جدی جز اندکی کدورت برای وی در پی ندارد). همچنین در بازی مقوله «بیماری» جدی نیست، هیچ یک از کاراکترهای بازی بیماری جدی نمی‌گیرند و برای بیمارستان نیز نقشی صوری تعریف شده که فقط افراد

بخورد و موسیقی مورد علاقه خود را بشنود بچه با امکان انتخاب صفات دلخواه به دنیا می‌آید. در بازی سیمز اگر کاراکتر در نقش یک روح به بازی ادامه دهد می‌تواند با دیگر کاراکترهای بازی رابطه جنسی داشته باشد و از آنها صاحب فرزند شود، فرزند او پنجاه درصد شانس دارد که روح مانند باشد.

در بازی به چند روش خاص کاراکترها جان خود را از دست می‌دهند. در هنگام مرگ، فرشته مرگ^{۶۶} مسئول گرفتن جان کاراکتر است. لازم به توضیح است که فقط در صورت برآورده نشدن نیاز گرسنگی، ممکن است کاراکتر بمیرد. همه در بازی سیمز به یک میزان عمر می‌کنند، یک ورزشکار و یا یک فردی که روی کاناپه همیشه مشغول خوردن فست فود است و تلویزیون می‌بیند، یکسان عمر می‌کنند. در بازی سیمز مستقیماً نمی‌شود توسط کاراکتر، کاراکتر دیگری را کشت. وقتی کاراکتر می‌میرد می‌تواند در شرایطی خاص به زندگی خود به‌صورت یک روح ادامه دهد. فرشته مرگ وقتی می‌خواهد جان کسی را بگیرد با او دست می‌دهد، گویی قراردادی بین آنها منعقد بوده است. اگر کاراکتری در بازی یک «گل مرگ» داشته باشد فرشته مرگ جان او را نمی‌گیرد بلکه گل را می‌برد. در بازی می‌توان از طریق «باغبانی» و «علم» در شرایط خاصی زندگی ابدی داشت. همچنین کاراکترهای بازی در اثر مرگ‌های مختلفی که برایشان اتفاق می‌افتد، تبدیل به ارواحی به رنگ‌های مختلف می‌شوند. برق‌گرفتگی موجب زرد شدن روح، سوختن موجب سرخ شدن، غرق شدن موجب آبی شدن، کهولت موجب سفید شدن و مرگ به دلیل گرسنگی منجر به بنفش شدن رنگ روح می‌شود. اگر یک روح در بازی غذای خاصی را بنام Ambrosia^{۶۷} بخورد، می‌تواند به زندگی طبیعی بازگردد. اما پس از مرگ کاراکتر، نزدیکان وی روح او را نمی‌شناسند و باید دوباره با او به‌عنوان شخصی جدید ارتباط برقرار کنند.

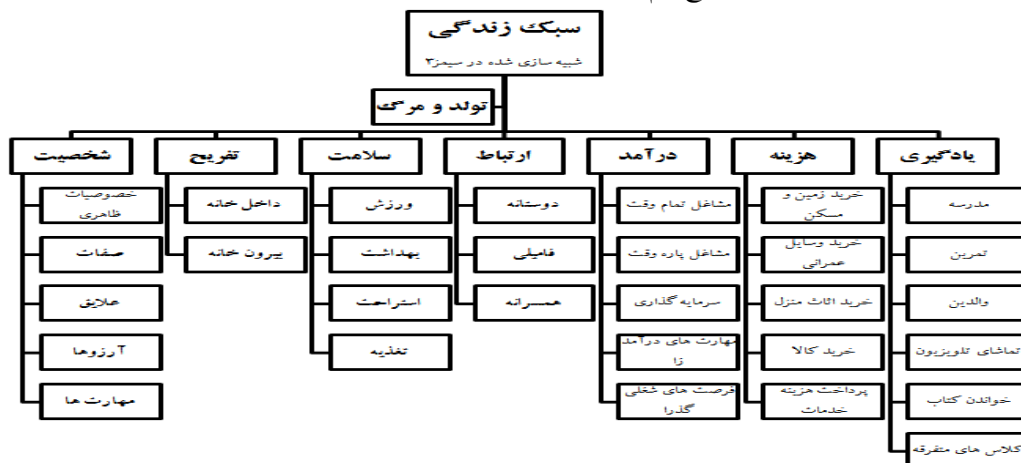
68. Simlish
69. Simoleon

66. Angel of Death

۶۷. خوراک خدایان که زندگی جاوید به آنها می‌داده است

یکدیگر قانونی است، با این وصف بازی سیمز این مورد را به صورت امری معمول نمایش داده است. ارتباط عاطفی و جنسی همجنس‌ها نیز در بازی بدون هیچ تفاوتی نسبت و به زوج‌های غیرهمجنس قابل حصول است. بر اساس شواهدی که در متن به آن اشاره شد از قبیل محدود بودن به نیازهای غریزی و مادی در زندگی، محدود بودن دایره انتخاب علایق به ذائقه‌های شکل‌گرفته در جوامع غربی، اختصاص سهم زیادی از آرزوها به مسائل اقتصادی، استفاده انحصاری از ساز گیتار الکتریک در پیدایش و افزایش مهارت موسیقی، اشکال خاصی از همخانگی، غلبه داشتن نگاه زیبایی محور به مسائل بهداشتی در مقابل نگاه معطوف به سلامتی، برجسته بودن نقش فست فود و به خصوص پیتزا در تغذیه، سو داشتن الگوی ارتباط اجتماعی، ضعیف بودن نقش خانواده در آموزش و تربیت فرزند، جهت دادن به شیوه استراحت و رفع خستگی و استفاده از خال کوبی برای آرایش صورت؛ می‌توان سبک زندگی وانمایی شده در بازی رایانه‌ای سیمز ۳ را سبک زندگی مصرفی دانست که به واسطه تنوع موجود در بازی، سعی در ارضای حس تمایزطلبی و بروز نوعی هویت در مخاطب را دارد تا مخاطب با پیروی ناخودآگاه از رمزگان سیمز و همکاری رقابت‌آمیز در سطح این رمزگان، وارد قواعد بازی شده و با دیگر بازیکنان در سرتاسر دنیا، جامعه‌ای یکپارچه را تحت هژمونی مصرف، شکل دهد. سرانجام الگوی شبیه‌سازی شده از سبک زندگی در بازی رایانه‌ای سیمز ۳ را می‌توان به صورت زیر تصویر کرد:

می‌توانند در آن مشغول به کار شوند و یا زنان باردار وضع حمل کنند. یک نکته اساسی پیرامون سبک زندگی شبیه‌سازی شده در بازی سیمز، تاکید بر دو مفهوم مصرف‌گرایی و تجمل‌طلبی است. بازی به نحوی طراحی شده که خرید، انگیزه مسلط پیشبرد بازی است؛ یعنی انگیزه ادامه دادن به بازی خرید بیشتر و بیشتر می‌باشد. در قسمت خرید کردن بازی، موسیقی ویژه‌ای وظیفه دارد تا خرید را مفرح‌تر نشان دهد و به آن تشویق کند. حراج نیز در بازی با شعار Enjoy the saving آغاز می‌شود. به طور کلی در این بازی به ندرت، هزینه‌ای که لذتی در پی نداشته باشد پرداخت می‌شود. مثلاً کرایه تاکسی و دریافت روزنامه رایگان است. همچنین به طور کلی کاراکتر در بازی با خرید کالای گران، سرحال‌تر می‌شود. در بازی مأموریت‌هایی برای پیشرفت زندگی به کاراکتر اعلام می‌شود که آنها را باید انجام دهد. از جمله این مأموریت‌ها، خرید یک کالای گران‌قیمت است که در بخش‌های مختلفی از روند بازی تکرار می‌شود. تبلیغ تجمل‌طلبی را همچنین می‌توان از ساعت طلایی که فرشته مرگ به دست دارد نیز دریافت کرد. امکانات رفاهی شهر، نوع غذاهای موجود در بازی و لوازم منزل حکایت از زرق‌وبرق فراوان در این بازی دارد. از طرفی اسراف در بازی سیمز امری طبیعی نمایش داده شده و هیچ تأثیر منفی‌ای بر کاراکتر ندارد (مثلاً دورریز غذا در بازی بسیار زیاد است به این علت که نمی‌شود به تعداد نفرات غذا سفارش داد یا طبخ نمود). نکته مهم دیگری که در بازی سیمز وجود دارد طبیعی سازی ازدواج همجنس‌ها است. با توجه به اینکه در تعداد بسیار معدودی از کشورهای جهان ازدواج همجنس‌ها با



فهرست منابع

- استیونسون، ن. ۱۳۸۳. کولاک بودریار؛ پسامدرنیته، ارتباطات جمعی و مبادله نمادین. فصلنامه رسانه. ۲۰۳-۲۰۴.
- آدورنو، ت. و هورکهایمر، م. ۱۳۸۴. دیالکتیک روشنگری. تهران: انتشارات گام نو.
- بودریار، ژ. ۱۳۸۹. جامعه مصرفی؛ اسطوره‌ها و ساختارها. تهران: نشر ثالث.
- فلیک، ا. ۱۳۸۷. درآمدی بر تحقیق کیفی. تهران: نشر نی.
- کلیگز، م. ۱۳۸۵. ماشین‌های ایدئولوژی / آلتوسر و دستگاه‌های ایدئولوژیک دولتی، خردنامه همشهری. ۶۰.
- محمد پور، ا. ۱۳۹۰. روش تحقیق کیفی، ضد روش ۱. تهران: جامعه‌شناسان.
- مهدوی کنی، م. ۱۳۸۶. مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی. فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات فرهنگی. ۲۰۸-۲۱۰.
- مهدی‌زاده، س. م. ۱۳۸۹. نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.
- Althusser, L. (1971). *LENIN AND PHILOSOPHY*. New York and London: Monthly Review Press.
- Global video game revenue. (2013). Retrieved from Statista: <http://www.statista.com/statistics/237187/global-video-games-revenue/>

