

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۶/۱۷

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۱/۱۳

بررسی سلطه (هژمونی) فرهنگی در بازی‌های رایانه‌ای (با تکیه بر بازی سیمز)

نوشته

محمد رضا رسولی *

زهرا رستگار **

چکیده

امروزه طیف جدیدی از رسانه‌ها جای خود را در میان مردم باز کرده‌اند. یکی از این رسانه‌ها بازی‌های رایانه‌ای است. از طرفی سلطه (هژمونی) فرهنگی‌ای در رسانه وجود دارد و سعی دارد از طریق رسانه، یا به نوعی کنترل فرهنگی، باورهای خود را به مخاطب القا کند. به‌طوری که مخاطب یا مصرف‌کننده رسانه گمان کند که آزادی انتخاب دارد. هدف محقق در این پژوهش این است که به توصیف و تحلیل نشانه‌شناختی سبک زندگی در یکی از بازی‌های رایانه‌ای به نام "سیمز" بپردازد. "سیمز" یک بازی ایدئولوژیک در ژانر ایفای نقش است و سعی دارد با وجود ادعای بی‌طرفی خود سبک زندگی خاصی را به نمایش بگذارد. محقق در این پژوهش به دنبال پاسخی برای پرسش‌هایی نظیر چگونگی نمایش سبک زندگی در سیمز، مصرف، شخصیت بوده‌است و با استفاده از روش نشانه‌شناسی به این نتیجه رسیده‌است که سیمز سبک زندگی غربی را به نمایش گذاشته‌است و در آن تنها و تنها به مصرف اهمیت داده‌شده‌است، چراکه مصرف بیشتر باعث می‌شود به شادی‌های مادام‌العمر رسید! همچنین این بازی نمایش یک جامعه با نظام سرمایه‌داری است که این نظام سعی بر این دارد افراد را سرگرم شادی در زندگی کند تا از طریق این شادی کاذب بتواند به حیات خود ادامه دهد و این شادی تنها با مصرف است که به‌دست می‌آید.

کلیدواژه: بازی‌های رایانه‌ای، سلطه (هژمونی) فرهنگی، سبک زندگی، نشانه‌شناسی.

مقدمه

امروزه بازی‌های رایانه‌ای نه فقط ابزاری برای سرگرمی و تفریح، بلکه یکی از بزرگ‌ترین صنایع دنیای فناوری ارتباطات و اطلاعات هستند. یک نمونه از این بازی‌ها که به‌طور مستقیم بر طرز زندگی و فرهنگ افراد تأثیر می‌گذارد بازی سیمز (SIMS) است. این بازی شبیه‌سازی

* استادیار علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز Rasouli57@yahoo.com

** کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی Zahra_rastegaar@yahoo.com

(SIMULATION) زندگی انسان و در بین جوانان و نوجوانان ایرانی پرطرفدار است. سیمز یک شبیه سازی خیلی خوب از زندگی واقعی است، به طوری که می توان آن را یکی از بهترین مصادیق آنچه بودریار^۱ هایپر رئالیتی (واقعیت تشدید شده) (Hyper reality) می نامد، دانست. هایپر رئال که از نظر بودریار «واقعی تر از واقعی است» در بازی های از نوع خانواده سیمز می تواند کاملاً به جای زندگی واقعی بنشیند. از این رو انتقال ارزش های اجتماعی در خانواده سیمز به طرز قابل توجهی بالاست (کوثری، ۱۳۸۵: ۳). ویل رایت سازنده بازی سیمز (طبق شواهد موجود در بازی) ادعای این را دارد که سیمز یک بازی بی طرف است و تنها شبیه ساز زندگی است. در بازی به واحد پول خاصی اشاره نشده است، زبان خاصی ندارد، همان طور به شهر و مکان خاصی در آن اشاره نشده است. سیمز فاقد پایان است، بازیکن می تواند خود شخصیت ها را ساخته و روایت هایی را برای آنها ایجاد کند. به نظر می رسد اشاعه این بازی پر فروش که مخاطب را درگیر خود می کند به واسطه عنصر مصرف، نوعی هژمونی فرهنگی را در فرهنگ پیرامون ایجاد می کند. این بازی یکی از پر فروش ترین بازی های رایانه ای در دنیاست به طوری که شرکت الکترونیک آرت (Electronic Arts) (EA) در سال ۲۰۱۰ اعلام کرد، فروش «The Sims» از مرز ۱۲۵ میلیون نسخه فراتر رفته است. سیمز در جدول پر فروش ترین بازی های ویدئویی تمام دوران در رتبه چهارم بالاتر از NFS (نید فور اسپید) (Needs for speed) قرار دارد. به این دلیل است که بررسی بازی سیمز اهمیت می یابد.

ویژگی های بازی های رایانه ای

هوینزنگا نخستین دانشمندی بود که در کتاب *انسان بازیکن* بود، تعریفی از بازی ارائه کرد. او معتقد است که بازی «فعالیت یا اشتغالی داوطلبانه که در محدوده های ثابت زمان و مکان، مطابق با قواعدی که آزادانه پذیرفته شده اما مطلقاً الزام آور نیستند، با هدفی در خود انجام شده و با احساس تنش، لذت و آگاهی از متفاوت بودن آن با زندگی روزمره همراه است.» (کوثری، ۱۳۸۹: ۱۱)؛ در همین راستا و با توجه به تعریف هوینزنگا می توان این گونه برداشت کرد که بازی داوطلبانه و اختیاری است. وابسته به زمان و مکان است و آزادانه و با اختیار انجام می گیرد. هدفی در بازی وجود دارد که باعث می شود از زندگی روزمره فاصله بگیریم، و این هدف گاه می تواند لذت باشد؛ لذت تجربه فضای جدید. در این صورت بازی های رایانه ای بازی هایی هستند که از طریق یک وسیله الکترونیکی مجهز به پردازشگر انجام می شوند. بازی ها حالت تعاملی دارند و به دلیل تولید تصویر متحرک قابلیت نمایش بر روی تلویزیون های خانگی، تبلت، ایکس باکس را نیز دارا هستند. بازی های رایانه ای نیز فعالیتی داوطلبانه و اختیاری هستند و مدت زمانی را که به آنها اختصاص می دهیم، باعث می شود از جریان زندگی روزمره خود دور شویم. بازیکن می داند که بازی با فضای زندگی او متفاوت است، همین امر باعث می شود که او احساس لذت از بُرد خود در بازی را داشته باشد و همچنین احساس تنش از باخت خود در بازی. بازی های رایانه ای به دلیل

ساخت، فضا و روایت‌هایی که در آنها موجود است، ویژگی‌هایی نیز دارند که آنها را جذاب می‌کند. ویژگی‌هایی مانند: «تعاملی بودن»^۲ (Interactivity) داستانی بودن، قابلیت راهبردی دیگر، بیرونی سازی خود، تجربه‌های جدید، خطرپذیری بی خطر» (کوثری، ۱۳۸۹: ۱۶-۱۵). در بین این ویژگی‌ها ویژگی تعاملی بودن از همه مهم‌تر است چراکه بازی‌های رایانه‌ای یکی از تعاملی‌ترین فناوری‌های نوین ارتباطی هستند. به کار بردن هوش مصنوعی^۳ (Al-Artificial Intelligence) در بازی‌های رایانه‌ای قابلیت‌ای است که باعث می‌شود بازی در یک رابطه قوی با بازیکن قرار بگیرد. تعاملی بودن با تعدد سناریو و گزینه‌های مختلفی مانند انتخاب رنگ و شکل و ... و همچنین تغییر حرکت بازیکن و ... صورت می‌گیرد.

سبک زندگی. محمد فاضلی نویسنده کتاب مصرف و سبک زندگی، پس از بررسی دیدگاه‌های موجود را به دو دسته کلی تقسیم‌بندی کرده است. گروه اول تعاریفی هستند که سبک زندگی را مجموعه‌ای از رفتارها می‌دانند. ارزش‌ها و نگرش‌ها و جهت‌گیری‌های ذهنی افراد را از این مفهوم بیرون می‌گذارند. گروه دوم تعاریفی هستند که ارزش‌ها و نگرش‌ها را هم بخشی از سبک زندگی می‌دانند. رویکرد اول بیشتر در جامعه‌شناسی و مطالعات فراغت و رویکرد دوم بیشتر جنبه روان‌شناختی و در مطالعات بازار یابی مرسوم بوده است. مهم‌ترین نظریه در باب سبک زندگی نظریه پیر بودریو است که به اختصار به آن می‌پردازیم. پیر بودریو، جامعه‌شناس فرانسوی، پس از دورکیم است که به بازتعریف جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی پرداخته است. او تنها کسی است که بنیان نظری محکمی درباره مصرف و سبک زندگی آورده است. ابتدا به تعریف برخی واژه‌های کلیدی در نظریات او می‌پردازیم.

ملکه یا منش (Habitus). در حقیقت به معنای آن مجموعه‌ای از خوی‌ها و خصلت‌های افراد است که قابل جابه‌جایی است. ملکه واسطه‌ای است بین تأثیرات گذشته و محرک‌هایی که اکنون وجود دارند.

میدان (Field). جامعه به صورت یک فضای اجتماعی و جایگاه رقابتی پایان‌ناپذیر بازنمایی می‌شود، که این فضا مدل‌های کوچکی دارد که شامل قواعد، مقررات و اشکال قدرت است، این مدل‌های کوچک روابط میان کُنشگران را شکل می‌دهد. میدان همان مدل‌های کوچک است. (فاضلی، ۱۳۸۳ و خادمیان، ۱۳۸۷: ۹۵)

ذوق و قریحه (Taste). این واژه از بخش‌های اساسی داوری زیباشناختی و درک هنر است. قریحه از عناصر اصلی نظام نمادین قشربندی اجتماعی است. قریحه و ذوق نشانه هویت و پایگاه اجتماعی نیز عمل می‌کند. (خادمیان، ۱۳۸۷: ۴-۱۰۳)

عمل (Practice). نوع عادت شده رفتار است که چند جزء دارد.

نماد. چیزی مادی است اما چنین خصیصه‌ای برای آن قائل نمی‌شوند و کارایی‌اش را از مادی‌بودنش نمی‌گیرد، بلکه تفسیر آن منشای کارکردهایش است.

طبقه. مجموعه‌ای از گُشگران که پایگاه‌های یکسانی را اشغال می‌کنند، در شرایط یکسانی قرار دارند و محتمل از علایق و تمایلات یکسانی نیز داشته باشند و به همین دلیل محتمل است اعمال مشابهی انجام دهند و مواضع مشابهی اتخاذ کنند. (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۲)

بودریو معتقد است که ما یک فضای اجتماعی داریم که مجموعه‌ای از میدان‌هاست. اصل اساسی در این مجموعه کسب سرمایه است که انواع سرمایه جهت تقویت و تغییردادن سبک زندگی است. «بودریو در تحقیقات خود با بررسی تفاوت‌ها و تشابهات در مصرف محصولات فرهنگی و هنری به‌عنوان شاخص‌هایی از سبک زندگی که هزینه زیادی ندارد و به دو نوع سبک زندگی فرهنگی رسید: سبک زندگی فرهنگ متعالی که در طبقات بالا رایج بود و سبک زندگی فرهنگی مردمی یا عامیانه که در طبقات متوسط، کارکنان دفتری، کارگران ... گسترش داشت» (سایمن دورینگ، ۱۳۷۸: ۸۹). بودریو در مدل تحلیل خود معتقد است که شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می‌شود؛ منش، مولد دو دسته نظام است: نظام طبقه‌بندی و اعمال و نظام ادراکات و شناخت‌ها. نتیجه تعامل این دو نظام، سبک زندگی است. سبک زندگی همان اعمال و کارهایی است که به شیوه‌ای خاص طبقه‌بندی شده و حاصل ادراکات ویژه هستند. در سبک زندگی، ترجیحات افراد، تجسم می‌یابد، به‌صورت عمل در می‌آید و قابل مشاهده است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۳-۵). نقدی که به بودریو وارد است در نظر نگرفتن تغییرات اجتماعی و همچنین ابهام در مفهوم منش و ابهام در تعمیم یافته‌گی یافته‌های تجربی او در جامعه‌ای غیر از فرانسه است. و دیگر اینکه بر ماهیت طبقاتی الگوهای مصرف تأکید می‌کند و متغیرهای دیگر را در نظر نمی‌گیرد. و با توجه به فرایند جهانی‌شدن نمی‌توان در نظر گرفت که همه از محصولات و سرمایه فرهنگی طبقه بالا استفاده می‌کنند بلکه افراد از سرمایه فرهنگی مردم عامه نیز استفاده می‌کنند.

مفهوم هژمونی در دیدگاه آنتونیو گرامشی. گرامشی در حقیقت مفهوم هژمونی را سلطه طبقه حاکم بر طبقه تابع از طریق کنترل اجتماعی و ترغیب آنها و همچنین نفوذ فرهنگی بر آنها می‌داند. طبقه حاکم سلطه خود را از طریق امتیازدادن به طبقه تابع انجام می‌دهد نه از طریق کنترل زورمدارانه. او رهبری را لازمه هژمونی می‌داند و می‌گوید این رهبری بیان‌کننده رضایت افراد تابع و گفتمان حاکم بر گروه است. این هژمونی حاکمیت قدرتمندترین طبقات است که گروه‌های جامعه را تأمین می‌کند و می‌تواند به‌قدری گسترده شود که عقل سلیم را هم تحت‌شعاع خود قرار دهد. البته این فرایند با اجبار و زور صورت نمی‌گیرد بلکه با اقناع و ترغیب صورت می‌گیرد. درواقع گرامشی با طرح مفهوم هژمونی آن را شکلی از کنترل اجتماعی می‌داند که قدرت فیزیک

یا زور را با اقتناع فکری، اخلاق و یا در یک کلام رضایت در هم می آمیزد. در اندیشه گرامشی رسانه ها جزء ابزارهای هژمونی فرهنگی هستند. (زارعیان، ۱۳۸۸: ۴۹-۵۱)

چارچوب نظری تحقیق. رسانه اثرگذار بازی های رایانه ای با بهره مندی از ژانرهای گوناگون و با ارائه محتوای متنوع و روایت های گوناگون می تواند، بر روی ارزش ها و آرزوها و انتخاب ها و نهایتاً بر اعمال مخاطبان جوان و نوجوان خود تأثیر بسزایی بگذارد. درواقع این رسانه با عنوان رسانه ای نوظهور و گسترده گی بالا سعی در جذب مخاطبان و بازیکنان بسیاری دارد و با توجه به ویژگی های این رسانه مانند تعاملی بودن، شبیه سازی و روایت می تواند تأثیر زیادی به همراه خود داشته باشد. شبیه سازی در فضای بازی های رایانه ای می تواند در بازنمایی از واقعیت ها نیز تأثیرگذار باشد. گاهی این بازنمایی چنان واقعی نماست که می تواند به جای واقعیت نشسته و واقعیت اصلی را خراب یا تحریف سازد. تعاملی بودن نیز یکی دیگر از ویژگی های بازی های رایانه ای است، البته هیچ رسانه ای مانند بازی ها از درجه بالای تعاملی بودن برخوردار نیست. این تعاملی بودن باعث می شود که فرد در بازی غوطه ور شود و گذر زمان را در کنار بازی حس نکند. روایت نیز باعث می شود فرد تنها بیننده بازی نباشد بلکه سازنده داستان باشد و فرض کند که فعال است هر چند که روایت نیز از قبل ساخته شده است و به بازیکن اجازه می دهد گمان کند که خود داستانش را می سازد. به همین علت باعث می شود که پیام هایی که در بازی نهفته هستند را بدون آنکه بداند به راحتی بپذیرد، چراکه گمان می کند خود سازنده بازی است نه کس دیگری. این رسانه محمل خوبی برای صدور ارزش ها، ایدئولوژی ها و روش های زندگی است. بازی های خانوادگی مانند سیمز می تواند محملی باشد، برای ارائه سبک زندگی ای که از سوی کشورهای مولد تبلیغ می شود. درواقع بازی ها در حال حاضر وسیله ای برای ترویج فرهنگ، ایدئولوژی و مقاصد سازندگان بازی شده اند. از سوی دیگر یک زندگی روزمره با مصرف و به تبع آن سبک زندگی، عجین شده است، و تعریف شخصیت ها بر اساس آن چیزهایی است که مصرف می کنند. در این معنا آنچه مصرف می شود اعم از پوشاک، غذا، علائق، در هنگام اوقات فراغت، نشانگر شخصیت افراد نیستند بلکه آنها از هر جهت سازنده شخصیت هستند. بنابراین این بازی با بازنمایی سبک زندگی روزمره، نقشی در شکل دادن به نگرش های افراد و ارائه الگوهای خاص از سبک زندگی برتر و شیوه سازمان دهی کنش های مصرفی، در زندگی روزمره را دارد. در این تحقیق سبک زندگی، شامل ابعاد فردی و اجتماعی و مادی زندگی است. انسان و همه حوزه های رفتاری و وضعیت اجتماعی و دارایی را شامل می شود. مخاطبان در طی تعاملی بودن اثرگذاری بازی و همچنین هژمونی یا همان کنترل اجتماعی نهفته در آن تحت تأثیر هم ذات پنداری و تعامل با سبک زندگی موجود در آن قرار می گیرند. در حقیقت بازی به زبان تصویر، هژمونی سبک زندگی و الگوهای آن را به عنوان یک نقشه مفهومی مشترک به بازیکنان خود ارائه می کند و معنای سبک زندگی را بازنمایی می کند.

محقق از طریق هژمونی یا کنترل اجتماعی بر اساس ویژگی‌های بازی‌های رایانه‌ای به شناسایی سبک زندگی (در دیدگاه بودریو) و نمایش شخصیت و الگوی مصرف در بازی سیمز پرداخته‌است. هژمونی در تعاملات خاص شخصیت‌ها یا افراد موجود در سیمز نهفته شده‌است. درواقع بازی هژمونی یا سلطه‌ای از سبک زندگی را به نمایش می‌گذارد، که گمان می‌رود، مخاطب را درگیر خود می‌کند. این سبک زندگی به واسطه عنصر مصرف نوعی هژمونی فرهنگی را در فرهنگ پیرامون خود ایجاد می‌کند. از طریق شناسایی شخصیت و الگوی مصرف می‌توان این هژمونی فرهنگی را در این رسانه نوین به نمایش نشست.

روش تحقیق

محقق در این پژوهش، از روش نشانه‌شناختی بهره برده‌است. ابتدا به توصیف بازی، سپس به بررسی انواع نشانه‌ها از دیدگاه سوسور و به نظام نشانه‌شناسی، دلالت‌های ضمنی، جانشینی و همنشینی پرداخته شده‌است. در مجموع بازی به سه بخش کلیت بازی، ساختن سیمزها، در بخش ورود به بازی و ساخت روایت‌ها تقسیم شده‌است. کلیت بازی شامل یک سری گنش و واکنش‌ها و همچنین تعاملاتی است که حاکی از سبک زندگی خاصی است. البته این یک حقیقت است که نشانه‌ها هرگز به طور واقعی حقیقت را بازگو نمی‌کنند و در حقیقت یک واسطه بین ما و واقعیت هستند. سوسور نشانه را پدیده‌ای دوگانه می‌داند یعنی شکلی که از دو بخش مرتبط به هم تشکیل شده‌است؛ دال و مدلول. رابطه بین این دو، مفهومی است و به وسیله قرارداد اجتماعی تعیین می‌شود. سوسور نشانه را متشکل از دو بخش می‌داند، یک دال، تصور صوتی (منظور از صوت جنبه فیزیکی نیست بلکه اثر ذهنی این آواست) و دوم مدلول، مفهومی که دال به آن دلالت می‌کند، یا تصور مفهومی. دیدگاه سوسور برخلاف پیرس (اندیشمند و فیلسوف آمریکایی) بیشتر بر خود نشانه معطوف است. از نظر سوسور نشانه موضوعی فیزیکی و با معنا بود؛ نشانه ترکیبی از دال و مدلول است. دال تصویر نشانه است چنان‌که تصور می‌کنیم؛ نشانه‌هایی بر کاغذ یا اصواتی در هوا، مدلول مفهومی ذهنی است که دال به آن اشاره می‌کند.

یافته‌های پژوهش

توصیف بازی سیمز. با شروع بازی، بازیکن ابتدا یک شهر را انتخاب می‌کند و پس از این باید برای خود یک یا چند کاراکتر خلق کند. او می‌تواند خصوصیات ظاهری باطنی و حتی پوشش کاراکتر خود را خلق کند. نوع جنسیت سن و سال و تمامی اجزای صورت و بدن کاراکتر خود را انتخاب و آرزوهایی که در آینده می‌خواهد به آن برسد را نیز تعیین می‌کند. البته تمامی این انتخاب‌ها در یک دایره محدودی قرار دارند و صورت‌هایی که می‌شود ساخت، محدودند. پس از آنکه کاراکتر ساخته شد؛ می‌توان، اگر بیشتر از یک نفر هستند رابطه آنها با یکدیگر را نیز تعریف کرد. سپس وارد بازی می‌شویم.

کاراکتر ما در ابتدا بین ۲۲-۱۵ سیمولن^۴ پول دارد و او می‌تواند با آن ابتدا یک خانه انتخاب کند. البته با این مقدار پول خانه مجللی می‌توان در شهر پیدا کرد و کاراکتر در حین بازی کار می‌کند و پول بیشتری کسب می‌کند. اما بازیکنان حرفه‌ای قفل‌های بازی را می‌شکنند و می‌توانند با گرفتن چند کلید و دادن دستوری در بازی پول و سرمایه اولیه خود را افزایش دهند. همچنین کاراکتر می‌تواند خانه‌ای حاضر و آماده را خریداری کند و تعیین کند که در آن وسایل زندگی وجود داشته باشد یا خیر و همچنین می‌تواند با خرید یک زمین، اقدام به ساخت یک خانه برای خود کند و اثاثیه آن را نیز تهیه کند. بعد از این کاراکترها در آن خانه زندگی می‌کنند. بازیکن در بازی باید نیازهای کاراکتر خود را برآورده کند و طوری بازی را پیش ببرد که 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 می‌توان قابلیت‌هایی را برای کاراکتر خود بخرد. این کاراکترها از لحاظ سنی رشد می‌کنند و پیر می‌شوند و می‌میرند و بعد از آن به‌صورت 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. همچنین در بازی اگر کاراکترها صاحب یک کودک باشند این کودک رشد می‌کند و بزرگ می‌شود به مدرسه می‌رود و هنگامی که مدرسه او تمام شد به دنبال شغل می‌گردد، صفاتی را کسب می‌کند و با افرادی آشنا می‌شود و جشن تولد می‌گیرد و همچنین می‌تواند ازدواج کند. در بازی واحد پول سیمولن است. نژاد خاصی مطرح نیست؛ دین و مذهب گزینه‌ای تعریف‌شده ندارد. همچنین شهر در جای خاصی قرار نگرفته و اسم خاصی نیز ندارد. تنها اسم آن sunset valley است و بازیکن می‌تواند اسم آن را اسم یک خانواده نیز بگذارد.

تحلیل نشانه‌شناختی. در بازی سیمز برای آنکه سیمزها یا خانواده سیمز را بسازیم در ابتدا احتیاج داریم که یک سری از موارد را در آن بیان کنیم. برای ساختن سیمز باید شخصیت سیمز مورد نظر خود را به دلخواه طراحی کنیم. البته این دلخواهی بودن در قالب گزینه‌هایی تعیین می‌شود که از قبل پدیدآورندگان بازی برای ما انتخاب کرده‌اند. شخصیت یک سیمز در بازی به چند مورد تقسیم می‌شود؛ برای پرداختن به آن یک سری رموزها وجود دارد که در قالب نظام نشانه‌های تصویری، نظام نشانه‌های حرکتی که شامل انیمیشن ثابت و متحرک هر یک از سیمزها می‌شود، نظام نشانه‌های نوشتاری که در سیمز به صورت باکس‌های توضیح مطالب یا گفت‌وگوی بین دو سیمز نمایش داده می‌شود همچنین نظام نشانه‌های آوایی.

نظام نشانه‌های تصویری. در بخش تصویر هنگامی که، خصوصیات کلی شخصیت سیمز مانند سن سیمز و یا اندام سیمز را انتخاب می‌کنیم. به‌سرعت تصویر جوانی یا پیری و کودکی سیمز

تغییر می‌کند و معمولاً برای اینکه با بازیکن و سازنده خود تعامل کند دست خود را به صورت بای‌بای بالا آورده و حرکت می‌دهد. نشانه‌های تصویری که در ساخت یک سیمز موجود است، از فضای آرام و کاملاً لوکسی تشکیل شده است.

نظام نشانه‌های حرکتی. هنگامی که در حال انتخاب صفت هستیم انیمیشن ثابت است و تنها به روبه‌رو نگاه می‌کند، زمانی که صفت انتخاب شد متناسب با صفت انتخابی از خود حرکتی انجام می‌دهد و انیمیشن موجود متحرک می‌شود. برای مثال هنگامی که صفت ترس را برای سیمز انتخاب می‌کنیم صورت خود را جمع می‌کند. در هنگام مواجهه با صفت هنرمند یک قلم‌مو بر دست می‌گیرد باقی صفات نیز به همین صورت انتخاب می‌شوند.

نظام نشانه‌های آوایی. پس از انتخاب صفت سیمز ساخته شده متناسب با صفت از خود صدایی تولید می‌کند. مثلاً صدای ترس را از طریق به هم چسباندن دندان‌های خود ایجاد می‌کند.

نظام نشانه‌های گفتاری و نوشتاری. در هنگام انتخاب اندام و صورت سیمز، از خود گفتاری تولید می‌کند. مثلاً در هنگام بای‌بای کردن یا نشان دادن حضور خود می‌گوید سوسو. البته گفتار در سیمز به صورت زبانی ناشناخته است و نمی‌توان صحبت و گفت‌وگوی سیمزها را ترجمه کرد. اما در رابطه با هر صفت و رفتاری توضیحی به صورت یک باکس ظاهر می‌شود. که از نظام نشانه‌های گفتاری بهره برده است و باکس‌ها حاوی نکات مهمی در رابطه با صفات هستند و هر صفت به طور کامل توضیح داده شده است.

انواع نشانه‌ها. در بازی یک سری نشانه‌های آیکنیک یا شمایل‌ی و همچنین نمادین و سمبلیک وجود دارد.

الگوی شخصیت در سیمز

شخصیت در سیمز به پنج صفت اصلی جسمی، ذهنی، سبک زندگی، اجتماعی و صفات مخفی (از پدر و مادر به ارث می‌رسد) تقسیم می‌شود. علاوه بر این شخصیت در سیمز به علائق، محبوبیت‌ها، موسیقی و انواع غذاهای اروپایی و آمریکایی نیز تقسیم می‌شود. لباس‌ها به every days لباس روزمره، formal لباس رسمی، sleepwear لباس خواب یا استراحت، athletic لباس ورزشی، swimwear لباس شنا تقسیم شده‌اند. این تقسیم‌بندی در بازی به معنای این است که هر یک از این لباس‌ها در محیطی ویژه و به منظور خاصی پوشیده می‌شوند. مثلاً در برخی رستوران‌ها و مهمانی‌ها پوشیدن لباس رسمی الزامی است. غذاها در سیمز ۲۴ و اکثراً غذاهای آمریکایی و اروپایی هستند. البته اینجا نقد دیگری به بازی وارد می‌شود و آن اینکه چرا اکثر غذاها غربی است و کمتر از غذاهای شرقی استفاده شده است؟ شاید تنها یک نمونه غذای شرقی آن هم از چین وجود داشته باشد. اما از دیگر کشورها خیر؛ مانند هند، آفریقای جنوبی، خاورمیانه. پس از آنکه شخصیت سیمزها تعیین شد به سراغ آرزو برای سیمز می‌رویم. البته آرزوها توسط بازی و

با توجه به صفاتی که از دایره صفات، که محدود نیز هستند به وجود می‌آیند و بازیکن تنها قادر است یک صفت را برای ادامه بازی انتخاب کند. هدف غایی بازی رسیدن به آن آرزو است البته در بازی یک سری آرزوهای دیگر هم به وجود می‌آیند که همگی در راستاساختن روایت ایجاد می‌شوند، اما وجود آنها باعث نمی‌شود که یک سیمز آرزوی اصلی خود را فراموش کند. هدف نهایی بازی رسیدن به آن آرزوست. هر سیمزی باید در طول بازی تلاش کند تا به آن آرزوی خاص برسد و در به‌دست آوردن آن باید مهارت‌هایی نیز یاد بگیرد. جالب است که آرزوها در سیمز به آرزوهای خوب و بد نیز تقسیم می‌شوند. ولی داشتن یک آرزوی منفی مانند استاد دزدها تأثیر منفی در رابطه یک سیمز با سیمزهای دیگر نمی‌گذارد. در بازی سیمز شش نیاز اصلی برای هر سیمز و کاراکتری تعریف شده است که اگر این نیازهای اصلی سیمز برآورده نشود قطعاً سیمز با مشکل مواجه می‌شود.

خصوصیات کلی خانواده در سیمز

منظور از خانواده در سیمز اعم از هر گونه هم‌خانگی است. در سیمز تعداد اعضای خانواده هیچ محدودیتی ندارد. خانواده در سیمز به چند بخش تقسیم می‌شود.

۱. انواع خانواده، ۲. ازدواج و طلاق، ۳. ارث و نسب، ۴. سرپرستی کودک.
- انواع خانواده (Household) به این شرح است: ۱. زن و شوهر ۲. والدین و فرزند ۳. هم‌خانه ۴. خواهر و برادر ۵. زوج هم‌جنس
- ازدواج و طلاق. این مورد دارای گُنش واکنش‌هایی است که به شرح زیر است.
- پیشنهاد ازدواج فقط در صورتی ممکن است که ارتباط عاطفی همراه با چند بار رابطه زناشویی قبل از آن اتفاق افتاده باشد؛
- امکان گرفتن مهمانی به مناسبت ازدواج وجود دارد که عروس و داماد در آن مهمانی لباس مخصوص می‌پوشند؛
- دارایی‌ها و درآمدهای همسران یکی و هم‌خانه می‌شوند؛
- بدون ازدواج هم می‌شود بچه‌دار شد و خانواده تشکیل داد و ازدواج فقط گزینه‌ای اختیاری است؛
- پس از ازدواج می‌توانند علاوه بر آرزوهای شخصی، آرزوهای خانوادگی را نیز دنبال کنند و برخی از آرزوهای شخصی کاراکترها فقط در صورت ازدواج محقق می‌شود.

جانشینی و همنشینی

در این بخش به صورت نمونه از ساخت یک شخصیت با صفات مثبت را در کنار هم قرار می‌دهیم و روایت سیمز ساخته شده با توجه به صفات و آرزوهایش را به بحث می‌نشینیم. البته تفکیک جنسیتی برای انتخاب صفات، شغل‌ها و همچنین آرزوها در سیمز دیده نشده، مانند اینکه هر سیمزی اعم از مرد یا زن هم می‌تواند هنرمند باشد هم دزد باشد و هم سرآشپز.

جانشینی - انواع صفات (ذهنی، جسمی، اجتماعی، سبک زندگی)					شخصیت سیمز با صفات مثبت
Athletic ورزشکار	Perfectionist کمال‌گرا	Charismatic رهبر، فرهمند	Brave شجاع	Artistic هنرمند	همنشینی
آرزوهای پیشنهادی برای شخصیت ساخته شده با چنین صفاتی، سوپرستار ورزشی، رهبر آزاد جهانی، استاد نقاشی و در عین حال نویسنده، مدیر هنرها، ذهن عالی و بدن عالی					آرزوها
روایت به شکلی آغاز می‌شود که فرد ابتدا موظف است یک خانه با وسایلی که لازمه یک زندگی به سبک سیمز است داشته باشد تا بتواند به هدف غایی زندگی خود که همان آرزوی پیشنهادی است برسد. سیمزی با چنین شخصیت ساختگی تنها اجازه دارد از میان پنج آرزوی پیشنهادی یکی را انتخاب کرده و در طول زندگی یا در طول روایتی که بازیکن می‌سازد به آن دست یابد. اگر سیمز ما بخواهد هنرمند شود باید علاوه بر برآوردن تمامی نیازهای محدود در بازی به برآوردن نیاز خود به نقاشی جهت رسیدن به آرزویش نیز تلاش کند و این تلاش با خواندن کتاب و تمرین مداوم نقاشی و گفت‌وگو با افراد با تجربه و همچنین شرکت در کلاس‌های آموزشی نقاشی میسر می‌شود. اما قبل از هر چیز سیمز باید درآمدی داشته باشد تا بتواند هزینه ابزار نقاشی خود را تأمین کند. پس سیمز ما باید شغلی بیابد و این شغل از طرف بازی با توجه به صفات سیمز انتخاب می‌شود. البته این صفات و صفات دیگر به همراه آرزوهای پیشنهادی‌شان تفکیک جنسیتی ندارند. و همه صفات و آرزوها هم می‌توانند برای مردان باشند هم زن‌ها! ویژگی دیگر در بخش روایت این است که بازی تصمیم می‌گیرد، به بازیکن پیام دهد که سیمز ساخته شده در آرزوی خود یک درجه پیشرفت کرده‌است، هر چند که بازیکن باید تلاش کند تا با توجه به امکانات موجود در بازی سیمز را به آرزویش نزدیک‌تر ساخته و پیشرفت کند وگرنه اگر تلاشی برای رسیدن به آرزویش صورت نگیرد سیمز ما هر روز پسرفت کرده و در نهایت سنش بالا می‌رود و می‌میرد. این سیمز اگر تلاشی نکند به پاداش‌های مادام‌العمر نیز دست نخواهد یافت.					روایت داستان

نمونه بالا ترکیبی از صفات مثبت بود که شخصیت یک سیمز را می‌ساخت و همچنین باعث به وجود آمدن آرزوهایی متناسب با صفات می‌شد. اگر سیمزی صفت هنرمند بودن و صفات‌های خوب دیگری داشته باشد می‌تواند در آرزوهایش هنرمند یا نویسنده شود با وجود صفات خوب و مثبت نمی‌تواند آرزوی منفی نیز داشته باشد.

دلالت‌های ضمنی

دلالت ضمنی یا معنای پنهان در بازی سیمز با توجه به روند زندگی مشخص می‌شود. بازی سیمز مانند دیگر بازی‌های رایانه‌ای از تصاویر حاوی نمادهای گوناگون نیست. بلکه یک جریان از مجموعه دال‌های به هم پیوسته‌است که از هم‌نشینی این دال‌ها معنای اصلی و پنهان بروز می‌کند. برخی از این دلالت‌ها به این شرح زیر است:

- انتخاب صفات محدود است. بازیکن در ابتدا تصور می‌کند که آزادی انتخاب دارد. اما طبق نظام هژمونیک از قبل یک کنترلی بر روی انتخاب او صورت گرفته شده‌است که گمان می‌کند در انتخاب آزاد است و کسی او را مجبور به انتخاب نمی‌کند. در حالی که صفات محدودیت دارند و نمی‌توان هر صفتی را که تصور می‌کنیم در بازی پیدا کنیم.

- در تعیین آرزو برای زندگی نیز تنها محدود به آرزوهای منتخب از طرف بازی هستیم. اما طبق بررسی‌های انجام‌شده بازیکنان این بازی معتقدند در این بازی آزادی کامل دارند و هر چه بخواهند به‌دست می‌آورند. در حالی‌که اگر این‌گونه بود فردی با صفات منفی می‌توانست به آرزوی هنرمندی برای مثال نیز دست یابد.
- فرد هرگز با خوابیدن بر روی زمین نمی‌تواند مود مثبت دریافت کند و این یکی از مواردی است که در سبک زندگی بازی موجود است و بازیکنان به آن دقت نمی‌کنند چراکه یکی از نشانه‌های سبک زندگی غربی است. استراحت تنها با استفاده از تخت و کاناپه ممکن می‌شود. استفاده از وسایل لوکس برای پویایی نظام سرمایه‌داری.
- تمام ویژگی‌هایی که در بازی وجود دارند بر محور انسان قرار دارند که انسان محور تمام مسائل در بازی است و اوست که تصمیم می‌گیرد چگونه یک زندگی را پیش ببرد. این مسئله می‌تواند بر روی اومانیزم نیز تأکید کند. وقتی که انسان محور همه چیز است و به جز او کس دیگری وجود ندارد. ساخت شخصیت در سیمز، دادن اختیار به بازیکن جهت ساخت یک موجود یا یک انسان واقعی، دلالتی است بر انسان‌سازی و این که انسان خود می‌تواند خالق باشد، انسان موجودی کامل و صاحب اختیار است.
- شادی وجه مهم یک زندگی در سیمز است، اگر فردی برای شادبودن در زندگی تلاش نکند به آرزوهایش نمی‌رسد. شادی در مصرف است، مصرف خواسته نظام سرمایه‌داری است.
- در فرایند بازی یک سری جهانی‌سازی‌ها وجود دارد. مانند امتیاز بیشتر برای مصرف پیتزا، هر کس بیشتر پیتزا مصرف کند شادتر خواهد بود. پیتزا به‌طور طبیعی به یکی از غذاهای مهم در جامعه غربی تبدیل شده‌است. این غذا بیشترین مود و خوشحالی را برای یک سیمز به همراه دارد.
- روابط زن و مرد در بازی کاملاً آزاد است و بر اساس خواست دو طرف صورت می‌گیرد. در این قضیه زن و مرد در برابر قوانین یکسان هستند. این خود اشاره به قوانین غربی دارد و همسان‌سازی مرد و زن و فاکتور گرفتن از تفاوت‌های آنها در قوانین. در مورد ارث، طلاق، ازدواج نیز تمامی قوانین برای هر دو طرف یکسان اجرا می‌شود. قوانین خاصی در سبک زندگی بازی موجود است و در این صورت نمی‌توان ادعای بی‌طرفی را پذیرفت. این مسئله که یک سیمز بعد از طلاق نیز در خانه همسر سابق خود می‌تواند زندگی کند اشاره به همان بی‌ثباتی نظام خانواده دارد.
- هم‌جنس‌گرایی نیز در بازی جای دارد. این رابطه به این دلیل در نظام سرمایه‌داری مورد علاقه است که مصرف در آن بیشتر از سایر خانواده‌های غیر هم‌جنس است. البته این مورد نتیجه تحقیقاتی است که انجام گرفته شده‌است و در سیمز نیز رواج دارد. هر سیمزی می‌تواند با هم‌جنس خود ازدواج کرده و زندگی شادی را به‌وجود آورد بدون آنکه مشکلی در زندگی او به‌وجود آید.

- غذاهای موجود در بازی نیز زیاد هستند اما طبخ و نمونه‌های غیرشرقی دارند از تمامی کشورهای شرقی تنها کشور چین در این غذاها جای دارد. این مسئله به جامعه سرمایه‌داری و ظهور آن در کشورهایی اروپایی نیز مربوط می‌شود. چراکه با توجه به ادعای سازنده بازی که بی‌طرفی را اعلام می‌کند باید ترکیبی از کشورهای آسیا و خاورمیانه و آفریقا نیز غذاهایی موجود باشد.
- ارتباط سیمزها با هم تعاملاتی ماشینی است. نمایش فردی شدن در سیمز است. هر کس تنها خودش به تنهایی مهم است. نظام خانواده در سیمز یک نظام فرمالیته است و خالی از تمامی احساس محبت‌هاست. محبت بین مادر و فرزند نیز ماشینی است. در کل تمامی ارتباطات افراد به صورت مکانیکی انجام می‌شود.

نتیجه‌گیری

در یک جمع‌بندی از تحلیل بازی رایانه‌ای سیمز، می‌توان بازی‌های رایانه‌ای را ابزار هژمونیک‌ی جهت نمایش سبک زندگی در این رسانه تعاملی دانست. سیمز یک بازی ایدئولوژیک است، ایدئولوژی مجموعه‌ای از باورها و ایده‌ها در راستای توجیه اعمال یک فرد است. سیمز شبیه‌ساز زندگی است. هر چند از آنجایی که مدعی است، در حد یک بازی، سبک زندگی خاصی را به مخاطب القا نمی‌کند. اما حداقل‌هایی مانند پول به دلار، نژاد، شهر، کشور، زبان آمریکایی و ضدیت‌ها و نشانه‌های متفاوتی که در دیگر بازی‌ها وجود دارند را برای اثبات ادعای خود به کار بسته‌است. چراکه بسیاری از بازی‌ها از دلار و زبان آمریکایی استفاده می‌کنند. در بازی سیمز مواردی از این دست وجود ندارند. البته باید در بازی دقیق شد، چراکه بازی با این ادعای خود معتقد است زندگی‌ای را به نمایش گذارده که در شهرها و کشورهای مختلف موجود است. در حالی که بسیاری از کشورهای شرقی و خاورمیانه چنین زندگی را تجربه نمی‌کنند و هر کدام بسته به بافت فرهنگی خود و طبق آنچه بودریو ذوق و قریحه و حس زیبایی‌شناختی می‌نامد زندگی مخصوص به خود را دارند. سبک زندگی سیمز سبک زندگی جوامع غربی است و در پی جهانی‌سازی و طبیعی کردن این نوع زندگی، با استفاده از ویژگی‌های این رسانه نوین، همچون تعاملی‌بودن، فضا، ژانر و روایت پویایی که بازی به آن پرداخته‌است، تلاش می‌کند. در این پژوهش با تکیه بر این بازی محقق به دنبال دستیابی به پاسخ این پرسش اصلی بود که در بازی‌های رایانه‌ای غربی (با تکیه بر بازی سیمز) هژمونی سبک زندگی به چه شکلی تصویر شده‌است: در پاسخ به این سؤال باید گفت که سبک زندگی در سیمز سبک زندگی‌ای است مبتنی بر نظام کاپیتالیسم یا سرمایه‌داری؛ نظامی که مبتنی بر روحیه سودجویی و سرمایه‌گذاری مستمر سودهاست. در نظام سرمایه‌داری هر فرد سرمایه‌دار باید از تمام امکانات موجود برای کسب حداکثر سود استفاده کند، در غیر این صورت محکوم به زوال و شکست است. این نظام قصد دارد سلطه هژمونیک‌ی بر سر راه سبک زندگی در

رسانه‌ها قرار دهد. نظام سرمایه‌داری سبک زندگی را می‌خواهد که در آن همه برای پویایی بیشتر نظام به مصرف، اعم از تجملات و لوکس بودن و خرید بپردازند. البته این سرمایه طبق نظر بودریو به سرمایه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی تقسیم می‌شود. قدرت در نظام سرمایه‌داری در دست حکومت نیست، بلکه در دستان عده‌ای از افراد جامعه است و در هژمونی به آن گروه مسلط یا برتر در جامعه گفته می‌شود. این گروه قصد دارند با سلطه و کنترل اجتماعی خود قدرت را در دست داشته باشند؛ به گونه‌ای که در این امر هر کس تصور کند که آزاد است و می‌تواند انتخاب کند. سلطه فرهنگی حاکم بر سبک زندگی در سیمز نیز به همین منوال است چراکه بازیکن گمان می‌کند که هیچ محدودیتی در ساخت روایت و سیمزهای خود ندارد و به راحتی می‌تواند داستانی را بسازد که خواست اوست. در این سبک زندگی خاص دو ویژگی مهم مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی نیز به چشم می‌خورد که محصول عمده نظام سرمایه‌داری است. این دو مقوله از ارکان ثابت نظام سرمایه‌داری هستند و باعث تأمین بازار استمرار تولید و افزایش سرمایه می‌شوند. مصرف‌گرایی در بازی به گونه‌ای طراحی شده‌است که خرید انگیزه مسلط در پیشبرد بازی است. یعنی انگیزه ادامه‌دادن به بازی خرید بیشتر و بیشتر است. به ندرت در بازی شاهد هزینه‌ای هستیم که لذتی در پی نداشته باشد. مانند هزینه کرایه تاکسی و روزنامه که رایگان هستند. در بخش تجمل‌گرایی به طور کلی کاراکتر با خرید کالای گران خوشحال می‌شود. مورد مثبتی کسب می‌کند. هر چه کالا گران‌تر باشد مورد مثبت بیشتری وارد می‌شود. برای پیشرفت در بازی به بازیکن مأموریت‌هایی پیشنهاد می‌شود که یکی از این مأموریت‌ها خرید یک کالای گران قیمت است. تبلیغ و تشویق تجمل‌گرایی تا حدی است که فرشته مرگ نیز ساعت طلا به دست دارد. امکانات رفاهی شهر، نوع غذاهای موجود در بازی، لوازم منزل حکایت از زرق و برق فراوان در بازی دارد. زندگی نمایشی در این بازی کاملاً لوکس و تجملی است به طوری که بودریو در فصل دو اشاره می‌کند جامعه فضای اجتماعی است و جایگاه رقابتی پایان‌ناپذیری در این عرصه دارد که میدان نامیده می‌شود و میدان در سیمز حاکی از مصرف است و در این میدان یا همان فضای جامعه، تجمل و مصرف بسیار است. طبق دیدگاه بودریو، سیمز در این سبک زندگی به چگونگی بازتولید و انتقال سرمایه فرهنگی می‌پردازد و معتقد است خانواده‌ها به نوعی سعی در جاودانه کردن موجودیت اجتماعی‌شان دارند. اشکال سرمایه‌داری مدرن قدرت نقد و تحلیل را در افراد ضعیف می‌کند و سبک زندگی را ترویج می‌کند که مبتنی بر سرمایه‌داری است و باعث می‌شود که مردم به آن فکر نکنند. شخصیت هر فرد در نظام طبقه‌بندی اعمال و نظام ادراکات و شناخت‌ها در منطق بودریو تحلیل می‌شود. همان نظامی که در سیمز، به ایجاد شخصیت‌ها و ویژگی‌هایی پرداخته‌است؛ که از قبل ساخته شده‌اند و هرگونه دخالتی را از بازیکن سلب می‌کند. الگوهای مصرفی اصلی‌ترین وجه بروز سبک زندگی هستند و بررسی طبقات از طریق الگوهای مصرف و نظام‌مند بودن الگوی مصرف آنها تعیین می‌شود.

پی‌نوشت‌ها

۱. ژان بودریا معروف‌ترین نظریه‌پرداز پست‌مدرنیته است. بحث اصلی او پیرامون واقعیت و وانمایی است.
۲. به گُش و واکنش انسان و یا انسان - ماشین (رایانه و غیره) در یک جریان ارتباطی گفته می‌شود.
۳. موجودیت رایانه‌ای که طوری برنامه‌ریزی شده‌اند تا بر اساس قواعد از پیش تعیین‌شده با یک نرم افزار و توسط برنامه‌یزان صورت گرفته است، عمل کنند. موجودیت‌ها می‌توانند به گونه‌ای عمل کنند که انگار موجودیت‌های مستقل و خودمختار هستند. در بازی‌های رایانه‌ای از هوش مصنوعی به گونه‌ای استفاده می‌شود، که در تعاملات بازی و بازیکن، بازی یا کاراکترهای بازی بتوانند نظیر انسان پاسخ های سنجیده به بازیکن بدهند.
۴. واحد پول بازی

منابع

- احمدی، بابک (۱۳۹۱)، *از نشانه‌های تصویری تا متن*، چاپ یازدهم، تهران، انتشارات نشر مرکز.
- استرانی، دومینیک (۱۳۸۸)، *مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه*، ترجمه ثریا پاک‌نظر، تهران، انتشارات گام نو.
- ایچ آپرلی، توماس (۱۳۸۷)، *ژانر و مطالعات بازی‌های رایانه‌ای: به سوی یک رویکرد انتقادی به ژانرهای ویدئویی*، ترجمه عبدالعزیز تاتار، تهران، نشر سلمان.
- آپرلی، توماس (۱۳۸۷)، *درآمدی بر بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای*، ترجمه احسان شاه‌قاسمی، ندا مختاری و دیگران، تهران، انتشارات سلمان.
- آدرنو، تئودور و مارکس هورکهایمر (۱۳۸۴)، *دیالکتیک روشنگری*، ترجمه مراد فرهادپور و امید مهرگان، تهران، انتشارات گام نو.
- آگوستو، دنیس ای (۱۳۸۷)، *دختران و بازی: خلاصه ای از تحقیقات با دلالت هایی برای عمل*، ترجمه حسین حسینی، تهران، نشر سلمان.
- بودریو، پی‌یر (۱۳۸۱)، *نظریه گُش*، ترجمه مرتضی مردیها، تهران، انتشارات نقش و نگار.
- خادمیان، طلیعه (۱۳۸۷)، *سبک زندگی و مصرف فرهنگی*، تهران، انتشارات جهان کتاب.
- دانی، مارسل (۱۳۸۸)، *نشانه‌شناسی رسانه‌ها*، ترجمه گودرز میرانی و بهزاد دوران، چاپ دوم، تهران، انتشارات نشر آنیسه نما و نشر چاپار.
- رجبعلی پور، حسین (۱۳۹۰)، *“بازنمایی تروریسم در بازی‌های رایانه‌ای با تکیه بر بازی ژنرال‌ها”*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، چاپ نشده دانشگاه علامه طباطبائی.
- زارعیان، داوود (۱۳۸۸)، *مبانی ارتباطات جمعی*، تهران، انتشارات کارگزاران روابط عمومی.
- فیسک، جان (۱۳۸۶)، *درآمدی بر مطالعات ارتباطی*، ترجمه مهدی غرابی، تهران، انتشارات دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- کوثری، مسعود (۱۳۸۵)، *“خانواده سیمز: فراسوی جنسیت و نژاد”*، پژوهش زنان، دوره ۴، ش ۴.
- کوثری، مسعود (۱۳۸۷)، *“نشانه‌شناسی رسانه‌های جمعی”*، نشریه رسانه، ش ۱.
- کوثری، مسعود (۱۳۸۹)، *عصر بازی*، تهران، نشر دریچه نو(سلمان).
- کوثری، مسعود (۱۳۹۰)، *مطالعات فرهنگی و بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای*، تهران، انتشارات همشهری.
- کوثری، مسعود (۱۳۹۱)، *کارگاه نشانه‌شناسی*، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی.
- محسنی آهویی، ابراهیم (۱۳۸۷)، *“بازنمایی فرهنگی بازی‌های رایانه‌ای”* پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

Chaney, david (1996), *Lifestyle*, London: Routledge.

Olneck, Michael (2000), “Can Multicultural Education change what counts as cultural capital”?, *American Educational Research Journal*, vol 37, no 2.

sobel, Michael(1981), *Lifestyle and social structure: concepts*, Difinition and Analysis, Academic press.

www.en.wikipedia.org/wiki

www.fa.wikipedia.org