

A Feasibility Study on Using the Motifs of Ancient Susa Ceramics in Computer Game Design

Sadreddin Taheri *

Assistant Professor Art University of Isfahan,
Isfahan, Iran

Ahmad Mostafavi 

M.A., Department of Art Studies, Faculty of
Research Excellence in Art and
Entrepreneurship, Art University of Isfahan,
Isfahan, Iran

Abstract


Video games in the modern world have become cultural, economic, and political tools to shape the thought of the younger generation. Examples of these games have made their way to the museums. Scientific circles have focused on game aesthetics, and different countries are trying to take part in the growing market of game design. This article is a feasibility study on using the ancient motifs of Iran's national art as patterns of computer game design. Taking advantage of the views of scientists like Rudolf Arnheim, our most important purpose is to survey on abilities of the motifs of ancient Susa ceramics to convert to graphic patterns utilizable for game design. We gathered the research data in a library and museum survey. The study of selected works (retrieved from the collection of Susa ceramics from 4th millennium BC in the Louvre museum) shows that these motifs can be used in the visual style of stylized abstraction to create various samples of characters, textures, items, and icons. Utilizing them, we will be able to design attractive video games based on our national identity.


Keywords: The Art of Ancient Susa, Video Games, Game Design, Game Aesthetic.

* Corresponding Author: s.taheri@au.ac.ir

How to Cite: Aminfard, A. (2021). A Feasibility Study on Using the Motifs of Ancient Susa Ceramics in Computer Game Design, *Journal of New Media Studies*, 7(27), 151-174.

امکان‌سنجی بهره‌گیری از نقش‌مایه‌های سفالینه‌های شوش باستان در طراحی بازی‌های رایانه‌ای

استادیار گروه پژوهش هنر دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی،
 دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران. *  **صدرالدین طاهری**

دانشجوی کارشناسی‌ارشد پژوهش هنر دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و
 کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران.  **احمد مصطفوی**

چکیده

بازی‌های رایانه‌ای در جهان معاصر به ابزارهایی فرهنگی، اقتصادی و سیاسی برای شکل دادن به اندیشه نسل جوان بدل شده‌اند. نمونه‌هایی از این بازی‌ها به موزه‌ها راه‌یافته‌اند؛ مبحث زیبایی‌شناسی بازی در محافل علمی پا گرفته است؛ و کشورهای گوناگون در تلاش‌اند تا سهمی از بازار رو به رشد بازی‌سازی را از آن خود کنند، همچنین طراحی بازی‌های برگرفته از اسطوره یا تاریخ ملی طی دهه‌های گذشته یکی از بنیادهای سیاست‌گذاری فرهنگی در کشورهای توسعه‌یافته بوده است، زیرا بازی‌های رایانه‌ای از سویی به سبب رواج گسترده و تأثیرگذاری عمیق به رسانه‌ای مهم در جهان معاصر بدل شده‌اند و از سوی دیگر توانسته‌اند به گسترش فزاینده بحران هویت در نسل جوان دامن بزنند. این پژوهش یک مورد کاوی با رویکرد تحلیلی - تفسیری و باهدف توسعه‌ای است که داده‌های کیفی آن به‌شیوه اسنادی و موزه‌ای داده‌اندوزی شده‌اند. هدف اصلی این نوشتار پیشنهاد روشی برای بهره‌گیری از نقش‌مایه‌های ملی ایران در طراحی بازی‌های رایانه‌ای است. با بهره‌گیری از نظریه گشتالت بیانگرا آرنه‌ایم، دسته‌بندی گونه‌های غوطه‌وری توسط ارمی و ماپرا و نیز کارکردشناسی سبک‌های گرافیکی و ابزارهای دیداری مورد استفاده در طراحی بازی توسط وو؛ این مقاله تلاش دارد راهبردی برای استفاده از نقش‌مایه‌های رایج در هنر باستانی ایران در طراحی بازی ارائه کند. بررسی آثار برگزیده که از سفالینه‌های هزاره چهارم پ.م شوش در موزه لوور برگرفته شده‌اند، نشان می‌دهد این نقش‌مایه‌ها در شیوه انتزاع سبک‌وار می‌توانند نیازهای گوناگون طراح همچون شخصیت‌پردازی، بافت‌سازی و نشانه‌پردازی را تأمین سازند و خمیرمایه طراحی بازی‌های هویت‌مدار برپایه هنر ملی ایران باشند.

کلیدواژه‌ها: هنر شوش باستان، بازی‌های ویدیویی، طراحی بازی، زیبایی‌شناسی بازی.

* نویسنده مسئول: s.taheri@au.ac.ir

مقدمه

بازی ویدیویی شامل هرگونه نرم‌افزار رایانه‌ای سرگرمی، چه به صورت متنی و چه به صورت تصویری است؛ که از هرگونه پلتفرم الکترونیک، مثل رایانه‌ی شخصی یا کنسول استفاده می‌کند و دارای یک یا چند بازیکن در محیط فیزیکی یا مجازی است. (Frasca, 2001:4)

از زایش نخستین بازی‌های ویدیویی آنالوگ در ۱۹۴۷ م. تا امروز، بازی‌های رایانه‌ای از جایگاه یک سرگرمی صرف بسیار فراتر رفته و به ابزارهایی فرهنگی، اقتصادی و سیاسی بدل شده‌اند، به گونه‌ای که بازار بازی‌سازی امروز مکانی برای رقابت کشورهای پیشرفته جهان گردیده است.

پس از سال‌های پایانی دهه هشتادم. برخی موزه‌ها و مراکز دانشگاهی شماری از بازی‌های دیجیتال نسل اول و دوم را در مجموعه‌های خود به نمایش نهاده‌اند، همچون موزه تصاویر متحرک نیویورک در سال ۱۹۸۹ م.، مرکز هنری واکر در سال ۱۹۹۸ م؛ و دانشگاه کالیفرنیا در سال ۲۰۰۳ م.؛ پس از آن نیز بسیاری از موزه‌های معتبر، نمایشگاه‌های گوناگونی از انواع بازی‌های ویدیویی را به‌عنوان یک رسانه نوین هنری برپا کرده‌اند، از جمله نمایشگاه موزه هنرهای معاصر نیویورک در سال ۲۰۱۲ م.

از آن زمان تاکنون پژوهش‌های زیادی در دنیا، با موضوع زیبایی‌شناسی بازی‌های ویدیویی صورت گرفته است. برخی از معتبرترین نهادهای فرهنگی دنیا، اکنون بازی‌های دیجیتال را به نمایشگاه‌های خود افزوده‌اند و به مطالعات زیبایی‌شناختی بر روی این بازی‌ها پرداخته‌اند.

آخرین گزارش مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک، ۱۳۹۷ الف: ۱) تأکید دارد که ضریب نفوذ بازی‌های رایانه‌ای در میان خانواده‌های ایرانی با شتاب بسیاری در حال افزایش است. در سال‌های اخیر و پس از برگزاری چهار دوره همایش بازی‌های رایانه‌ای (توسط دانشگاه‌های کاشان و اصفهان) و هشت دوره جشنواره بازی‌های ویدیویی (توسط بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای) برخی از پژوهشگران ایرانی نیز به این زمینه علاقه‌مند

گردیده‌اند. پژوهش‌های زیبایی‌شناختی انجام‌شده، تاکنون بیشتر گردهاگرد محتوای بازی‌های دیجیتال و تعاملی^۱ بودن این بازی‌ها شکل‌گرفته و یا همبسته با مباحث فنی و گرافیکی طراحی بازی بوده‌اند.

هویت اجتماعی برآمده از نشانه‌هایی مادی، زیستی، فرهنگی و روانی است که شناسه یک گروه انسانی و مایه تمایز آن‌ها از فرهنگ‌های دیگر می‌گردند. شکل‌گیری چنین هویتی می‌تواند سبب یکپارچگی و پایداری یک ملت گردد. در سال‌های نونهالی و نوجوانی آمادگی و پذیرش ذهنی بالایی برای درک هویت اجتماعی و برقراری حس تعلق به یک جامعه در فرد وجود دارد، طبق تازه‌ترین آمار مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک، ۱۳۹۷ ب: ۱۰) ۶۴ درصد از بازیکنان بازی‌های کنسولی در ایران خردسال هستند. با توجه به این که طراحی بازی‌های برگرفته از اسطوره‌ها یا تاریخ ملی طی دهه‌های گذشته یکی از بنیادهای سیاست‌گذاری فرهنگی در کشورهای توسعه‌یافته بوده است، توجه جدی به این امر در ایران نیز می‌تواند راهگشا باشد.

هر رسانه هنری را از دو نظرگاه ابزارهای تکنیکی و مباحث زیبایی‌شناختی می‌توان موردبررسی قرارداد که این نوشتار از سنخ پژوهش‌های زیبایی‌شناختی و ناظر به صورت است. این مقاله، ابتدا گونه‌ها و کارکردهای ابزارهای دیداری مورداستفاده در بازی‌های رایانه‌ای را موردبررسی قرار داده؛ معیار این نقد، تأثیرگذاری شیوه دیداری ساخت بازی بر حس غوطه‌وری و درگیر شدن بازیکن با بازی بوده است. سپس با بهره‌گیری از نظریه گشتالت بیانگرا، گونه‌های دیداری بازی بر مبنای کارکردشان در دو شاخه اصلی و شش زیرشاخه تقسیم‌بندی شده‌اند و شاخه‌ای که مربوط به موردکاوی پژوهش بوده موردبررسی قرار گرفته است. بخش پایانی نگاهی دارد به مزایای استفاده از نقش‌مایه‌های پربار سفالینه‌های شوش و کارکردها و شیوه‌های استفاده از این بن‌مایه‌ها بر اساس چارچوب نظری پژوهش. این نقش‌مایه‌ها بر اساس یک تقسیم‌بندی پیشنهادی در سه شاخه جای‌گرفته و معرفی شده‌اند تا بتوان امکان بهره‌گیری طراحان بازی‌های دیجیتال از بن‌مایه‌های ملی کهن ایران را موردسنجش قرار داد.

1. Interactive.

مطالعات پیشین

برنارد پرون^۱ و مارک ولف^۲ (۲۰۰۳) در جلد دوم کتاب خوانش نظریه‌های بازی ویدیویی، گرافیک انتزاعی در بازی‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند.

سیمون اگلفلدت نیلسن^۳ و همکارانش (۲۰۰۷) در فصل پنجم کتاب فهم بازی‌های ویدیویی، سبک‌های گرافیک در بازی را به سه شاخه فتوریالیستی، کارتونی و انتزاعی تقسیم‌بندی نموده‌اند.

در آثار دیگری نیز به تقسیم‌بندی سبک‌های گرافیکی در طراحی بازی اشاره شده است؛ از جمله ماری کیو^۴ (۲۰۱۷) در رساله خود با عنوان سبک‌های گرافیکی در بازی‌های ویدیویی درباره امکان استفاده از سه شیوه طراحی واقع‌گرایانه، سبک‌وار و انتزاعی در طراحی بازی بحث نموده است.

درباره بهره از بن‌مایه‌های اساطیری برای طراحی بازی‌های رایانه‌ای پژوهش‌های پرشماری انجام شده که از جمله می‌توان به مقاله مارک والین^۵ (۲۰۰۷) با عنوان اسطوره‌ها، دیوان و بازار اشاره نمود.

همچنین بازی‌های بسیاری را می‌شود نام برد که فضا، پیرنگ و ابزارهای دیداری‌شان مستقیماً از تاریخ یا اسطوره‌ها برگرفته شده است. برای مثال بازی‌های همبسته با تاریخ و اسطوره‌های یونان (همچون: خدای جنگ، یا نبرد تایتان‌ها^۶)، هند (همچون: نفس آسورا، یا آشوب^۷)، مصر (همچون: جهان نهران، یا گوپت و مومیایی نفرین شده^۸)، ژاپن (همچون: کیهان‌شناسی کیوتو، یا اونیموشا^۹)، یا شمال اروپا (همچون: وایکینگ، یا رانگاروک^{۱۰}). این بازی‌ها اغلب با موفقیت چشمگیری در بازار فروش روبه‌رو شده‌اند که گاه به تولید

1. Bernard Perron.
2. Mark J. P. Wolf
3. Simon Egenfeldt-Nielsen.
4. Mary Keo.
5. Mark Rowell Wallin.
6. God of War, Clash of the Titans.
7. Asura's Wrath, Unrest.
8. The Secret World, Sphinx and the Cursed Mummy.
9. Cosmology of Kyoto, Onimusha.
10. Viking, Ragnarok.

چندین نسخه جانشین از هر بازی انجامیده است. همچنین در کنار نیل به اهدافی چون آشناسازی کودکان و نوجوانان با فرهنگ نیاکانی و ایجاد حس هویت و همبستگی، هریک از این بازی‌ها بستر مناسبی نیز برای ترویج مفاهیم ملی کشورهای یادشده در جهان فراهم ساخته‌اند.

در ایران نیز تلاش‌هایی برای طراحی بازی برپایه اسطوره‌های ملی صورت گرفته که از جمله آن‌ها می‌توان به دو بازی گرشاسب و سیاوش اشاره نمود. از پژوهش‌های صورت گرفته درباره بازی‌های ویدیویی به زبان فارسی می‌توان به مقالات «بازنمایی ایدئولوژی‌های فرهنگی در بازی‌های رایانه‌ای» اثر خانیکی و برکت (۱۳۹۴)، تحلیل ابزارهای بلاغی در بازی‌های رایانه‌ای هدفمند: مطالعه موردی بازی مک‌دونالد» اثر کوثری و طاهری (۱۳۹۴) و «بازی‌های رایانه‌ای و بازنمایی زنان؛ تحلیل نشانه‌شناختی مجموعه بازی السا» اثر عزیزی و همکاران (۱۳۹۷) اشاره نمود.

مبانی نظری

این پژوهش یک موردکاوی با رویکرد تحلیلی - تفسیری و با هدف توسعه‌ای است که داده‌های کیفی آن به‌شیوه اسنادی و موزه‌ای داده‌اندوزی شده‌اند. در این مقاله بازی‌های رایانه‌ای به‌مثابه یک فرم بیان هنری در نظر گرفته شده‌اند و با رهیافتی زیبایی‌شناختی موردبررسی قرار گرفته‌اند و مباحث فنی و گرافیکی این رسانه مدنظر نبوده است.

سیمون نایدنتال^۱ (۲۰۰۹) در مقاله منظور از زیبایی‌شناسی بازی‌های دیجیتال چیست؟ سه معنا و کاربرد را برای این اصطلاح بیان کرده است. تأکید این نوشتار بر نخستین کاربرد این اصطلاح یعنی زیبایی‌شناسی بازی‌ها به‌مثابه پرداختن به وجه حسی بازی (چه دیداری و چه شنیداری) است.

یین وو^۲ (۲۰۱۲) در رساله‌ای به‌نام سبک‌های گرافیکی در بازی‌های ویدیویی به دسته‌بندی و کارکردشناسی سبک‌های گرافیکی در بازی‌های رایانه‌ای پرداخته که در این

1. Simon Niedenthal.

2. Yin Wu.

گونه‌شناسی از مباحث نظریه روانشناسی گشتالت بیانگری دیداری^۱ رودلف آرنهیم^۲ بهره گرفته است. چارچوب پیشنهادی وی در نوشتار حاضر مورد استفاده قرار گرفته. یکی از معیارهای تبیین کارکرد این سبک‌ها نیز بر اساس انواع سه‌گانه غوطه‌وری^۳ در بازی‌های دیجیتال برگرفته از نظریات لورا ارمی^۴ و فرانس مایرا^۵ (۲۰۰۵) در مقاله عناصر پایه‌ای تجربه بازی بوده است.

نظریه پرداز فیلم و روانشناسی گشتالت، رودلف آرنهیم در مقاله نظریه گشتالت بیانگری (۱۹۴۹) و نیز در کتاب هنر و ادراک بصری (۱۹۹۷) بر این باور است که تجربه زیبایی‌شناختی بخشی از واکنش روانی ما به حالت‌های مختلف بیانگری دیداری است. به‌علاوه ساختارهای صوری که ما به‌عنوان ویژگی‌های سبکی از آن یاد می‌کنیم، از ملزومات خلق بیانگری دیداری هستند.

نظریه بیانگری دیداری آرنهیم شکل‌دهنده اصلی گونه‌شناسی انواع سبک‌های گرافیکی در این مقاله است. سه وجه عمده نظریه آرنهیم به‌ترتیب ذات تمامیت‌نگر، شباهت ساختاری و عمومیت هستند که ابتدا آن‌ها را بررسی می‌نماییم.

ذات تمامیت‌نگر به این معنا است که اولین مرحله فهم یک امر دیداری ادراک اجزای آن نیست؛ بلکه ذهن ما در مرحله اول کل ترکیب‌بندی امر مورد مشاهده را به‌عنوان یک تجربه یکپارچه ادراک می‌کند و فهم ما از شکل‌های انتزاعی بر همین اساس صورت می‌پذیرد. (Arnheim, 1997: 12)

بنابر وجه دوم این نظریه یعنی شباهت ساختاری، بین ویژگی‌های دیداری هنرهای زیبا با کیفیت‌های احساسی ذهن ما همسانی وجود دارد؛ از این رو هر اثر هنری این توانایی را دارد که سبب ایجاد احساسات خاصی در مخاطب گردد. شباهت ساختاری می‌تواند یک ابزار عملی مهم برای تحلیل سبک دیداری بازی‌های دیجیتال و ظرفیت‌های بیانگری آن‌ها

1. Visual expression.

2. Rudolf Arnheim.

3. Immersion.

4. Laura Ermi.

5. Frans Mayra.

در اختیار ما قرار دهد تا بتوانیم با بررسی ساختار یک طرح گرافیکی ویژه، ظرفیت‌های نسبی بیان احساسی آن را تخمین بزنیم. وجه سوم نظریه بیانگری آرنهایم می‌گوید تمامی کیفیت‌های یک امر دیداری دارای پیوستگی و عمومیت هستند؛ به این معنا که ایده یا حس واحد موجود در یک امر دیداری در تک‌تک اجزای ساختار آن حضور دارد. خود آرنهایم نقاشی «نخستین گام‌ها» اثر پیکاسو را مثال می‌زند. بنا بر وجه عمومیت نظریه آرنهایم، مهربانی که بن‌مایه اصلی این نقاشی است در تک‌تک اجزاء، خطوط و اشکال آن وجود دارد. عمومیت، مبنای کارکرد نمادها در آثار هنری همچون شعر، سینما و نقاشی است و امکان بیان مفاهیم انتزاعی را ورای ساختار کلی اثر برای هنرمند فراهم می‌کند. بر اساس نظریه بیانگری دیداری، برای رسیدن به یک تأثیر نیرومند تمام بخش‌های ساختاری یک بازی دیجیتال بهتر است همبسته با یکدیگر آفریده شوند.

گونه‌ها و کارکردهای ابزارهای دیداری مورد استفاده در بازی‌های دیجیتال

تمام عناصر دیداری در یک بازی باید با هدف مشترک بیان یک ایده یا حس واحد همکاری داشته باشند. پیشرفت فن‌آوری به ما امکان داده تا بازنمایی واقع‌گرایانه‌تری از اشیا در بازی‌های دیجیتال خلق کنیم، اما باید توجه داشت که صرف وجود این امکان به معنای لزوم استفاده از آن نیست و در بسیاری موارد هنرمند می‌تواند با آگاهی نسبت به ذات تمامیت‌نگر ادراک دیداری، طرح‌های انتزاعی را به‌گونه‌ای خلق کند که تجربه زیبایی‌شناختی نیرومندتری نسبت به بازنمایی واقع‌گرایانه فراهم سازد.

غوطه‌وری و گونه‌های آن در بازی‌های دیجیتال: غوطه‌وری در بازی‌های دیجیتال

را می‌توان چنین تعریف کرد: حس خوشایندی که برآمده از غرق شدن در فضای یک بازی و بریدن از دنیای پیرامون است. دو پژوهشگر رسانه ارمی و مایرا در یک مدل تحلیلی، سه گونه متفاوت غوطه‌وری بازیکنان در بازی‌های دیجیتال را بدین‌سان معرفی

نموده‌اند: غوطه‌وری حسی، غوطه‌وری چالشی و غوطه‌وری خیالی (Ermi & Mayra, 2005: 32).

غوطه‌وری حسی نتیجه مستقیم تحریک دیداری - شنیداری است. این تجربه زیبایی‌شناختی کاملاً تداومی است و بازیکن نسبت به آن واکنش‌های غریزی و ناخودآگاه دارد. غوطه‌وری حسی بر پدیده‌ای دلالت دارد که به سبب جنبه‌های چشم‌نواز و گوش‌نواز بازی‌ها در مخاطب ایجاد می‌شود. انفجارهای خیره‌کننده، حرکات دراماتیک دوربین و طراحی‌ها و رنگ‌های گیرا همگی موجب غوطه‌وری حسی بازیکن در بازی می‌شوند.

غوطه‌وری چالشی بر اساس دو عنصر در بازیکن پدید می‌آید: میزان سختی بازی و میزان مهارت بازیکن. وقتی این دو عنصر به حالت تعادل نزدیک شوند، احساس غوطه‌وری چالشی در بازیکن پدید می‌آید. این حالت چنان برای بازیکن جذابیت دارد که طی آن مکان و زمان واقعی خود را از یاد می‌برد و در جریان بازی غرق می‌شود. این احساس یکی از مهم‌ترین عوامل اعتیاد به بازی‌های دیجیتال است.

غوطه‌وری خیالی بر پایه عناصر روایی بازی مثل شخصیت‌ها، فضای جهان بازی، چیدمان مرحله‌ها و حس نقش‌آفرینی در جایگاه قهرمان برای بازیکن پدید می‌آید. بیننده یک فیلم هنگام بازگویی داستان اغلب می‌گوید فلان شخصیت چنین کرد؛ اما اگر بازیکن بخواهد تجربه خود از بازی را به اشتراک بگذارد معمولاً خواهد گفت من در آن موقعیت این کار را انجام دادم. این درونی‌سازی برآمده از تعاملی بودن بازی‌های دیجیتال است که به باور بسیاری از صاحب‌نظران، مهم‌ترین ویژگی این بازی‌ها به شمار می‌رود. این برهم‌کنش و تعامل سبب می‌شود مخاطب در جهان بازی غوطه‌ور و بدان دل بسته گردد.

سبک‌های گرافیکی در طراحی بازی:



نمودار ۱. سطح‌بندی سبک‌های دیداری در بازی‌های ویدیویی
(نگارندگان، برگرفته از: Wu, 2012: 75).

۴ - ۲. گونه‌های سبک‌های گرافیکی در بازی‌های رایانه‌ای: وو با بهره‌گیری از دیدگاه‌های آرناهم و نظریات ارمی و مایرا دو سطح اصلی در دسته‌بندی انواع سبک‌های گرافیکی بازی‌ها پیشنهاد می‌کند که هر کدام از این دو سطح دارای سه زیرشاخه هستند. نمودار گونه‌شناختی وو به شکل مقابل است:

دو شاخه اصلی آن سطح گرافیک فرمی و سطح گرافیک بازنمایانه هستند. از این میان شاخه گرافیک فرمی و زیرشاخه انتزاع سبک‌وار^۱ می‌توانند با توجه به موردکاوی مطرح‌شده در این پژوهش (نقش‌مایه‌های برگرفته از سفالینه‌های شوش) مبنای کار قرار گیرند.

گرافیک فرمی معمولاً در عناصر دیداری مثل بافت، خطوط، اشکال و ترکیب‌بندی‌های فضایی دیده می‌شود و در ذات خود بیانگرا و زیبایی‌شناختی است. این نوع گرافیک به یاری سه راهبرد می‌تواند با مخاطب ارتباط برقرار کند. الف: هم‌ریختی

1. Stylized abstraction.

گشتالت که بر اساس آن بین ساختارهای دیداری و حالت‌های ذهنی شباهت‌هایی وجود دارد. ب: جابه‌جایی حسی که بر اساس آن کیفیت‌های سبکی و بیانی هنر می‌توانند منجر به برانگیختگی شور و احساساتی و رای ادراک دیداری باشند. ج: نمادگرایی که بر اساس آن طرح‌های گرافیکی انتزاعی می‌توانند بیانگر ایده‌هایی باشند که در عمق تجربیات گذشته ما یا فرهنگ اجتماعی ما نهفته‌اند. همچنین این سبک گرافیکی دو مزیت دیگر نیز دارد. طرح‌های انتزاعی قادرند مفاهیمی را انتقال دهند که بیان آن‌ها با طرح‌های واقع‌گرایانه دشوار است؛ و نیز انتقال معنا با طرح‌های انتزاعی در سطح ادراک و بی‌واسطه اتفاق می‌افتد، یعنی پیش از آن که مخاطب در سطح شناختی شروع به تجزیه و تحلیل معنا کند. (Wu, 2012: 76)

گرافیک انتزاعی سبک‌وار می‌تواند هم در دو بعد و هم در سه بعد پدیدار شود و به بازی رایانه‌ای چهره‌ای نقاشانه و هنری می‌بخشد. در این سبک از گرافیک دست‌طراح برای خلق هنری باز است.

و و سه ویژگی اصلی برای این سبک معرفی می‌کند: بی‌نیازی از فتورنالیسم و پرسپکتیو دقیق سه‌بعدی؛ استفاده بیانگرانه از ظرفیت‌های تصویری به‌ویژه بافت‌ها، خطوط، اشکال و سایه‌ها؛ و نیز اهمیت برداشت و الهام شخصی هنرمند در بهره‌گیری از کیفیت‌های بیانگر. (Wu, 2012: 78)

در کنار ارزش‌های هنری‌اش، بازی آفریده‌شده به‌یاری این سبک گرافیکی، شخصیتی مستقل و ریشه‌مند دارد که می‌تواند به بازیکن حسی هویت‌مدار برآمده از تاریخ و فرهنگ یک کشور ببخشد.

آنچه در بالا ذکر شد، می‌تواند راهگشای مورد‌کاوی این پژوهش در مسیر انتخاب روش طراحی بازی باشد. برپایه سطح‌بندی ارائه‌شده، اگر قصد داشته باشیم نقش‌مایه‌های هنر باستانی ایران (از جمله نقش‌های برگرفته از آثار شوش) را برای طراحی یک بازی ویدیویی با پیرنگ و بن‌مایه‌های ایرانی مورد‌استفاده قرار دهیم، بهترین شیوه می‌تواند بهره‌گیری از زیرشاخه گرافیک انتزاعی سبک‌وار باشد؛ زیرا نگاره‌های نقش‌شده بر سفال

پیشاتاریخی ایران به طور کامل با شاخصه‌های اصلی این سبک (سادگی، انتزاع، بی‌نیازی از واقع‌گرایی، استفاده بیانگرانه از بافت‌ها و خطوط و اشکال و...) همخوانی دارند.

شیوه‌های پیشنهادی برای استفاده از نقش‌مایه‌های شوش در طراحی بازی

یکی از چالش‌های اصلی جوامع امروز جهان گسترش فزاینده بحران هویت در نسل جوان است. روند نیرومند جهانی‌سازی سبب شده مشکلات فرهنگی فراوانی به‌ویژه در جوامع رو به توسعه ایجاد شود که برآمده از فراموشی ریشه‌های هویت‌ساز ملی و گرایش به فرهنگ هژمونیک غربی است. تاکنون بیشتر واکنش‌ها در برابر این پدیده در کشور ما به‌گونه هشدار دادن در قالب آسیب‌شناسی‌های رسانه‌ای یا ایجاد ممنوعیت بوده است. برای نمونه می‌توان به تکرار کلیشه‌ای مسئله ترویج خشونت توسط بازی‌های ویدیویی اشاره کرد؛ که به شیوه‌های گوناگون از سوی روان‌شناسان و جامعه‌شناسان به آن پرداخته شده (ن. ک: شجاعی و همکاران، ۱۳۹۵)؛ اما هشدار یا ممنوعیت به‌تنهایی نمی‌تواند سد راه فراگیر شدن یک رسانه در میان نسل جوان باشد. راه درست در این میان شناخت ژرف رسانه نو، آسیب‌شناسی و ارزیابی توانایی‌های آن است. به‌نظر می‌رسد اگر بازی‌های هویت‌مدار ایرانی افزون‌تر و خوش‌ساخت‌تر شود، شمار نوجوانان و جوانانی که این بازی‌ها را برای گذران اوقات فراغت خویش برمی‌گزینند نیز بیشتر خواهد شد.

مزایای استفاده از نقش‌مایه‌های ملی در بازی‌ها: بازی‌های ویدیویی را به لحاظ رواج گسترده و همچنین تأثیرگذاری‌شان می‌توان از رسانه‌های برتر قرن حاضر دانست. طبق مطالعات آماری مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال در سال ۹۴ از هر خانوار ایرانی به‌طور متوسط یک نفر بازی‌های ویدیویی انجام داده است؛ و در مجموع ۲۳ میلیون نفر در ایران به‌طور مداوم به این بازی‌ها پرداخته‌اند که از میان این جمعیت بیشترین آمار به ترتیب به نوجوانان بین ۱۲ تا ۱۹ سال (۳۳ درصد)، جوانان بین ۲۰ تا ۲۴ سال (۲۹ درصد) و کودکان زیر ۱۲ سال (۲۵ درصد) اختصاص دارد. بر اساس گزارش مذکور در بازار داخلی مبلغ ۴۶۰ میلیارد تومان (شامل هزینه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری) صرف بازی‌های

ویدیویی شده که تنها ۵ درصد ارزش این بازار متعلق به بازی‌های ایرانی بوده است (دایرک، ۱۳۹۵). تعداد گیمرهای ایران در سال ۹۶ حدود ۲۸ میلیون نفر تخمین زده شده است و حجم بازار آن به ۹۲۰ میلیارد تومان رسیده که تنها ۶ درصد از آن سهم تولیدکنندگان ملی است (دایرک، ۱۳۹۷ الف: ۹). در ایران طی سال ۱۳۹۶ فقط ۹۶,۵ میلیارد تومان برای خرید بازی‌های کنسولی و ۴۲۸,۶ میلیارد تومان برای خرید دستگاه‌های کنسول هزینه شده است (دایرک، ۱۳۹۷ ب: ۲۸).

بازی‌های دیجیتال با دارا بودن ظرفیت‌های عمده فرهنگی، آموزشی و اقتصادی ضمن این‌که نویدبخش فرصت‌های بیشمار آموزشی و اقتصادی هستند؛ چالش‌ها و نگرانی‌هایی را نیز پیش‌روی ما قرار داده‌اند که از جمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به استفاده از مفاهیم جنسی کنترل‌نشده، ترویج فرهنگ مصرف مواد مخدر، عادی‌سازی خشونت و شرف‌ستیزی و اسلام‌ستیزی توسط شرکت‌های تولیدکننده اشاره کرد. بازی‌های فراوانی وجود دارد که تصویر مخدوشی از مسلمانان ارائه می‌دهند و معمولاً قهرمانانشان سربازان آمریکایی هستند؛ در میان آن‌ها می‌توان به دو بازی ندای وظیفه^۱ و میدان نبرد^۲ اشاره کرد که در بازارهای جهانی موفقیت و فروش چشمگیری داشته‌اند و مسلمانان را تروریست‌های ستمگر و سربازان غربی را حامی انسان‌های ستم‌دیده به تصویر کشیده‌اند.

چالش‌های پیش‌رو زمانی نگران‌کننده‌تر می‌شود که در نظر بگیریم بر اساس مطالعات آماری پیش‌گفته، مصرف‌کنندگان اصلی این کالای فرهنگی، تأثیرپذیرترین اقشار جامعه یعنی رده‌های سنی کودک و نوجوان هستند. از این‌رو به نظر می‌رسد اگر در این زمینه به آینده‌پژوهی و سرمایه‌گذاری نپردازیم، نه تنها از فرصت‌های اقتصادی این بازار شکوفا که در سال ۲۰۱۵ م. به بیش از هفتاد و چهار میلیارد دلار رسیده است (Newman, 2015) محروم خواهیم ماند، بلکه مشکلات سترگ فرهنگی همچون تشدید بحران هویت در نسل‌های آتی را نیز پیش‌رو خواهیم داشت.

1. Call of duty.

2. Battlefield.

همان‌گونه که گفته شد، یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های بازی‌های دیجیتال وجه تعاملی آنهاست که بازیکن را ساعت‌ها در بازی غوطه‌ور می‌سازد. در نتیجه چنانچه یک بازی بتواند به‌خوبی هر سه گونه غوطه‌وری را در مخاطب خود ایجاد کند، از توان تأثیرگذاری بسیار بالایی برخوردار خواهد بود. استفاده درست از بن‌مایه‌های ملی در یک بازی ویدیویی باعث خواهد شد مخاطبان این بازی‌ها که عموماً از نسل‌های جوان جامعه هستند ساعت‌ها در محیط بازی غوطه‌ور شوند و این غوطه‌وری سبب دلبستگی آن‌ها به مضامین و درون‌مایه‌های بازی خواهد بود. نقش‌مایه‌های کهن ملی را می‌توان به شیوه گرافیک انتزاعی سبک‌وار در طراحی بازی به کار گرفت، بنابراین تمام مزایای انتقال معنا که بر اساس گشتالت بیانگرا برای این سبک ذکر شد را دارا خواهند بود؛ از جمله آن که انتقال معنا در یک بازی ساخته‌شده با این نقوش در سطح ادراکی و بلافاصله و با تأثیرگذاری بسیار ژرف‌تری رخ خواهد داد.

معرفی نقش‌مایه‌های برگزیده: شهر باستانی شوش از دیرپاترین و دامنه‌دارترین تمدن‌های فلات ایران به‌شمار می‌رود که استقرار انسان در آن پیشینه‌ای نه‌هزارساله دارد (از حدود ۷۰۰۰ سال پ.م تا امروز). در این منطقه پهناور باستان‌شناسان بسیاری همچون راولینسون، لایارد، لوفتوس، دیولافوآ، دمورگان، گیرشمن، پرو و... کاوش نموده‌اند (Potts, 1992: 12). سفال‌های نگاره‌دار با تنوع و تفاوت فرمی و گونه‌گونی تکنیکی از هزاره پنجم پ.م در شوش پدیدار می‌شوند (Aruz, 1992: 26). سفالینه‌های نگاره‌دار پیش‌ازتاریخ شوش را می‌توان از پیش‌روترین و خوش‌ساخت‌ترین نمونه‌های سفال در جهان باستان به‌شمار آورد.

به‌سبب گستردگی تاریخی تمدن شوش و شمار بسیار بالای اشیای یافته‌شده از این محوطه، در پژوهش حاضر تنها از نقوشی بهره گرفته‌شده که برگرفته از آثار بازمانده از هزاره چهارم پ.م (مشهور به دوره شوش I) هستند. این تصاویر به مجموعه سفالینه‌های شناخته‌شده این دوره تعلق دارند که بیش از دو هزار نمونه از آن‌ها در موزه لوور نگهداری می‌شوند.

طبقه‌بندی نقش‌مایه‌ها برای استفاده در ساخت بازی: در ادامه به یاری ظرفیت‌های گرافیکی نقش‌مایه‌های برگرفته از سفالیه‌های هزاره چهارم پ.م شوش، یک طبقه‌بندی سه دسته‌ای پیشنهاد می‌شود که در هر دسته هشت نقش‌مایه قابل بهره برای طراحی بازی پیشنهاد شده‌اند. دسته اول شامل نقش‌هایی است که قابل استفاده به‌عنوان شخصیت بازی هستند؛ در دسته دوم می‌توان نقوشی را یافت که به‌عنوان بافت کاربرد دارند؛ و در دسته سوم نقش‌مایه‌هایی ارائه شده‌اند که می‌شود آن‌ها را به آیکون یا نشانه تبدیل کرد.

شخصیت: شخصیت‌های بازی از مهم‌ترین بخش‌های طراحی گرافیکی هستند؛ چراکه ارتباط بازیکن با دنیای بازی از طریق شخصیت‌ها امکان‌پذیر است. منظور از شخصیت در این بخش، هم شخصیت اصلی بازی است (شخصیتی که بازیکن از طریق آن با دنیای بازی تعامل دارد) و هم شخصیت‌های فرعی که برخی هم‌آورد و برخی هم‌پیمان شخصیت اصلی هستند. بسته به نوع بازی، شخصیت‌ها می‌توانند انسان، جانور، گیاه و یا حتی شیء باشند.

در بین نقش‌مایه‌های شوش انگاره‌های انسانی و جانوری زیادی می‌شود یافت که هر کدام ویژگی‌ها و خویشکاری‌های خود را دارند. در جدول ۱ هشت نمونه از این نقش‌مایه‌ها برگزیده و بررسی شده‌اند که قابلیت بدل شدن به شخصیت‌های یک بازی را دارا هستند.

ردیف نخست به جانورانی تعلق دارد که در اندیشه باستانی اغلب جایگاهی سپخته و ستوده دارند. نخستین نقش، یک به زکوهی را تصویر می‌کند. جانوری که ایرانیان نزدیک به یازده هزار سال پیش اهلی نموده‌اند. از آن زمان این جانور به‌عنوان پیشرو گله، نماد قدرت و مظهر فراوانی رمه و محصول در هنر ایران نقش گردیده است. به زکوهی به‌سبب شباهت شاخ‌هایش به هلال ماه ستایش گردیده و او را در ارتباط با باران دانسته‌اند. شاخ‌های بلند بز در آثار هنری نشانی از جنگاوری و نیروی باروری است (طاهری، ۱۳۹۶: ۱۸۲). به زکوهی پرکاربردترین نقش سفال‌های شوش I است. بر روی آب‌خوری‌های شوش، بز در میانه ایستاده و شاخ‌های بلندش را برای محافظت گرداگرد

زمین و آب یا زمین و گیاه حلقه کرده است. هنرمندان شوش برای افزودن به بار آیینی این نگاره‌ها در راستای برکت‌بخشی، دم به زکوهی را به سان خوشه گندم تصویر کرده‌اند. گاه شاخ‌های بز برای تأکید بر نیرومندیش چنان بلند ترسیم شده است که از پشت او به زمین می‌رسد. اهمیت این شاخ‌ها چنان است که گاهی بدون تصویر کردن به زکوهی تنها از شاخ او برای نشان دادن نیروی محافظ زمین و آب استفاده شده است.

نقش مایه دوم به شاهین تعلق دارد. شاهین را مردمان خاور باستان بلندپروازتر و تیزچنگال‌تر از همه مرغان و پادشاه بی‌رقیب آسمان دانسته‌اند. این پرنده باشکوه در گذر تاریخ نماد بسیاری از قدرت‌های جهانی و نشانی برای نیروی شهریاری و فرمانروایی بوده است (طاهری، ۱۳۹۶: ۱۹۵).

نقش مایه سوم از تصویر ردیفی از درناها بر بالای سفالینه‌های شوش برگرفته شده است. درنا پرنده‌ای مهاجر است که با آمدنش نوید بهار می‌آورد؛ بنابراین نقش او می‌تواند نماد رسیدن زمان سرسبزی زمین و تصویری شگون‌مند و همبسته با باروری و برکت‌خیزی باشد.

چهارمین نقش، مار را تصویر می‌کند که به گرد یک ظرف آب‌خوری حلقه زده. مار در هنر پیشاتاریخی خاور باستان نقشی ایزدی، بارورکننده، شگون‌مند و حفاظت‌گر دارد و نگاهبان آب‌ها و دارایی‌ها است. پیکره بسیاری از ایزدبانوان برکت‌خیزی با ماری پیچیده به دور بدن یا در دستان آن‌ها ساخته شده و تصویر این نماد بر صخره‌ها، دروازه‌ها و ظرف‌ها نشان از جایگاه ویژه مار در اندیشه مردمان خاور باستان دارد. پوست‌اندازی سالانه مار در باور باستانی نشان بی‌مرگی این موجود بوده و در بسیاری از فرهنگ‌ها مار را همبسته با داروها و درمان می‌دانسته‌اند (طاهری، ۱۳۹۴: ۲۶).

در ردیف دوم ابتدا سه نقش مایه انسانی ارائه شده‌اند. نقش نخست احتمالاً ایزدبانویی را تصویر می‌کند که از شانه‌هایش آب بر زمین جریان دارد و شاید یکی از خدای بانوان ناظر بر آب‌ها و باروری در اندیشه مردمان شوش باشد. نقش دوم یک کشاورز را نشان می‌دهد که شاخه‌های گندم در دست دارد و در کنار ابزار کشاورزش ایستاده. سومین

نقش مایه به سربازی تعلق دارد که تیر و کمان در دست گرفته و در حال نگاهبانی از زمین (دایره) و آب (خطوط مواج) است. همه این هفت شخصیت (ایزدبانو، به زکوهی، شاهین، درنا، مار، کشاورز و سرباز) در اندیشه باستانی مردمان شوش نشانه‌هایی ستوده و شگون‌مند به‌شمار می‌روند و کارویژه آن‌ها برکت‌بخشی و حفاظت از زمین، آب و کشاورزی است.



تصویر ۱. نقش‌مایه‌های قابل استفاده به‌عنوان شخصیت. (louvre.fr)

اما هشتمین انگاره کیفیتی بازگونه دارد. بر روی برخی از سفالینه‌های شوش جانوری وحشی (شغال یا کفتار؟) تصویر شده که برای حمله به‌سوی زمین، گیاه یا آب خیز گرفته است. همواره گروهی از بزهای کوهی شاخ‌های بلندشان را همچون سپری به‌گرد زمین حلقه کرده‌اند تا از کشتزار یا رمه در برابر یورش این جانور نگاهبانی کنند. از این موجود می‌توان به‌عنوان شخصیت تخریب‌گر و آسیب‌زننده در بازی بهره گرفت.

طرح اولیه بازی را می‌توان برپایه اتحاد و همبستگی میان انسان، جانوران و ایزدبانو برای نگاهبانی از زیست‌محیط، مراقبت از پاک‌ی و زاینده‌گی زمین، حفظ منابع آب و پایش گیاهان و جانوران استوار نمود. بازیکن می‌تواند نقش کشاورز را به‌عهده بگیرد که در راه نجات زیست‌محیط به یاری و هم‌افزایی دیگر شخصیت‌ها نیاز دارد. این طرح همبستگی ژرفی دارد با اندیشه کهن تقدس طبیعت و اهمیت نگاه‌داشت آن نزد نیاکان باستانی ما. این

بازی اگر هوشمندانه و جذاب طراحی شود، نه تنها پیامدهای مخرب یک بازی مروج خشونت را ندارد، بلکه می‌تواند دیده‌بانی دلسوزانه از طبیعت را نیز در ذهن بازیکن نوآموز نهادینه کند.

بافت: نقش‌مایه‌های قابل‌استفاده به‌عنوان بافت در یک بازی، طرح‌هایی هستند که می‌توانند زمینه کلی جهان بازی را شکل دهند. برای مثال این نقش‌مایه‌ها می‌توانند در قاب‌بندی، طراحی فضاها، طراحی منوی بازی، طراحی پوشاک، الگوهای روی اشیاء و... مورد‌استفاده قرار گیرند. این نقوش همچنین می‌توانند به‌عنوان طرح و الگوی پس‌زمینه در بازی‌های دیجیتال سه‌بعدی و دوبعدی کارآمد باشند.



تصویر ۲. نقش‌مایه‌های قابل‌استفاده به‌عنوان بافت. (louvre.fr)

طراحی مناسب بافت می‌تواند به بازی هویت دهد و سبب افزایش غوطه‌وری حسی در بازیکن باشد. بر روی سفالینه‌های نگاره‌دار شوش، نقش‌مایه‌های پرشمار و گونه‌گونی یافت می‌شود که قابلیت تبدیل به بافت‌های گرافیکی را دارند. غنای تصویری و ژرفای معنایی این نقش‌ها در کنار سادگی طراحی‌شان ظرفیت‌های گسترده‌ای را برای سازندگان بازی فراهم خواهد کرد. در جدول ۲ هشت نمونه از این بافت‌های پیشنهادی را ارائه نموده‌ایم.

آیکون یا نشانه: بازیکن در هنگام بازی از طریق آیتم‌های مختلفی با دنیای بازی تعامل می‌کند. این اشیاء می‌توانند اسلحه، وسیله نقلیه و یا ابزار باشند. از سوی دیگر آیکون‌ها و نشانه‌ها در طراحی گرافیک یک بازی نقشی محوری دارند چراکه پنجره‌های ورود به جهان بازی هستند و بازیکن به‌واسطه آن‌ها پیام‌ها و مفاهیم را دریافت می‌کند. از جمله این آیکون‌ها می‌توان به نمادهای سلامتی، نیرو یا دارایی شخصیت‌ها، نشانه‌های اشیاء قابل‌گزینش یا خرید، جایزه‌ها و نشانه‌های پیروزی و نیز نمادهای مورد استفاده در فهرست‌های بازی اشاره کرد.

در تصویر ۳ هشت نمونه از نقش‌مایه‌هایی که قابلیت استفاده به‌عنوان نشانه را دارند پیشنهاد شده‌اند.



تصویر ۳. نقش‌مایه‌های قابل استفاده به‌عنوان آیکون یا نشانه. (louvre.fr)

نقش‌مایه‌های پیشنهادشده را همچنین می‌شود برای طراحی بازی‌های انتزاعی و هنری مثل سبک بازی سفر^۱ به‌کار گرفت. کاربرد دیگر آن‌ها می‌تواند بهره‌گیری برای طراحی بازی‌های مینی‌مال تلفن همراه باشد. در طراحی این‌گونه بازی‌ها نیازی به فن‌آوری پیشرفته

1. Journey.

نیست، باین وجود به سبب آسانی استفاده و سادگی و بی‌پیرایگی فضا، طرفداران بسیاری در بین علاقه‌مندان به بازی‌های دیجیتال دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

بازی‌های ویدیویی از سویی به سبب رواج گسترده و تأثیرگذاری عمیق به رسانه‌ای مهم در جهان معاصر بدل شده‌اند و از سوی دیگر توانسته‌اند به گسترش فراینده بحران هویت در نسل جوان دامن بزنند. در جوامع رو به توسعه، این مشکل فرهنگی را می‌توان در قالب فراموشی ریشه‌های هویت‌ساز ملی و گرایش به فرهنگ هژمونیک غربی لمس نمود. استفاده درست از بن‌مایه‌های ملی در طراحی یک بازی تعاملی ویدیویی می‌تواند به درونی‌سازی، غوطه‌وری و ایجاد حس تعلق برای مخاطبان جوان این بازی‌ها بیانجامد و زمینه‌ساز دلبستگی آن‌ها به مضامین و درون‌مایه‌های فرهنگی ایران باشد. پیش‌ازین بیشتر به توان روایی ادبیات ملی ایران برای شکل‌دهی به ساختار داستانی یک بازی اشاره شده، اما این نوشتار تلاش نموده امکان بهره‌گیری از نقش‌مایه‌های بازمانده از یک تمدن کهن ایرانی برای طراحی فضای دیداری یک بازی را بررسی کند. آیا به یاری انگاره‌های شش‌هزارساله سفال شوش می‌توان دست به طراحی یک بازی ویدیویی زد؟ کدام سبک طراحی بازی می‌تواند در این راه کارآمد و سودمند باشد؟ چگونه چنین بازی‌هایی می‌توانند به پذیرش هویت اجتماعی از سوی نسل نو یاری برسانند؟

نظریه بیانگری دیداری آرنهایم شکل‌دهنده اصلی گونه‌شناسی انواع سبک‌های گرافیکی در این مقاله است. سه وجه عمده نظریه آرنهایم به ترتیب ذات تمامیت‌نگر، شباهت ساختاری و عمومیت هستند. ارمی و مایرا در یک مدل تحلیلی، سه گونه متفاوت غوطه‌وری در بازی‌های دیجیتال را بدین‌سان معرفی نموده‌اند: غوطه‌وری حسی، غوطه‌وری چالشی و غوطه‌وری خیالی. وو با بهره‌گیری از دیدگاه‌های آرنهایم و نظریات ارمی و مایرا دو سطح اصلی در دسته‌بندی انواع سبک‌های گرافیکی بازی‌ها پیشنهاد می‌کند که هر کدام از این دو سطح دارای سه زیرشاخه هستند. برپایه این مدل اگر قصد داشته باشیم نقش‌مایه‌های هنر باستانی ایران (از جمله نقش‌های برگرفته از آثار شوش) را برای طراحی

یک بازی ویدیویی مورد استفاده قرار دهیم، بهترین شیوه می‌تواند بهره‌گیری از زیرشاخه گرافیک انتزاعی سبک‌وار باشد. بازی آفریده شده به یاری این سبک گرافیکی و برپایه این نقش‌مایه‌ها در کنار ارزش‌های هنریش از شخصیتی مستقل و ریشه‌مند برخوردار خواهد بود که می‌تواند برای بازیکن حسی هویت‌مدار برآمده از تاریخ و فرهنگ کشور خویش را به ارمغان بیاورد.

پژوهش حاضر به سبب گستردگی تاریخی تمدن شوش و پرشماری اشیای یافته شده از این محوطه، تنها از آثاری بهره گرفته که از هزاره چهارم پ.م (مشهور به دوره شوش I) بازمانده‌اند و در موزه لوور نگهداری می‌شوند. از میان نقش‌مایه‌های این آثار هفت شخصیت ستوده و شگون‌مند (ایزدبانو، به زکوهی، شاهین، درنا، مار، کشاورز و سرباز) در اندیشه باستانی مردمان شوش برگزیده شده‌اند که می‌توانند در سناریوی بازی به‌عنوان قهرمان‌ها یا شخصیت‌های نیک نقش‌آفرینی کنند. همچنین گروهی از جانوران وحشی که بر روی برخی از سفالینه‌های شوش در نقش مهاجم به زمین، گیاه یا آب تصویر شده را می‌شود به‌عنوان ضدقهرمان‌ها یا شخصیت‌های تخریب‌گر و آسیب‌زننده بازی به کار گرفت. طرح اولیه بازی را می‌توان برپایه همبستگی میان انسان، جانوران و ایزدبانو برای نگاهبانی از زیست‌محیط، مراقبت از پاکی و زاینده‌گی زمین، حفظ منابع آب و پایش گیاهان و جانوران استوار نمود. بازیکن در نقش کشاورز برای نجات زیست‌محیط به یاری و هم‌افزایی دیگر شخصیت‌ها نیاز خواهد داشت. این طرح که برگرفته از اندیشه کهن تقدس طبیعت نزد نیاکان باستانی ما است، نه تنها پیامدهای مخرب یک بازی خشونت‌آمیز را ندارد، بلکه می‌تواند دیده‌بانی دلسوزانه از طبیعت را نیز در ذهن بازیکن نوآموز نهادینه کند. بر روی سفالینه‌های نگاره‌دار شوش، نقش‌مایه‌های پرشمار و گونه‌گونی نیز یافت می‌شوند که قابلیت تبدیل به بافت‌های گرافیکی یا نشانه‌ها، آیتم‌ها و آیکون‌های مورد نیاز برای طراحی بازی را دارند. غنای تصویری و ژرفای معنایی این نقش‌ها در کنار سادگی طراحی‌شان ظرفیت‌های گسترده‌ای را برای سازندگان بازی فراهم خواهد کرد. تأکید این نوشتار بر بازی‌های انتزاعی بوده است که طرفداران بسیاری دارند و بدون وابستگی به

فن آوری پیشرفته یا سرمایه هنگفت می‌توانند به رقابت با دیگر محصولات همسان در بازار جهانی بپردازند. طراحی و ارائه چنین بازی‌هایی می‌تواند گام نخست برای پاسخگویی به نیاز روزافزون نسل نو به بازی‌های هویت‌مدار ملی باشد.

منابع

خانیک، هادی، محیا برکت. (۱۳۹۴). «بازنمایی ایدئولوژی‌های فرهنگی در بازی‌های رایانه‌ای»، *مطالعات رسانه‌های نوین*، دوره ۱، شماره ۴، صص. ۹۹ - ۱۳۱.

دایرک، مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال. (۱۳۹۵). *نمای نزدیک ۱۳۹۶*، پلتفرم موبایل. بازیابی شده از تارنمای: direc.ir.

— (۱۳۹۷ الف). *نمای نزدیک*، پلتفرم کنسول، شگفتانه. بازیابی شده از تارنمای: direc.ir.

— (۱۳۹۷ ب). *نمای باز ۱۳۹۶*، شاخص‌ترین اطلاعات مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران. بازیابی شده از تارنمای: direc.ir.

شجاعی، ثاراله، طاهره دهداری، بهناز دوران، کرامت نوری، محمد شجاعی. (۱۳۹۵). «تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر پرخاشگری و نگرش به خشونت در کاربران نوجوان بازی‌های رایانه‌ای خشن»، *مطالعات رسانه‌های نوین*، دوره ۲، شماره ۸، صص. ۱۷۳ - ۲۰۱.

طاهری، صدرالدین. (۱۳۹۴). «بازگونی مفهوم یک نماد»، *هنرهای زیبا*. ۲۰ - ۳، صص. ۲۵ - ۳۴. — (۱۳۹۶). *نشانه‌شناسی کهن‌الگوها در هنر ایران باستان و سرزمین‌های همجوار*. تهران: شورآفرین.

عزیزی، فرید، محمد اتابک، حسین علی افخمی. (۱۳۹۷). «بازی‌های رایانه‌ای و بازنمایی زنان؛ تحلیل نشانه‌شناختی مجموعه بازی السا»، *مطالعات رسانه‌های نوین*، دوره ۴، شماره ۱۴، صص ۲۲۱ - ۲۵۳.

کوثری، مسعود، آرین طاهری. (۱۳۹۴). «تحلیل ابزارهای بلاغی در بازی‌های رایانه‌ای هدفمند: مطالعه موردی بازی مک‌دونالد»، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، دوره ۱۱، شماره ۴۰، صص. ۱۱۵ - ۱۴۹.

Arnheim, Rudolf. (1949). "The Gestalt Theory of Expression", *Psychological Review*. vol. 56, No. 3, pp. 156-171.

— . (1997). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*. Berkeley: University of California press.

Aruz, Joan. (1992). *The Royal City of Susa: Ancient Near Eastern Treasures in the Louvre*. New York: Abrams.

Egenfeldt-Nielsen, Simon, Smith Jonas Heide, Pajares Tosca Susana. (2008). *Understanding Video Games*. London: Routledge.

- Ermi Laura, Frans Mayra. (2005). "Fundamental Components of the Gameplay Experience: Analysing Immersion", *Changing Views: Worlds in Play, Selected Papers of 2005 Digital Games Research Association's Second International Conference*. pp. 15-27.
- Frasca, Gonzalo. (2001). *Videogames of the oppressed: Videogames as a means for critical thinking and debate*. Master's thesis, School of Literature, communication, and culture, Georgia Institute of Technology.
- Keo, Mary. (2017). *Graphical Style in Video Games*. B.A. thesis in Information and Communication Technology, Riihimäki: HAMK University.
- Newman, Heather. (2015). *Global Games Market Report May 2015*. Retrieved from: superdataresearch.com.
- Niedenthal, Simon. (2009). *What We Talk About When We Talk About Game Aesthetics*. Digital Games Research Association (DiGRA), Malmö: Malmö University.
- Perron, Bernard, Mark J. P. Wolf. (2009). *The Video Game Theory Reader 2*. London: Routledge.
- Potts, Daniel T. (1999). *The archaeology of Elam: formation and transformation of an ancient Iranian state*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wallin, Mark Rowell. (2007). "Myths, Monsters and Markets: Ethos, Identification, and the Video Game Adaptations of The Lord of the Rings", *Game Studies*. volume 7 issue 1.
- Wu, Yin. (2012). *The style of video games graphics: Analyzing the functions of visual styles in storytelling and gameplay in video games*. B.A. thesis in new media arts (SIAT), Vancouver: Simon Fraser University.