

Analysis of Rhetorical Situations in the Perigamic Environments of Online Freemium Computer Games: A Case Study of "Bazam Bazi"

Ariyan Taheri 

Ph.D. Student in Communication Sciences,
Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Ali Asghar Kiya *

Professor, Department of Journalism,
Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Masoud Kowsari 

Professor, Department of Communication,
University of Tehran, Tehran, Iran

Abstract

Online freemium computer games have established themselves as one of the most successful forms of commercial computer games. They gradually identify their users with different communities within the game. Using the theoretical and methodological framework of "Dramatism," this research analyzes the ways of identification through the designed rhetorical situations in different sections of online freemium computer games. Relying on Ian Bogost's interpretation of the "magic circle" of play, we categorized the rhetorical situations within these games into three areas: pro-gamic, peri-gamic, and gamic. Then, by assuming a porous nature for the magic circle of the game world due to its continuous communication with the real world, we focused on analyzing the rhetorical situations designed in the peri-gamic area. The peri-gamic area in online freemium computer games refers to environments outside the main rules of the game that simultaneously possess characteristics dependent on the requirements of the real world and the procedural system of the game world. To

* Corresponding Author: tahery.aryan@gmail.com

How to Cite: Taheri, A., Kiya, A. A., Kowsari, M. (2026). Analysis of Rhetorical Situations in the Perigamic Environments of Online Freemium Computer Games: A Case Study of "Bazam Bazi", *Journal of New Media Studies*, 11(44), 1-41. DOI: 10.22054/nms.2026.84950.1824

provide an example for analyzing rhetorical situations in peri-gamic environments, we selected the game "Bazam Bazi" as a case study. The results of this research showed that, through the designed rhetorical situations in the peri-gamic environments of "Bazam Bazi," mystical motivations are encouraged by negating the duality between the real world and the game world, as well as between real identity (as a gamer) and virtual identity (as a player). Finally, mystic motivation takes precedence over idealistic, realistic, materialistic, and pragmatistic motivations in identifying users with various communities within this game.

Extended Abstract:

Introduction

This study investigates how rhetorical situations designed within online freemium computer games create motivations for users to identify with various virtual communities connected to common user experiences. Using Kenneth Burke's theoretical and methodological framework of Dramatism, the research moves beyond classical rhetoric's focus on persuasion to explore how human motives arise through symbolic action. Burke distinguishes between mere "motion" (physical, involuntary interaction) and "action" (voluntary, motive-driven behavior unique to humans as symbol-using creatures). Motives are not purely psychological but are social, reflective, and tied to specific rhetorical situations. Central to this framework is the concept of "identification," which develops in response to division (differences in beliefs, values, and worldviews). Language and symbols become key tools for overcoming division, allowing individuals to share perspectives and form communities. Games are bodies of symbolic action that facilitate identification and help avoid division. The magic circle of the game, originally defined by Johan Huizinga as a temporary, rule-bound space separate from ordinary life, has often been misunderstood as a sealed boundary. Following Ian Bogost's reinterpretation, this study assumes that the magic circle is porous, allowing continuous two-way exchange between the real world and the game world. Players carry aspects of their real identities into the game and bring back remnants of the game experience into reality. Our research question asks: what kinds of motives, generated

through designed rhetorical situations, lead to the identification of users within online freemium computer games?

Materials and Methods

We employed Burke's Dramatism as both an ontology and an epistemology. Our primary analytical tool was pentadic criticism, which identifies five dramatic elements within any rhetorical situation: Act (purposeful activity), Agent (the actor), Agency (tools and methods), Scene (the context of time and space), and Purpose (the goal). After identifying these five elements according to the characteristics of the case study, we examined "terministic screens" (ratios or relationships between two elements) to determine which element dominates and thus dictates the type of motive being encouraged for identifying users (e.g., materialist, idealist, pragmatist, realist, or mystical). To systematically map rhetorical situations within online freemium computer games, we categorized them into three areas: pro-gamic (the pre-existing social and historical world), gamic (the core procedural, rule-based environment of the game), and peri-gamic (the boundary zone between the real and game worlds through which players pass across the porous magic circle). In this article, we focused exclusively on the peri-gamic area. Our case study was "Bazam Bazi," an Iranian online freemium computer game released in 2019 by Dart Studio. It consists of six simple, turn-based, semi-board games (e.g., Dots and Boxes, Battleship, Minesweeper) played as two-player competitions. The game's freemium model involves two key virtual assets: tickets (required to play each match and obtained through purchase, watching ads, or leveling up) and coins (won through matches or purchased, and used to buy tickets, chat stickers, profile effects, boosters, and in-game help). We collected data through textual analysis of game interfaces and field observation (over 4,000 hours of gameplay experience across approximately two years). We identified and analyzed eight distinct peri-gamic rhetorical situations within "Bazam Bazi": receiving notifications, the lucky wheel, the gift page, the leaderboard, the shop, the user profile, the friends page, and the group page.

Discussion

We employed Burke's Dramatism as both an ontology and an epistemology. Our primary analytical tool was pentadic criticism, which identifies five dramatistic elements within any rhetorical situation: Act (purposeful activity), Agent (the actor), Agency (tools and methods), Scene (the context of time and space), and Purpose (the goal). After identifying these five elements according to the characteristics of the case study, we examined "terministic screens" (ratios or relationships between two elements) to determine which element dominates and thus dictates the type of motive being encouraged for identifying users (e.g., materialist, idealist, pragmatist, realist, or mystical). To systematically map rhetorical situations within online freemium computer games, we categorized them into three areas: pro-gamic (the pre-existing social and historical world), gamic (the core procedural, rule-based environment of the game), and peri-gamic (the boundary zone between the real and game worlds through which players pass across the porous magic circle). In this article, we focused exclusively on the peri-gamic area. Our case study was "Bazam Bazi," an Iranian online freemium computer game released in 2019 by Dart Studio. It consists of six simple, turn-based, semi-board games (e.g., Dots and Boxes, Battleship, Minesweeper) played as two-player competitions. The game's freemium model involves two key virtual assets: tickets (required to play each match and obtained through purchase, watching ads, or leveling up) and coins (won through matches or purchased, and used to buy tickets, chat stickers, profile effects, boosters, and in-game help). We collected data through textual analysis of game interfaces and field observation (over 4,000 hours of gameplay experience across approximately two years). We identified and analyzed eight distinct peri-gamic rhetorical situations within "Bazam Bazi": receiving notifications, the lucky wheel, the gift page, the leaderboard, the shop, the user profile, the friends page, and the group page.

Conclusions

Our findings showed that the dominance of the dramatistic element "Purpose" in three key situations (profile, leaderboard, and shop) encourages users to seek a mystical union of their real and virtual

selves. This is reinforced by pragmatistic motivations (arising from Agency) that treat in-game assets as consumable signs of utility. The combined dominance of mystical and pragmatistic motives overshadows other aspects of user experience, potentially encouraging conspicuous consumerism (the purchase of decorative but non-functional items such as chat stickers and profile effects) and behavioral instability (players migrating rapidly between groups, thereby weakening community cohesion). Theoretically, we suggest that Dramatism can be extended to analyze gamic rhetorical situations and the interplay between peri-gamic and gamic environments. Practically, game designers can strengthen users' sense of belonging and loyalty by clarifying the nature of in-game communities, imposing limits on group membership changes to reduce the instrumental use of groups, and increasing the number of rhetorical situations that foreground users' Acts (choice and decision) rather than passive consumption. The porous nature of the magic circle means that identification processes in peri-gamic areas are not peripheral but central to how online freemium games build and sustain their player communities.

Keywords: Rhetoric, Dramatism, Online Freemium Computer Games, Magic Circle, Peri-Gamic Environments, Kenneth Burke.



تحلیل موقعیت‌های بلاغی در محیط‌های پیرابازی بازی‌های برخط درون‌پرداخت: مطالعه موردی «بازم بازی»

آرین طاهری  * دانشجوی دکتری رشته علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

علی اصغر کیا  استاد دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

مسعود کوثری  استاد دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

چکیده

بازی‌های رایانه‌ای برخط درون‌پرداخت، یکی از موفق‌ترین انواع بازی‌های رایانه‌ای تجاری هستند. آن‌ها با روش‌های مختلفی، کاربران خود را تدریجاً همبود و آن‌ها را سازمان‌دهی می‌کنند. در این تحقیق، ابزارها و شیوه‌های همبودسازی بازیکنان به واسطه طراحی موقعیت‌های بلاغی در بخش‌های مختلف این بازی‌ها را با استفاده از چهارچوب نظری و روش شناختی «نمایش‌گرایی» واکاوی کردیم. هدف ما درک این مسئله بود که موقعیت‌های بلاغی طراحی شده در جهان مجازی بازی، چه نوع انگیزه‌هایی برای تشکیل همبودگاه‌های گوناگون در کاربران ایجاد می‌کنند. با اتکا به مفهوم «دایره جادویی» بازی از یوهان هویزنکا و خوانش یان بوگوست از این مفهوم، موقعیت‌های بلاغی در جهان بازی را در سه ساحت پیشابازی، پیرابازی و درون‌بازی دسته‌بندی کردیم؛ سپس با مفروض گرفتن سرشتی متخلخل برای دایره جادویی جهان بازی در برقراری ارتباط مستمر با جهان واقعی، بر تحلیل موقعیت‌های بلاغی طراحی شده در «محیط‌های پیرابازی» متمرکز شدیم. محیط‌های پیرابازی در بازی‌های رایانه‌ای برخط درون‌پرداخت، محیط‌هایی بیرون از جریان اصلی بازی هستند که به‌طور هم‌زمان واجد ویژگی‌هایی مربوط و وابسته به اقتضائات جهان واقعی و نظام رویه‌ای بازی‌اند. به‌منظور ارائه نمونه‌ای برای تحلیل موقعیت‌های بلاغی در محیط‌های پیرابازی، بازی «بازم بازی» را به‌منزله مطالعه موردی انتخاب کردیم. نتایج این تحقیق نشان داد که در طراحی موقعیت‌های بلاغی

تحلیل موقعیت‌های بلاغی در محیط‌های پیرابازی بازی‌های برخط ...؛ طاهری و همکاران | ۷

محیط‌های پیرابازی «بازم بازی» ایجاد نوعی انگیزه‌های شبه‌عرفانی، در نفی دوگانگی میان جهان واقعی و جهان مجازی بازی و همچنین میان هویت واقعی (به مثابه بازی‌باز) و هویت مجازی (به منزله بازیکن) بر انگیزه‌های ایدئالیستی، واقع‌گرایانه، ماده‌گرایانه و عمل‌گرایانه تفوق دارد.

کلیدواژه‌ها: بلاغت، نمایش‌گرایی، بازی‌های برخط درون‌پرداخت، دایره جادویی، محیط‌های پیرابازی، کنت برک.

مقدمه

در زمینه مطالعات بلاغی نوین در قرن بیستم، کمتر نظریه‌پردازی به الهام‌بخشی کنت برک^۱ می‌توان یافت. نگاه او به بلاغت، فراتر از ابزارها و روش‌هایی برای اقناع است که در مطالعات بلاغی کلاسیک به منزله هدف قانونی بلاغت دنبال می‌شد. برک، بلاغت را به مثابه نوعی هستی‌شناسی و آمیزه‌ای از نظریه و روش برای حصول شناخت درباره «انگیزه‌ها»ی انسانی در بستر حیات اجتماعی صورت‌بندی کرد. هستی‌شناسی بلاغت در نگاه برک، بر پایه تمایز میان «حرکت» و «کنش» بنا می‌شود. «حرکت»، امری صرفاً فیزیکی است که ماحصل برهمکنش غیرارادی نیروها بر یکدیگر است و در غیرجانداران مشاهده می‌شود. اما «کنش» امری ارادی و وابسته به «انگیزه» است که اختصاص به انسان دارد؛ و انسان موجودی است که برحسب سرشت خود، نمادساز است و به نمادها واکنش نشان می‌دهد. نمادها، سرنخ‌هایی هستند که با تحلیل آن‌ها می‌توان به چیستی انگیزه‌های انسانی پی برد.

انگیزه‌ها جنبه‌های ذهنی پیچیده‌ای هستند که در پیوند با موقعیت‌های درهم‌تنیده اجتماعی به وجود می‌آیند و شاکله پویای «فرهنگ» را بازتاب می‌دهند؛ بنابراین، «انگیزه» به منزله محوری‌ترین مفهوم در مطالعه بلاغت از نگاه برک، در بستر موجودیت متکثر و قطعه‌قطعه شده فرهنگ، امری بازتابی، ارتباطی-جامعه‌شناختی و ذهنی-بیرونی است (و نه خودانگیخته، روان‌شناختی و ذهنی-درونی). به بیان دیگر، انگیزه‌ها وابسته به موقعیت‌ها هستند و در غیاب یک شاکله اجتماعی انسجام‌بخش، سردرگم و نامتعین باقی می‌مانند.

پای دومین مفهوم بنیادین نظریه بلاغی کنت برک، یعنی همبود شدن^۲، از همین جا به میان می‌آید. «در نظر برک، همبود شدن دقیقاً به این دلیل به وجود می‌آید که غیریت^۳ وجود دارد. اگر همه در عقاید، ارزش‌ها، درک از حق و باطل، فلسفه‌ها و جهان‌بینی‌ها یکسان بودند، جامعه نیازی به همبود شدن نداشت. همبود شدن، غیریت را جبران می‌کند. از آنجایی که نزد برک، رازمان‌های زبان و کنش انسانی، انگیزه‌ها را بر ملا می‌کنند، یکی از

1 Kenneth Burke

2 identification

3 division

راه‌های اصلی انگیزختن مردم به ایجاد همبودگاه^۱ نیز استفاده از نمادها و ابزارهای زبانی است. مردم با استفاده از ابزارهای زبانی، انگیزه‌هایی پیدا می‌کنند تا در کنار دیگران باشند و در عقاید، ارزش‌ها و جهان‌بینی‌هایشان شریک شوند» (Young, 2017: 1493).

«انگیزه‌ها درواقع، تناسباتی هستند که افراد جامعه آن‌ها را در ساختارهای دستور زبانی پیچیده‌ای تألیف می‌کنند و با استفاده از منابع نمادینی که در دسترس دارند به دیگران اعلان می‌کنند» (Perinbanayagam, 2017: 17). انگیزه مؤلف از ایجاد روایت، تحت تأثیر قرار دادن مخاطبان به منظور ایجاد تغییر نگرش یا رفتار است و مخاطبان برای تغییر نیاز به «انگیزه»‌هایی دارند؛ بنابراین، زبان سرشت «جهان» را برای مردم توجیه می‌کند؛ زیرا زبان مولد است و کاربرد انواع مختلف آن از سوی ارتباط‌گران، درواقع شیوه‌هایی متفاوت برای توانمندسازی مخاطبان به درک جهان به شیوه‌هایی مشخص است تا مبتنی بر این درک، انگیزه‌هایی برای واکنش نشان دادن نسبت به جهان پیدا کنند. از این منظر، در چارچوب فهمی که برک از بلاغت تشریح می‌کند، اقناع موضوعیتی ندارد؛ بلکه چرخه تولید و بازتولید انگیزه‌ها، در فرایند واکنش به نمادهای زبانی مرکز توجه قرار می‌گیرد. انگیزه‌ها، دستور زبان خاص خود را دارند و تحلیل بلاغی ابزارهایی به دست می‌دهد تا با رمزگشایی از دستور زبان (یا رازمان دیگر نمادهای مورد استفاده انسان)، بتوان به پرسش به ظاهر ساده برک در آغاز کتاب «دستور زبان انگیزه ۲» پاسخی روشنگرانه داد: «در تبیین اینکه مردم چه کاری می‌کنند و چرا آن را انجام می‌دهند، چه چیزهایی دخالت دارند؟» (Burke, 1969: XV).

این مقدمه، برای درک اینکه چطور چهارچوب نظری-روش‌شناختی برک با نام «نمایش‌گرایی» می‌تواند برای تحلیل بازی‌های رایانه‌ای برخط درون‌پرداخت استفاده شود، ضروری بود. «بازی‌های درون‌پرداخت نیاز دارند که بازیکنان، آن را نگه دارند (یعنی بازیکنان لازم است مرتباً به بازی بازگردند)؛ به این امید که روزی چیزی بخرند تا استودیو بتواند سرپا بماند» (Hodent, 2021: 84)؛ بنابراین، ایجاد انگیزه برای همبود شدن کاربران،

1 community

2 Grammer of Motives

برای طراحان این بازی‌ها حیاتی است.

در جهان بازی، نظامی از زبان تمهید شده است که کاربر از طریق تبعیت از نظام رویه‌ای بازی یا قرار گرفتن در موقعیت‌های بلاغی مختلف، به تدریج آن را فرا می‌گیرد. هم‌زمان با این فراگیری تدریجی راژمان زبان‌بازی، انگیزه‌ها و ارزش‌های کاربر در جهان بازی شکل می‌گیرد. پرسش محوری این است که همبود ساختن کاربران بازی‌های برخط درون‌پرداخت، به واسطه ایجاد چه انگیزه‌هایی و تحت تأثیر چه موقعیت‌های بلاغی صورت می‌پذیرد؟

پیشینه پژوهش

برک پس از آنکه هدف مطالعات بلاغی را افشای انگیزه‌ها معرفی می‌کند، یک چهارچوب نظری به نام «نمایش گرایی» را برای رمزگشایی از دستور زبان انگیزه‌ها صورت‌بندی می‌کند و از بطن آن، ابزارهایی روش‌شناسانه برای تجزیه و تحلیل انگیزه‌ها در موقعیت‌های بلاغی احصا می‌کند. درواقع به دنبال نگاه خاص برک به بلاغت، «نمایش گرایی هم به مثابه هستی‌شناسی - سرشت جهان، آن‌گونه که با نمادسازی و استفاده از نمادها تجربه می‌شود - و هم به منزله معرفت‌شناسی - با فراهم کردن «ابزارها» ی لازم برای «تحلیل» این تجربیات - نمود می‌یابد» (Perinbanayagam, 2017: 18).

پیش فرض بنیادین نمایش گرایی این است که باید به متن یا موقعیت بلاغی «به‌مثابه نوعی نمایش نزدیک شد» (Foss, 2018: 321). نمایش مدنظر برک، فرایند زایش همبودگاه از بطن «موقعیت بلاغی» را روایت می‌کند. ابزارهای زبانی از طریق به کار گرفتن انواع مختلفی از نمادها، زمینه همبود شدن افرادی را فراهم می‌کنند. این افراد تا قبل از کاربست ابزارهای زبانی از سوی ارتباط‌گر، غیریت داشتند و به یمن درک کردن و واکنش نشان دادن به نمادهای برساخته به‌واسطه ابزارهای زبانی، خود را در یک همبودگاه مشترک تعریف می‌کنند. در این روایت از زایش همبودگاه، مفهوم «انگیزه» که گرانیگاه اندیشه برک درباره سرشت بلاغت است، اهمیت کلیدی دارد. «نمایش گرایی معطوف به انگیزه است - مردم انگیزه می‌شوند تا به موقعیت‌ها واکنش نشان دهند، همان‌طور که

شخصیت‌های یک نمایش انگیزه شده‌اند تا به شیوه‌های خاصی رفتار کنند، سخن بگویند یا حرکت کنند» (Young, 2017: 1491-1492).

تحلیل بلاغی و چهارچوب نظری-روش‌شناختی نمایش‌گرایی، حوزه‌ای مهم در مطالعه ارتباطات است و می‌تواند در مطالعه انواع گوناگونی از متون رسانه‌ای و فرهنگی استفاده شود. هنگام استفاده از نمایش‌گرایی برای مطالعه بازی‌های رایانه‌ای، ایده «دایره جادویی» که در بطن مطالعات بازی جایگاهی تثبیت شده یافته است، هم‌افزایی قابل‌توجهی ایجاد می‌کند.

مفهوم دایره جادویی را نخستین بار یوهان هویزنگا، مردم‌شناس آلمانی برای اشاره به محدودیت‌های زمانی و فضایی میدان بازی‌ها به کار برد. بسیاری از بازی‌پژوهان ایده «دایره جادویی» را از متن اثر پیشگام هویزنگا با نام «انسان بازی‌پرداز»^۱ برداشت کردند و از آن برای تدقیق تعریف بازی رایانه‌ای و تمایز میان بازی^۲ و بازی کردن^۳ بهره بردند (Crawford, 1984; Salen & Zimmerman, 2004). باوجوداین، درک متصلب از مفهوم «دایره جادویی»، برداشت‌هایی سطحی را درباره آن دامن زد (Zimmerman, 2009)؛ طوری که برخی بازی‌پژوهان این مفهوم را برای توضیح دادن بازی‌های رایانه‌ای نوین و پرداختن به کیفیت مواجهه کاربر/بازیکن با آن‌ها، ناکارآمد قلمداد کردند (Arsenault & Perron, 2009؛ کریستوفرای، ۱۴۰۳). در بین بازی‌پژوهان، یان بوگوست ابعاد نامکشوف ایده «دایره جادویی» را به‌خوبی تشریح کرد. بوگوست (۲۰۰۶) که خود با طرح مفهوم «بلاغت رویه‌ای»^۴ نقش مهمی در امتدادبخشی به مطالعات بلاغی در حوزه رسانه‌های نوین و تکامل حوزه مطالعاتی «بلاغت دیجیتال» ایفا کرده است، می‌نویسد که درک هویزنگا از بازی (در معنای اعم) بسیار وسیع‌تر از چیزی است که بازی‌پژوهانی همچون کرافورد و زیمرمن برداشت کرده‌اند. به همین نسبت، مفهوم «دایره جادویی» نیز در بردارنده ظرایفی است که از آن در مطالعات بازی‌های رایانه‌ای غفلت شده است.

1 Homo Ludens

2 game

3 Play

4 Procedural Rhetoric

هویزنکا بازی را به مثابه «فعالیتی داوطلبانه که در محدوده‌های زمان و مکانی مشخص و بر اساس قواعدی که آزادانه پذیرفته شده‌اند و در عین حال کاملاً الزام‌آور هستند، اجرا می‌شود و هدفی در درون خود دارد» (Huizinga, 1971: 28) تعریف می‌کند؛ همچنین بر آن است که پرداختن به بازی با این خودآگاهی همراه است که بازی کردن متفاوت از فعالیت‌های زندگی روزمره است. در جایی دیگر هویزنکا بازی کردن را به صورت «پای بیرون گذاشتن از زندگی واقعی و ورود به فضایی موقت از فعالیت‌هایی که تماماً جایگزین فعالیت‌های زندگی واقعی می‌شوند» (Huizinga, 1971: 8) تعریف می‌کند. اگرچه هویزنکا (۱۹۷۱) «بازی بودن» را متضاد مستقیم «جدی بودن» می‌داند، اما «در نظر او بازی به طرزی پرجاذبه به شکل‌گیری وظایف فرهنگی در مشارکت کنندگان کمک می‌کند» (کوثری و دیگران، ۱۳۹۸). بوگوست این فهم از کارکرد فرهنگی بازی را در افکار هویزنکا درمی‌یابد و آن را این چنین به مفهوم دایره جادویی تسری می‌دهد که «بازی به جای قرار گرفتن در انزوایی مطلق از جهان واقعی، یک مسیر دو طرفه را ایجاد می‌کند که بازیکنان و ایده‌هایشان از طریق آن به جهان بازی وارد و از آن خارج می‌شوند، درحالی که بقایایی از تجربه حضور را در هر دو طرف مسیر از خود به جای می‌گذارند یا در خود انباشت می‌کنند. شکافی در دایره جادویی هست که بازیکنان از طریق آن ذهنیتشان را به درون و بیرون از فضای بازی انتقال می‌دهند. اگر دایره جادویی به واقع، یک پادنهاده منزوی از جهان واقعی بود، اساساً دسترسی به آن هرگز امکان‌پذیر نبود» (Bogost, 2006: 135).

بنابراین، دایره جادویی بازی موجودیتی متخلخل است که از طریق منافذ گوناگون با جهان واقعی در ارتباط قرار می‌گیرد. بر همین اساس، بازی از جهان واقعی تأثیر می‌پذیرد و بر آن تأثیر می‌گذارد.

ما این برداشت متخلخل از سرشت دایره جادویی بازی را با چهارچوب نظری و روش‌شناختی نمایش‌گرایی ترکیب می‌کنیم تا بلاغت در بازی‌های رایانه‌ای برخط درون پرداخت را تحلیل کنیم. «این کار بلاغت‌پژوهان است که شیوه‌هایی را برای خوانش

رویه‌های رایانه‌ای مورد توجه قرار دهند که از طریق آن‌ها متون رمزگانی رویه‌های رایانه‌ای، به‌منزله ارتباطات معنادار، قرائت شوند. ... وقتی از دریچه تفسیری نمایش‌گرایی برک استفاده شود، خوانش رمزگان‌های رایانه‌ای به‌منزله متن بلاغی، قابلیت‌های تازه‌ای برای فهم کنش نمادین برقرار شده به‌وسیله رمزگان‌ها فراهم می‌کند (ابزارهای بیانی که عمدتاً کمتر از منظر معناسازی مورد واکاوی قرار گرفته‌اند، چون حسب تعریفی دیرپا به آن‌ها به‌منزله دستورالعمل‌های غیرمعنادار و ماشین‌محور نگریسته شده است)» (Brock, 2019: 187-188).

روش

چارچوب نظری و روش‌شناختی نمایش‌گرایی، مبتنی بر این ایده است که مؤلف برای سازمان‌دهی متن یا موقعیت بلاغی و ایجاد تأثیر موردنظرش در مخاطب، جهان متن را به‌مثابه یک نمایش برپا می‌کند که در آن پنج عنصر نمایشیک^۱ بر ساخت می‌شود (Foss, 2009). این پنج عنصر نمایشیک عبارت‌اند از:

۱. کنش ۲. کنشگر ۳. عاملیت ۴. صحنه ۵. مقصود ۶

بر اساس این چهارچوب، نمایش‌گرایی با «نقادی پنج‌گانه»^۷ آغاز می‌شود. در گام نخست عناصر پنج‌گانه نمایشیک در بستر موقعیت بلاغی یا متن ارتباطی مدنظر تعریف می‌شوند. سپس به‌وسیله تحلیل این عناصر در کنار هم بینشی درباره سرشت انگیزه‌های ایجاد شده برای مخاطبان به‌منظور همبود شدن در راستای ایده مؤلف فراهم می‌شود. «کنش» شامل فعالیت‌هایی هدفمند است که در چهارچوب متن یا موقعیت بلاغی صورت می‌پذیرد و ناشی از انتخاب و اراده «کنشگر» است. «عاملیت» ناظر به ابزارها، وسایل و روش‌های انجام

1 Dramatistic elements
2 Act
3 Agent
4 Agency
5 Scene
6 Purpose
7 Pentadic Criticism

کنش است. «صحنه»، راژمانی از ملزومات فضایی و زمانی است که سایر عناصر نمایشیک درون آن تعریف شده‌اند. «مقصود»، ناظر به هدف کنشگر از انجام کنش است.

در گام دوم، تحلیل «دریچه‌های کلامی ۱» انجام می‌شود. دریچه‌های کلامی که از تقاطع دادن دو عنصر از عناصر نمایشیک پنج‌گانه شکل می‌گیرند، حدود تفسیری متن یا موقعیت بلاغی را تعیین می‌کنند. هر موقعیت بلاغی یا متن به‌طور بالقوه دارای ۲۰ دریچه کلامی است. با تحلیل زوج‌های نمایشیک، روشن می‌شود ارتباط‌گر بر جنبه‌های خاصی از موقعیت بلاغی تأکید می‌کند و جنبه‌های دیگری را کم‌اهمیت جلوه می‌دهد تا نوع مشخصی از انگیزه را در مخاطبان به وجود آورد.

دریچه‌های کلامی در هر موقعیت بلاغی، بر مبنای تکرار این پرسش واکاوی می‌شوند که:

آیا عنصر نمایشیک بر سرشت عنصر نمایشیک تأثیر تعیین‌کننده می‌گذارد؟

کنش - صحنه	صحنه - کنشگر	کنشگر - عاملیت	عاملیت - مقصود
کنش - کنشگر	صحنه - عاملیت	کنشگر - مقصود	
کنش - عاملیت	صحنه - مقصود		
کنش - مقصود			

هر کدام از این دریچه‌ها می‌تواند به‌صورت معکوس هم بررسی شود. مثلاً به‌جای اینکه پرسیم آیا عنصر نمایشیک کنش بر سرشت عنصر نمایشیک صحنه تأثیر تعیین‌کننده می‌گذارد؟ می‌توان پرسید آیا عنصر نمایشیک صحنه بر سرشت عنصر نمایشیک کنش تأثیر تعیین‌کننده می‌گذارد؟ (Blakesley, 2002). پاسخ کوتاه به هر کدام از این ۲۰ پرسش، سه حالت کلی دارد: بله، خیر، نامعلوم. سپس محقق این سه پاسخ کوتاه را به‌طور مستدل تشریح می‌کند تا این نکته را کشف کند که کدام یک از عناصر پنج‌گانه، عنصر مؤکد موردنظر ارتباط‌گر در سازمان‌دهی موقعیت بلاغی بوده است و مسلط بودن این عنصر نمایشیک، چه نوع انگیزه‌هایی را در مخاطبان ایجاد می‌کند.

برای شناسایی و توصیف عناصر پنج‌گانه در هر متن رسانه‌ای، باید به چندلایگی متون و موقعیت‌های بلاغی توجه داشت. هر پنج عنصر نمایشیک باید متناسب با اقتضائات لایه‌ای مشخص از متن یا موقعیت‌های بلاغی انتخاب شوند. عناصر نمایشیک کنش، کنشگر، عاملیت، صحنه و مقصود در محیط درونی متن یا موقعیت بلاغی به شیوه‌ای متفاوت از محیط بیرونی متن و بافت روابط بینامتنی آن شناسایی و توصیف می‌شوند. تشخیص عناصر نمایشیک در لایه‌های مختلف، نباید در هم خلط شوند.

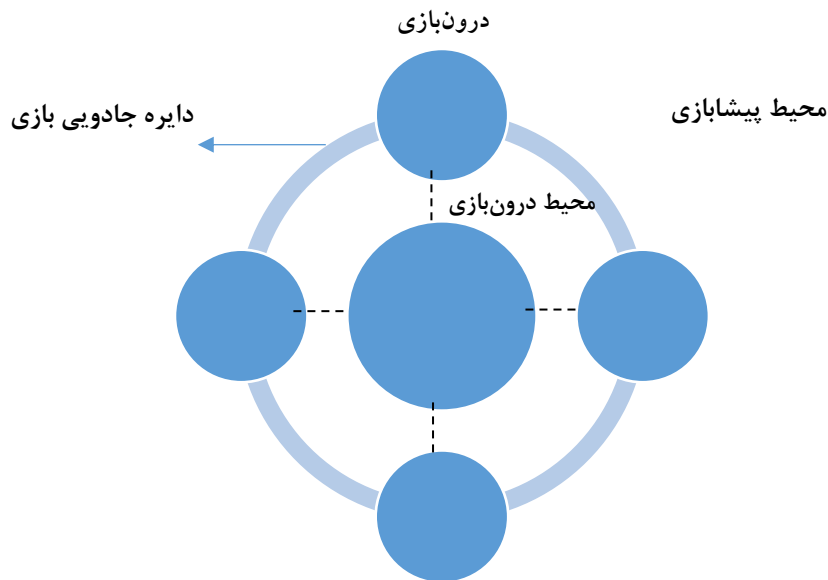
با بهره‌برداری از قرائت بوگوست از مفهوم «دایره جادویی»، می‌توان قلمرو موقعیت‌های بلاغی بازی‌های رایانه‌ای را به شکلی نظام‌مند صورت‌بندی کرد تا پنج‌گانه نمایشیک، متناسب با اقتضائات هر یک از موقعیت‌های بلاغی شناسایی و تبیین شوند. بازیکن در جریان تجربه یک بازی برخط درون‌پرداخت، موقعیت بلاغی‌های بلاغی را در سه ساحت تجربه می‌کند؛ نخست موقعیت‌های بلاغی پیشابازی^۱ (جهان اجتماعی و تاریخی) است که او و بازی هر دو در درون آن تعریف شده‌اند. دوم، موقعیت‌های بلاغی پیرابازی^۲ و «گذار بر لبه متخلخل دایره جادویی» است که در آن بازیکن بین صحنه جهان مجازی بازی و صحنه جهان واقعی در آمدوشد است و وجوهی از جهان اجتماعی و تاریخی بیرون از دایره جادویی و وجوهی از جهان مجازی درون دایره جادویی را هم‌زمان تجربه می‌کند. ساحت سوم، موقعیت‌های بلاغی درون‌بازی^۳ است؛ یعنی محیطی که در آن بازیکن با رویه‌های اجرا و پیشبرد بازی درگیر می‌شود.

1 Pro-gamic rhetorical situations

2 Peri-gamic rhetorical situations

3 Gamic rhetorical situations

شکل ۱. طرح‌واره مفهوم دایره جادویی و نسبت آن با ساحت‌های سه‌گانه پیشابازی، پیرابازی و



تحلیل عناصر نمایشیک، برای موقعیت‌های بلاغی در هر سه ساحت پیشابازی، پیرابازی و درون‌بازی، کارایی دارد. اما در این مقاله، صرفاً بر تحلیل موقعیت‌های بلاغی ساحت «پیرابازی» تمرکز می‌کنیم و آن را برای یک مطالعه موردی به کار می‌بندیم.

«بازم بازی»، یک برنامه تفریحی ایرانی است که توسط استودیوی بازی‌سازی دارت در سال ۱۳۹۸ عرضه شده است و متشکل از شش بازی تخته‌ای برخط است که همه آن‌ها به صورت رقابت دو نفره نوبتی انجام می‌شوند. دلیل انتخاب این بازی، از یکسو تنوع بازی‌روند^۱های شش‌گانه در عین سادگی آن‌ها و از سوی دیگر پرننگ بودن جنبه‌های تعامل اجتماعی در محیط بازی در قالب رقابت‌های فردی و گروهی است. شش بازی «بازم بازی» عبارت‌اند از: نقطه خط، حرف چین، بتل شپ، مینروب، متللو و تاسور.

بازیکنان، دو دارایی کلیدی برای انجام بازی در اختیار دارند: ۱. بلیت و ۲. سکه. بازیکن برای هر دست بازی در هر کدام از شش بازی، باید یک «بلیت» خرج کند؛ بنابراین، تعداد بازی‌هایی که هر بازیکن می‌تواند انجام دهد، محدود به تعداد بلیت‌هایی

1 gameplay

است که در اختیار دارد. دریافت بلیت‌های بیشتر مستلزم خرید درون‌برنامه‌ای، خرج کردن «سگه‌ها»، تماشای آگهی تبلیغاتی، استفاده از گردونه شانس و یا «ارتقای سطح» بازیکن است (که خود تابعی از میزان بازی کردن است). کسب سگه‌های بیشتر نیز، از طریق خرید درون‌برنامه‌ای، بردن هر مسابقه (به صورت فردی یا تیمی)، ارتقای سطح بازیکن و استفاده از گردونه شانس امکان‌پذیر است. سگه‌ها اغلب برای خرید بلیت استفاده می‌شوند، اما با آن‌ها تقریباً همه چیز را می‌توان در جهان بازی خرید؛ از بابل چت و بستیکر برای گپ و گفت با رقبا و هم‌گروهی‌ها و افزودن جلوه‌هایی به نمایه کاربری گرفته تا شتاب‌دهنده ارتقای سطح و امکان استفاده از راهنماها و کمکی‌های هنگام بازی.

یافته‌ها

گردآوری و تحلیل یافته‌ها مبتنی بر «تحلیل متن» و «مشاهده» میدانی (بیش از ۴۰۰۰ ساعت تجربه بازی در مدت حدوداً ۲ سال) صورت پذیرفته است. بخش عمده یافته‌های مربوط به بخش تحلیل متن، به جهت رعایت اختصار حذف شده است و به تشریح تحلیل یافته‌های آن اکتفا شده است. همچنین صرفاً بخشی از مشاهدات تجربی نگارنده به فراخور موضوع، در بافت تحلیل‌های متنی تنیده شده است. در ادامه هشت موقعیت بلاغی در محیط‌های پیرابازی «بازم بازی» را شناسایی و به تفکیک تجزیه و تحلیل می‌کنیم.

- دریافت اعلان

اعلان‌ها ۱ در چهار موعد اصلی و پیش از آنکه بازی‌باز وارد جهان بازی شده باشد، روی تلفن همراه کاربران بالقوه بازی ظاهر می‌شود. این چهار موعد عبارت‌اند از: شروع شدن لیگ هفتگی، شروع شدن لیگ برد برد، ارسال درخواست عضویت به گروه، شروع رقابت گروهی. اعلان‌ها در هر کدام از این مواعدها، کاربر را دعوت می‌کنند وارد دایره جادویی بازی شود.

پنج‌گانه نمایشیک در این موقعیت بلاغی به قرار زیر است:

کنش: ورود به جهان بازی / شرکت در رقابت

کنشگر: بازی‌باز / بازیکن

صحنه: جهان مجازی بازی / جهان واقعی.

عاملیت: عبور از صحنه جهان واقعی به جهان بازی / جا نماندن از رقبا.

مقصود: کسب جوایز / مراجعه به گروه

جدول ۱. تحلیل پنج‌گانه نمایشیک در موقعیت بلاغی دریافت اعلان

رکن نمایشی تعیین‌کننده	رکن نمایشی پیرو	توضیح
صحنه	کنش	کنش، شرکت در «رقابت» است. انجام کنش «رقابت»، منوط به پذیرش تغییر موقتی «صحنه»، از جهان واقعی به جهان بازی است.
صحنه	کنشگر	با پذیرش تغییر صحنه، «فرد در جهان واقعی»، به‌طور موقت، تبدیل به «کاربر در جهان بازی» می‌شود. به عبارتی، «بازی‌باز» ^۱ تبدیل به «کاربر / بازیکن» ^۲ می‌شود.
صحنه	مقصود	صحنه «جهان بازی»، دربردارنده جوایزی است که انتظار «کاربر» را می‌کشند! جوایزی که در صحنه زندگی واقعی، معنایی ندارند و در چهارچوب جهان بازی معنا می‌یابند. در نتیجه، این تغییر صحنه است که «مقصود» (یعنی کسب جوایز بازی) را ممکن می‌کند.
صحنه	عاملیت	در متن اعلان‌ها، درباره چگونگی انجام کنش، به «جا نماندن از رقبا» اشاره می‌شود؛ یعنی، هر چه زودتر به «صحنه» رقابت وارد شوی، با «جا نماندن از رقبا» می‌توانی شانس بیشتری برای «کسب جوایز» داشته باشی؛ بنابراین، تغییر «صحنه» به «عاملیت» موضوعیت می‌بخشد.

متن اعلان‌ها، «کنشگر» را ترغیب می‌کند از صحنه جهان واقعی به محیط درون‌بازی وارد شود و با «پشت سر گذاشتن رقبا» به «جوایز» دست یابد. البته انگیزه این جابه‌جایی صحنه، ممکن است جذب یک عضو جدید برای گروه هم باشد. در هر صورت، تمام تحولات مربوط به عناصر نمایشیک در این موقعیت بلاغی، در گرو تغییرات عنصر «صحنه» است.

تفوق عنصر صحنه در موقعیت بلاغی، آن‌گونه که برک اشاره کرده است، زمینه‌ساز

1 Gamer

2 User/ Player

ایجاد انگیزه‌های جبرگرایانه و ماده‌گرایانه در مخاطب است (George, 2018). برک جبرگرایی را به کامل بودن زنجیره‌های علی و معلولی تعبیر می‌کند. موقعیتی که در آن، هیچ کنش خلاقه‌ای امکان ایجاد تغییر در شرایط را ندارد. در این دیدگاه کنشگر صرفاً می‌تواند تغییرات کوچکی در زنجیره‌های علی و معلولی پدید آورد و متناظر با آن، واکنش‌هایی را از نظم مستقر دریافت می‌کند. از این رو، کنشگر انگیزه پیدا می‌کند تا جزء کوچکی از نظم مسلط باشد. نکته مهم دیگر در این دیدگاه آن است که هیچ خطا یا اشتباهی در نظام علی و معلولی وجود ندارد. در نظامی که از زنجیره علت‌ها پدید آمده است، علت‌های همه معلول‌ها جایگاهی دقیق و حساب‌شده دارند (Burke, 1969). همین امر، امکان مداخله مؤثر کنشگر انسانی را محدود می‌سازد. چراکه در اعمال خلاقه کنشگر انسانی احتمال بروز خطا هست. چنین برداشتی از جبرگرایی، دربردارنده چشم‌اندازی از یک نظم ماشین‌وار است که درون آن ساختارهای پیچیده، بدون کوچک‌ترین احتمالی از بروز خطا، برهمکنش دارند.

اعلان‌ها، بازی‌باز را به ورود به جهانی ترغیب می‌کنند که اجزای آن طوری تمهید شده که پیوسته پاداش‌هایی برای کاربر/بازیکن تدارک ببیند. در این اعلان‌ها موضوع چگونگی کنشگری بازی‌بازها در مقام کاربر و تأثیر نبرد اراده‌های هزاران کاربر فعال در جهان بازی در راژمان علی و معلولی جهان بازی، مسکوت می‌ماند و صحنه‌ای فریبده برای کاربران بالقوه ترسیم می‌شود که سازمان‌دهی شده تا پاداش‌هایی را به بازی‌باز پیشکش کند. عدم تأکید اعلان‌ها بر اهمیت کنش کنشگر، درواقع بیانگر تأکید بر اهمیت سازواره‌ای «صحنه» جهان بازی است. صحنه‌ای که هیچ شبهه و خطایی در برهمکنش ساختارهای درونی آن، برای پاداش‌دهی وجود ندارد. این وعده اغواکننده، مشوق ورود کاربران به جهان بازی و قرار گرفتن در نظم نظام رویه‌ای جهان بازی است.

- گردونه شانس

روی گردونه شانس، جوایز متعددی است و کاربر با چرخاندن آن، شانس خود را برای دریافت یکی از جوایز امتحان می‌کند. در تازه‌ترین به‌روزرسانی بازی، چرخاندن رایگان حذف شده است و برای چرخاندن گردونه باید یک آگهی بازرگانی تماشا کرد.

اگر کاربر بخواهد بیشتر از یک‌بار در ۲۴ ساعت از گردونه شانس استفاده کند، می‌تواند این کار را با پرداخت ۲۰۰ سکه انجام دهد! جوایزی که با پرداخت ۲۰۰ سکه روی گردونه ظاهر می‌شود، ارزشمندتر از حالت تماشای آگهی است. با وجود این، اغلب این جوایز کمتر از ۲۰۰ سکه ارزش دارند و احتمال از دست دادن دارایی مجازی، بیشتر از به دست آوردن جایزه‌ای است که ارزشمندتر از ۲۰۰ سکه باشد.

پنج‌گانه نمایشیک در این موقعیت بلاغی به قرار زیر است:
کنش: چرخاندن گردونه.

کشگر: کاربر خطرپذیر / کاربر محتاط

عاملیت: تماشای آگهی / پرداخت سکه

صحنه: جهان بازی (محدوده‌های پیرابازی) / جهان واقعی

مقصود: بخت‌آزمایی برای کسب جایزه حداقلی / بخت‌آزمایی برای جایزه ارزنده‌تر

جدول ۲. تحلیل پنج‌گانه نمایشیک در موقعیت بلاغی گردونه شانس

رکن نمایشی تعیین‌کننده	رکن نمایشی پیرو	توضیح
عاملیت	کنش	«نحوه انجام کنش» سرشت «کنش» را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ چرخاندن گردونه با تماشای آگهی به‌مثابه کنشی محتاطانه یا با خرج کردن سکه به‌منزله کنشی خطرپذیر.
عاملیت	صحنه	نحوه چرخاندن گردونه شانس، بر «صحنه» نیز اثر تعیین‌کننده دارد. اگر از شیوه تماشای آگهی استفاده شود، به‌صورت موقت به جهان واقعی وارد می‌شویم که در آن کالا یا خدماتی خود را به کاربر عرضه می‌کند. اما اگر از شیوه پرداخت سکه استفاده شود، کاربر در محیط پیرابازی باقی می‌ماند.
عاملیت	مقصود	چرخاندن گردونه با تماشای آگهی، کاربر را به دریافت جایزه حداقلی و بدون مخاطره می‌رساند. اما چرخاندن آن با خرج سکه، با احتمال دریافت جوایزی ارزشمندتر همراه است؛ بنابراین، «عاملیت» تعیین‌کننده سرشت «مقصود» کاربر از بخت‌آزمایی است.
عاملیت	کشگر	هرکدام از دو شیوه چرخاندن گردونه، ممکن است کاربری متفاوت را استیضاح کند؛ کاربری محتاط در برابر کاربری خطرپذیر.

در چهارچوب نظریه نمایش‌گرایی، غلبه «عاملیت» در یک موقعیت بلاغی، به معنای سیطره انگیزه‌های عمل‌گرایانه است. برک عمل‌گرایی متأخر را «فناورانه»، «سیاسی» و «تجارتی» می‌داند و بر آن است که ذیل محرک‌هایی مرکب از کسب و کار و فناوری توسعه یافته است. هر چیز، شخص یا کنش، زمانی ارزش پیدا می‌کند که به مثابه «ابزار»ی برای برآوردن نیازهای زیستی یا اجتماعی کارایی داشته باشد. این رویکرد نزد برک، به صورت «یکسان گرفتن قلمرو مادّیت با مطلوبیت» تعبیر می‌شود؛ به طوری که گویی چیزی مادّیت دارد که مطلوبیتی برای برآوردن نیازها داشته باشد (Burke, 1969).

دیگر تعبیر خصیصه‌نمای عمل‌گرایی متأخر نزد برک، فروکاستن قلمروهای روح و ذات است. به این ترتیب که، با وجود آنکه روح می‌تواند ذات را مورد تعمق قرار دهد و اشتیاق دارد که در قلمرو جوهر ساکن شود، منافع مادی موجود زنده، ایجاب می‌کند که روحش شهودهای خود درباره ذات را به منزله مجموعه‌ای از نشانه‌ها، مصرف کند. برای مثال، یک حیوان در جنگل، با رهگیری صدا یا بو، آن را به منزله نشانه‌ای از غذا یا خطر تفسیر می‌کند. در این صورت، شهود روح حیوان درباره ذات وجودی دیگری، به مثابه ابزاری برای تأمین منافع مادی مصرف می‌شود (Burke, 1969)؛ بنابراین، شهود ابتدا مستقلاً بروز می‌یابد و بعد در چهارچوب عمل‌گرایی به صورت ابزار مصرف می‌شود؛ چنانکه به طور مشابه، هنر ناب هم پیش از تبدیل شدن هنرها به مقاصد عملی نمود می‌یابد، اما بعد در مسیر مقاصد تجاری به شیوه‌های مختلفی مصرف می‌شود.

در این موقعیت بلاغی، «کنش» به مثابه امری که هدفمند است و تغییر ایجاد می‌کند، به «بخت‌آزمایی» برای تأمین نیاز (کسب جوایز) فروکاسته می‌شود؛ بنابراین، ذات کنش که ایجاد تغییر جهت‌دار است، در این موقعیت بلاغی در قالب «بخت‌آزمایی» (که امری غیرهدفمند و بی‌جهت است) مصرف می‌شود. این کنش، صرفاً زمانی «مطلوبیت» دارد که جایزه‌ای را که مورد نیاز کاربر است نصیب او کند. در غیر این صورت فاقد مطلوبیت است و کارایی «ابزاری» خود برای تأمین نیاز را محقق نمی‌سازد.

– هدیه

صفحه هدیه، دربردارنده مأموریت‌هایی برای دریافت پاداش است. این مأموریت‌ها عبارت‌اند از: دعوت از دوستان، مشاهده آگهی، عضویت در صفحه اینستاگرام بازی، عضویت در کانال تلگرام بازی و وارد کردن کد هدیه.

در این موقعیت بلاغی، عناصر پنج‌گانه نمایشیک عبارت‌اند از:

کنش: گذر از محدوده‌های پیرابازی به جهان واقعی و بالعکس.

عاملیت: انجام یک مأموریت (از قبیل دعوت از دوستان، عضویت در اینستاگرام و تلگرام)

مقصود: کسب جوایز

صحنه: جهان واقعی / محدوده‌های پیرابازی دایره جادویی

کنشگر: کاربر / بازی‌باز / دنبال‌کننده / طرفدار

جدول ۳. تحلیل پنج‌گانه نمایشیک در موقعیت بلاغی هدیه

توضیح	رکن نمایشی پیرو	رکن نمایشی تعیین‌کننده
کنش‌ها (گذر از جهان واقعی به جهان مجازی و بالعکس)، به‌واسطه مأموریت‌هایی (عاملیت) انجام می‌شوند که رسیدن به منفعتی مشخص (مقصود) را عملی می‌کنند. همه ورود و خروج‌های کاربر بین دو جهان، پاداشی در بر ندارند. فقط گذرهای مشخصی با ابزارها یا مأموریت‌هایی معین، او را به «هدیه» می‌رساند؛ بنابراین، سرشت مأموریت (عاملیت)، تعیین‌کننده سرشت کنش و دستیابی به مقصود است.	کنش	عاملیت
مأموریت معین برای دریافت هدیه (عاملیت)، ایجاب می‌کند کاربر «صحنه» جهان مجازی بازی را ترک کند و به «صحنه» جهان واقعی وارد شود (و گاهی بالعکس)؛ بنابراین میدان حضور کاربر، به‌واسطه سرشت ابزار یا مأموریت، تعیین می‌یابد.	صحنه	عاملیت
تبعیت از عاملیت، بُعد جدیدی به هویت کاربر/بازیکن در جهان واقعی می‌دهد. او در جهان واقعی، در جایگاه یک «دنبال‌کننده»، صفحات	کنشگر	عاملیت

رکن نمایشی تعیین کننده	رکن نمایشی پیرو	توضیح
		مجازی بازی را دنبال می‌کند و نیز به منزله یک «طرفدار» دوستان خود را به حضور در این بازی دعوت می‌کند.
عاملیت	مقصود	عاملیت (مأموریت‌ها)، تعیین کننده این است که کاربر چطور و به چه مقدار به مقصود خود (کسب جوایز) می‌رسد. در صفحه اینستاگرام «بازم بازی» عضو شوید (عاملیت) تا ۳۰ سکه جایزه بگیرید! یا از دوستی دعوت کنید (عاملیت) که بازی را نصب کند و ۱۵۰ سکه بگیرید!

موقعیت بلاغی صفحه «هدیه»، موقعیتی است که کاربر با مراجعه به آن می‌تواند سکه یا بلیت موردنیاز برای انجام بازی را به دست آورد. سکه یا بلیت، پول رایج جهان بازی «بازم بازی» است که قابل معادل‌سازی با مقادیر مشخصی از پول رایج در جهان واقعی هستند. در نظر برک «ارتباط تنگاتنگ بین متنوع‌سازی فناورانه و انگیزه پولی، به ما یادآوری می‌کند که رسانه یا میانجی پول، به شکل‌گیری تفکر عمل‌گرایانه یاری می‌رساند...». ابهامات مربوط به کنش شخصی ۱ و حرکت غیرشخصی ۲ در همین خصوص نمود می‌یابد؛ چنانکه بازار سهام، بازوی مثال‌زدنی عاملیت سرمایه‌داری، جایی است که این ابهام را بروز می‌دهد و مجموع کنش‌های سوداگرانه معاملات شخصی، در تجلی آماری خود، حرکت‌هایی را به روند قیمت اضافه می‌کند» (Burke, 1969: 286-287). در چنین میدانی، خرید یا فروش سهام توسط معامله‌گران، علیرغم ظاهر آن، «کنش» نیستند؛ بلکه «عاملیت» (ابزار انجام کنش) هستند. شاهد این مدعا آن است که مسیر حرکت قیمت، لزوماً مطابق هدف‌گذاری کنشگر تعین نمی‌یابد (مثلاً باهدف کسب سود سهمی می‌خرد، اما در محدوده زیان قرار می‌گیرد). در اینجا «کنش»، تصمیم به مشارکت در معاملات و حضور افراد در بازار سهام است که به واسطه «عاملیت» خرید یا فروش سهام به انجام می‌رسد؛ بنابراین، روی تابلوی بازار سهام، شاهد برهمکنش مجموعه‌ای از عاملیت‌ها هستیم که در قالب خرید یا فروش سهام، موجبات حرکت صعودی یا نزولی قیمت، بیرون از اراده

1 personal action

2 impersonal motion

شخصی کنشگران را فراهم می‌کند. بر این اساس، عنصر «عاملیت»، محور اصلی برپا شدن موقعیت بلاغی بازار سهام است. بازاری که در آن به انحای مختلف، «خرید»، «فروش»، «خریدار»، «فروشنده» و حتی «سود» و «زیان» معانی ذاتی خود را از دست می‌دهند و به شکلی جایگزین‌شونده و به‌مثابه «نشانه» مصرف می‌شوند تا منافع و مطلوبیت‌های مادی (حفظ یا افزایش ارزش سرمایه) مشارکت‌کنندگان بازار را تأمین کنند. بازار سهام نمونه‌ای است از میدانی «عمل‌گرا» که در آن «عاملیت» رکن اصلی است؛ جایی که هدفمندی «کنش» حضور در معاملات به انقیاد «حرکت» قیمت (نمود مجموعه‌ای از عاملیت‌های سرگردان) درمی‌آید که بیرون از کنترل و اراده فردی کنشگران رقم می‌خورد. هدفمندی «کنش» تحت تأثیر تغییرات مداوم معانی ذاتی «خرید/خریدار»، «فروش/فروشنده» و «سود/زیان» رنگ می‌بازد و به‌نوعی بخت‌آزمایی فروکاسته می‌شود. «وقتی عاملیت، در پیش‌زمینه یک موقعیت بلاغی قرار می‌گیرد، عناصر دیگر با آمادگی خودشان را با قواعد عاملیت تطبیق می‌دهند (یعنی تغییرات پویای معانی ذاتی خود را پذیرا می‌شوند). اجزای موجود در صحنه ۱، به ابزارهایی تبدیل می‌شوند که موجود زنده، آن‌ها را در فرایند رشد یافتن یا سازگار شدن، به خدمت می‌گیرد. خود موجود زنده، نقطه تلاقی ابزارهاست که هر بخش از اجزای آن در خدمت اجزای دیگرش است. عقلانیت به ابزاری برای ایجاد تعادل بین این اجزا تبدیل می‌شود» (Burke, 1969: 287) و همه این‌ها به امید کسب منفعتی از یک موقعیت بلاغی مشخص صورت می‌پذیرد.

در موقعیت بلاغی صفحه «هدیه»، کاربر نقطه تلاقی ابزارهاست و عقلانیت خود را به کار می‌گیرد تا بتواند با بهره‌گیری از ابزارهای در دسترس، مقصود «دستیابی به هدیه» را برآورده کند. دعوت از یک دوست، دنبال کردن صفحات مجازی بازی و حتی تماشای آگهی در این موقعیت بلاغی، همه به معانی دیگری غیر از آنچه ظاهراً هستند تبدیل می‌شوند. کاربر، به انگیزه معاشرت‌جویی، یک دوست را دعوت نمی‌کند؛ به انگیزه خرید نوعی خدمات یا محصول، خود را در معرض آگهی تبلیغاتی قرار نمی‌دهد و ممکن است حقیقتاً مایل به پیوستن به اجتماع دنبال‌کنندگان بازی در جهان واقعی نباشد؛ او با انجام

هر کدام از این مأموریت‌ها، صرفاً مقصود دستیابی به «هدیه» (منفعت یا مطلوبیتی مشخص) را دنبال می‌کند و همین امر موجب تغییرات مداوم در معانی ذاتی سایر عناصر نمایشیک (از کنش و کنشگر گرفته تا صحنه) می‌شود.

– جدول پيشتازان

جدول پيشتازان، در سه بخش «لیگ هفتگی»، «لیگ برد-برد» و «جدول امتیازات مربوط به هر کدام از شش بازی» تعبیه شده است. قرار گرفتن در رتبه‌های مشخصی از این جداول، برای کاربران جوایزی در بر دارد. این جوایز شامل سکه، بلیت و اضافه شدن جلوه‌ها یا امکاناتی خاص در تعامل با کاربران (مثل بستیکر)، آواتارهای ویژه یا افزودن عکس‌های دلخواه به نمایه کاربری است. به دست آوردن این دسته از جوایز (جوایزی غیر از سکه و بلیت)، بابت ارتقای منزلت و ایجاد تمایز با سایر کاربران ارزشمند تلقی می‌شود.

در جداول پيشتازان، عناصر پنج گانه نمایشیک عبارت‌اند از:

کنش: کسب رتبه

کنشگر: کاربر رقابت‌جو

صحنه: چینش و رتبه‌بندی جدول (محدوده‌های پیرابازی)

مقصود: ارزیابی خود/ کسب جایزه/ کسب منزلت

عاملیت: رقابت با دیگران/ تعامل با دیگران

جدول ۴. تحلیل پنج گانه نمایشیک در موقعیت بلاغی جدول پيشتازان

رکن نمایشی تعیین کننده	رکن نمایشی پرو	توضیح
مقصود	کنش	کوشش برای کسب رتبه (کنش) در جدول‌ها، با انگیزه ارزیابی خود (مقصود) و مقایسه با عملکرد مطلوب ذهنی بازیکن یا مقایسه با عملکرد رتبه‌های برتر توجیه می‌شود؛ بنابراین، عنصر «مقصود»، تعیین کننده موجودیت عنصر کنش است.
مقصود	صحنه	کسب جوایز و منزلت (مقصود)، باعث می‌شود رتبه‌بندی جدول‌های مختلف (صحنه) در بازی اهمیت داشته باشد. بازیکنی که این مقاصد

رکن نمایی تعیین‌کننده	رکن نمایی پرو	توضیح
		را از مسیری غیر از رقابت در جدول پیش‌تازان تأمین کند، این جدول‌ها را دنبال نمی‌کند.
مقصود	کنشگر	ارزیابی از خود (مقصود)، منش متمایزی از کاربری را به وجود می‌آورد که به شدت رقابت‌جو و منزلت‌خواه است و می‌کوشد بالاتر از کاربران دیگر در جدول قرار گیرد. اگر مقصود کسب جوایز و منزلت رتبه‌های برتر جدول در میان نباشد، ما با نوع دیگری از کاربری در بازی مواجه هستیم که بیش از آنکه رقابت‌جو باشد، دلبسته جنبه‌های دیگری از تجربه بازی است (مثلاً تجربه تعامل اجتماعی در فضای گروه یا صفحه دوستان).
مقصود	عاملیت	مقصود، تعیین‌کننده این است که کاربر تا چه حد به «رقابت با دیگران» (عاملیت) پردازد. کاربر رتبه خود را در جدول با سایر کاربران می‌سنجد و امتیاز موردنیاز برای احراز رتبه‌های برتر جدول را تخمین می‌زند.

شاید چنین به نظر برسد که در موقعیت بلاغی «جدول پیش‌تازان»، عنصر غالب «صحنه» باشد؛ چراکه بازیکنان «به جبر محاسبات بازی»، در جدولی رتبه‌بندی می‌شوند. اما دلیل اصلی غالب دانستن عنصر «مقصود»، این واقعیت است که بازیکن می‌تواند بدون توجه به جدول و با در نظر گرفتن اهدافی دیگر در جهان بازی باقی بماند. درواقع، اگر «مقصود» بازیکن، او را متوجه جدول پیش‌تازان نکند، این جدول بی‌اهمیت خواهد بود.

غالب بودن عنصر «مقصود»، در چهارچوب نمایش‌گرایی منجر به ایجاد انگیزه‌های «عرفانی»^۱ می‌شود. عرفان در نگاه برک، چند ویژگی برجسته دارد. نخست اینکه تفکر عرفانی به دنبال رسیدن به «وحدت» است. دوگانگی و یا کثرت، عامل گمراهی از حقیقت واحد متعالی است و انسان در جستجوی ادغام شدن در یگانه حقیقت متعالی هستی است. زبان عرفانی، به همین مناسبت اغلب مبتنی بر «نفی» است که ذات امر قدسی را «بری» از صفاتی در نظر می‌گیرد که در ذهن آدمی شناخته‌شده هستند. این نفی‌گرایی به معنای آن نیست که «حقیقت واحد» جنبه‌های اثباتی ندارد؛ بلکه به این معناست که جنبه‌های اثباتی

1 mysticism

«حقیقت واحد» به دلیل محدودیت‌های ذهن بشر در فهم انسانی نمی‌گنجد (Burke, 1969).

کاربر در موقعیت بلاغی «جدول پیش‌تازان»، در معرض انگیزه‌هایی شبه‌عرفانی قرار می‌گیرد. او جایگاهی «عینی» در جدول دارد؛ اما جایگاهی «ذهنی» را نیز تصور می‌کند که باید به آن دست یابد و مدام جایگاه عینی‌اش را با آن مقایسه می‌کند. بر این اساس، او می‌خواهد از جایگاه فعلی به جایگاه مطلوب برسد. برای این منظور، ابزار «رقابت با دیگران» را به کار می‌گیرد تا جایگاه‌های عینی و ذهنی را هم‌نهشت سازد. رسیدن به این هم‌نهشتی یا این‌همانی، از مسیر «نفی» پیوسته جایگاه فعلی ممکن می‌شود (جایگاه کنونی، منعکس‌کننده سطح توانمندی من نیست!)؛ این «نفی» مستمر، حتی ممکن است پس از رسیدن به رتبه مطلوب نیز ادامه داشته باشد و در قالب تمایل برای افزایش فاصله با رقیبان نمود یابد.

این فرایند، قابلیت چشمگیری برای ایجاد «غوطه‌وری» دارد. غوطه‌وری، به معنای غرق شدن در دایره جادویی بازی است تا جایی که تمایز هویت بازی‌باز/بازیکن برای کاربر (هرچند به صورت موقت) دشوار شود. این امر ساحت دیگری از وحدت و یگانگی عرفانی را ایجاد می‌کند؛ میل به هم‌نهشت شدن و این‌همانی هویت واقعی با مجازی. در مسیر تحقق غوطه‌وری، همه دوگانگی‌ها میل به محو شدن در یکدیگر دارند: صحنه جهان واقعی در صحنه جهان مجازی بازی، زمان جهان واقعی در زمان جهان مجازی بازی، ابزار «سخت‌افزاری اجرای بازی» با ابزار «رقابت‌جویی» در جهان مجازی بازی و کنش آگاهانه «بازی کردن» در مقام بازی‌باز^۱ با کنش «کسب رتبه» در مقام بازیکن. همه این این‌همانی‌های شبه‌عرفانی، تحت تأثیر طراحی موقعیت بلاغی جدول پیش‌تازان ایجاد می‌شوند که در آن عنصر نمایشیک غالب، عنصر «مقصود» است.

۱ این همان وضعیتی است که در اشکال افراطی و روان‌پریشانه، با اختلالات روان‌شناختی همچون «بازی کردن اجباری» و «اعتیاد به بازی» امکان بروز پیدا می‌کند.

– فروشگاه

در صفحه فروشگاه، کاربر می‌تواند سکه، بلیت، آواتار، بستیکر و بابل چت را با پرداخت پول واقعی بخرد. او می‌تواند با پرداخت پول، شتاب‌دهنده نیز بخرد که باعث می‌شود تا دو برابر سریع‌تر از حالت معمول، با انجام بازی و کسب پیروزی ارتقای سطح یابد.

در صفحه فروشگاه، عناصر پنج‌گانه نمایشیک عبارت‌اند از:

کنشگر: کاربر / بازی‌باز

کنش: خرید دارایی مجازی

عاملیت: تغییر صحنه / هویت

صحنه: محدوده‌های پیرابازی / جهان واقعی

مقصود: دوام یافتن / ارتقا یافتن / دسترسی به قدرت‌های کمکی / منزلت یافتن در

جهان بازی.

جدول ۵. تحلیل پنج‌گانه نمایشیک در موقعیت بلاغی فروشگاه

رکن نمایشی تعیین‌کننده	رکن نمایشی پیرو	توضیح
مقصود	کنش	بقا در جهان بازی به دارایی‌های مجازی وابسته است که از طریق بازی کردن کسب می‌شوند. اما این دارایی‌ها را همچنین می‌توان در فروشگاه خرید. مقاصد دوام یافتن در بازی، تسریع ارتقا، تسهیل پیروزی در رقابت با دیگران با استفاده از انواع کمکی‌ها و منزلت یافتن در بازی به‌واسطه افزایش برد و ارتقای سطح سریع‌تر، نقشی تعیین‌کننده در تصمیم به انجام کنش خرید دارایی‌های مجازی دارد.
مقصود	صحنه	کاربر تحت تأثیر مقصودش از خرید دارایی‌های مجازی، باید وارد حساب کاربری خود در «کافه بازار» یا «مایکت» شود تا از آن طریق پول موردنیاز برای خرید درون‌برنامه‌ای را واریز کند؛ بنابراین، لازم است برای تأمین مقصود، موقتاً «دایره جادویی» را ترک کند و به صحنه جهان واقعی وارد شود.
مقصود	کنشگر	مقصود دستیابی به دارایی‌های مجازی بازی، موقتاً «کاربر/بازیکن» را به «بازی‌باز» تبدیل می‌کند تا از پول جهان واقعی برای به دست آوردن

رکن نمایشی تعیین‌کننده	رکن نمایشی پیرو	توضیح
		دارایی‌های مجازی بازی استفاده کند.
مقصود	عاملیت	مقاصدی نظیر بقا یا دوام یافتن در جهان بازی، ارتقای سطح پیدا کردن، دسترسی به قدرت‌های کمکی و افزایش منزلت در بین سایر کاربران بازی یا هم‌گروهی‌ها، کاربر را وادار می‌دارد تا از جهان مجازی بازی، موقتاً به جهان واقعی گذر کند و از داشته‌های خودش در جهان واقعی برای بهبود وضعیت خود مجازی‌اش بهره‌برداری کند.

غلبه عنصر «مقصود» و شکل‌گیری اندیشه عرفانی، در این موقعیت بلاغی نیز برجسته است. انگیزه تأمین مقصود، مستلزم ایجاد یگانگی و وحدت بین صحنه مجازی بازی و صحنه جهان واقعی، بین بازیکن و بازی‌باز، بین تصویر ذهنی بقا یا منزلت در جهان بازی و کیفیت حضور عینی در جهان بازی است.

- نمایه کاربری

در صفحه نمایه کاربری، امکانات متنوعی در اختیار کاربر است. کاربر می‌تواند برای خود آواتار انتخاب کند. عبارت کوتاهی برای معرفی خود یا برشی از دیدگاه‌هایش بنویسد. برای خود نام کاربری انتخاب کند یا آن را تغییر دهد. همچنین، آمار تعداد بازی‌های خود و درصد برد و باخت در هر کدام از شش بازی را مشاهده کند. کاربر در این صفحه می‌تواند در تنظیمات عمومی بازی تغییراتی اعمال کند. مثلاً امکان گفتگوی متنی هنگام بازی را محدود یا مسدود کند، دریافت یا ارسال درخواست دوستی را مسدود یا آزاد کند و یا دریافت برخی اعلان‌های مربوط به بازی را فعال یا محدود کند.

در صفحه نمایه کاربری، عناصر پنج‌گانه نمایشیک عبارت‌اند از:

کنش: ارزیابی عملکردها/ تغییر عکس/ تغییر نام کاربری/ نگارش خرده‌روایت شخصی/ اتصال به رایانامه/ تنظیمات

عاملیت: نوشتن/ مقایسه کردن/ تغییر صحنه/ انتخاب کردن/ خرج کردن سکه

صحنه: محدوده‌های پیرابازی/ جهان واقعی

کنشگر: کاربر/ بازی‌باز

مقصود: بازنمایی خود/ ارزیابی توانمندی‌ها/ مرتبط کردن هویت درون و بیرون بازی.

جدول ۶. تحلیل پنج‌گانه نمایشیک در موقعیت بلاغی فروشگاه

توضیح	رکن نمایشی پیرو	رکن نمایشی تعیین‌کننده
کاربر برای بازنمایی خود (مقصود) در قالب تصویر و کلام، نام کاربری‌اش را انتخاب می‌کند یا تغییر می‌دهد، خرده روایتی شخصی به آن می‌افزاید که در پایین عکس نمایش داده می‌شود و در نهایت عکسی برای صفحه نمایه خود انتخاب می‌کند که ممکن است از بین آواتارهای موجود در بازی باشد یا انتخاب عکسی شخصی از حافظه گوشی همراه خود. تمام این کنش‌ها تحت تأثیر مقصود «بازنمایی خود» انجام می‌شوند.	کنش	مقصود
کاربر به‌منظور مرتبط کردن هویت درون و بیرون بازی (مقصود)، حساب کاربری خود را به رایانامه خود متصل می‌کند. همچنین برای همین مقصود، می‌تواند عکسی از خودش و یا به انتخاب خودش را برای نمایه کاربری خود استفاده کند. در هر دو مورد، مقصود می‌تواند صحنه را تغییر دهد. کاربر از دایره جادویی بازی موقتاً خارج می‌شود و به حساب رایانامه‌اش در جهان واقعی یا به گالری عکس‌هایش در گوشی همراه خود وارد می‌شود.	صحنه	مقصود
فاصله‌گذاری کاربر بین هویت مجازی و واقعی به‌منزله «بازیکن» و «بازی‌باز»، متأثر از مقاصد بازنمایی خود، بازشناسی توانمندی‌ها و مرتبط کردن هویت درون و بیرون بازی است.	کنشگر	مقصود
مقاصد کاربر، تعیین‌کننده نحوه عاملیت اوست. اینکه کاربر چه مقصودی را دنبال می‌کند و دستیابی به این مقصود را چقدر مهم می‌داند، می‌تواند عاملیت او را جهت‌دهی کند و او را مجاب کند برای تحقق مقصود، از سکه‌هایش هزینه کند.	عاملیت	مقصود

وقتی مقصود کاربر «ارزیابی توانمندی‌ها» باشد، مراجعه به بخش «آمار» پیروزی‌ها و شکست‌ها در هر بازی، به کاربر نشان می‌دهد که در کدام بازی مهارت بیشتری دارد و احتمال غلبه او بر حریفان بیشتر است. این اطلاعات کمک می‌کند تا در آوردگاه‌هایی مثل

«لیگ هفتگی» یا «لیگ برد برد»، بازیکن بازی‌هایی را انتخاب کند که احتمال پیروزی‌اش بیشتر باشد. این داده‌ها زمینه‌ای ضروری برای هم‌نهیست‌سازی جایگاه عینی و ذهنی در رقابت‌های مختلف فراهم می‌کنند.

وقتی مقصود کاربر «مرتبط ساختن هویت درون و بیرون از بازی» باشد، مراجعه به صفحه تنظیمات، برای کنترل جنبه‌های اجتماعی بازی اهمیت می‌یابد. در قسمت تنظیمات، کاربر می‌تواند از بین گزینه‌های موجود انتخاب‌هایی کند که تعاملات اجتماعی برخط او را در زمان حضور در جهان بازی، ساماندهی کند. این انتخاب‌ها کاملاً شخصی است و هر کاربر، متناسب با ویژگی‌ها و ترجیحات اخلاقی خود آن‌ها را اختیار می‌کند. اینجا نیز شکل‌گیری نوعی «وحدت» میان هویت کاربر در مقام «بازی‌باز» و در مقام «بازیکن» مشهود است. گاهی ممکن است، بازی‌باز بخواهد رفتارهایی خارج از چهارچوب منش خود در جهان واقعی را در جهان بازی تجربه کند. این شکل از ساخت هویت به‌مثابه بازیکن نیز، جلوه‌ای از تمایلات هویت واقعی بازی‌باز است. درواقع، تمایل «گریز از خود واقعی» یا «گریز از قیود اخلاقی جهان واقعی» در هویت «بازی‌باز» نهفته است و در جهان مجازی بازی، مجال تحقق پیدا می‌کند.

– صفحه دوستان

در صفحه دوستان، کاربر می‌تواند ببیند با کدام کاربران دوست است و راه ارتباط با کدام کاربران را مسدود کرده است. علاوه بر این، کاربر می‌تواند بر اساس نام کاربری، در محیط بازی جستجو کند و ببیند کاربری با نام مدنظر او در جهان بازی وجود دارد یا خیر. او می‌تواند برای کاربران مدنظرش، درخواست دوستی بفرستد و اگر آن کاربر، دریافت درخواست دوستی را مسدود نکرده باشد، این درخواست را دریافت و رد یا تأیید می‌کند.

عناصر پنج‌گانه نمایشیک در صفحه دوستان، عبارت‌اند از:

کنشگر: کاربر / بازیکن

کنش: گفتگوی متنی، بازی دوستانه، جستجوی دوستان

عاملیت: نوشتن / انتخاب کردن

صحنه: جهان بازی / محدوده‌های پیرابازی

مقصود: تنظیم و برقراری تعامل اجتماعی بین‌افردی / رقابت دوستانه یا تمرینی.

جدول ۷. تحلیل پنج‌گانه نمایشیک در موقعیت بلاغی صفحه دوستان

رکن نمایشی تعیین‌کننده	رکن نمایشی پیرو	توضیح
کنش	مقصود	تقدم کنش بر مقصود، با نمود شکل خاصی از آزادی عمل احراز می‌شود که کاربر در صفحه دوستان با آن روبروست. او در برقراری تعامل با دوستان مختلف، آزاد است و با انتخاب‌هایی متفاوت روبروست که هر کدام ممکن است شکل متفاوتی از تعامل اجتماعی را محقق کند. درباره جستجوی دوستان نیز همین گستردگی آزادی عمل مشهود است. همچنین، برای انجام بازی دوستانه، اشکال متفاوتی از اهداف ارتباطی، سرگرمی و مهارت‌آموزی تحت تأثیر نوع کنش او محتمل است. برای مثال، یک بازی دوستانه می‌تواند همراه با گپ زدن در قالب کری خواندن و شوخی کردن باشد و بازی دوستانه دیگری همراه با گپ زدن‌های آموزشی و انتقال تجربیات مهارتی بازی؛ بنابراین سرشت کنش، تعیین‌کننده سرشت مقصود است.
کنش	صحنه	کنش کاربر، صحنه کنشگری او را تعیین می‌کند. اگر کنش جستجوی دوستان یا گپ زدن باشد، در جهان پیرابازی می‌ماند و در صورتی که کنش رقابت دوستانه یا تمرینی باشد، وارد صحنه درون‌بازی خواهد شد؛ همچنین هنگام رقابت دوستانه، با گپ زدن متنی ممکن است در رفت‌وبرگشت میان محدوده‌های درون‌بازی و پیرابازی قرار گیرد.
کنش	کنشگر	کنش عاملی است که از «کنشگر»، یک «کاربر» یا یک «بازیکن» می‌سازد. کاربر، عموماً در محیط پیرابازی باقی می‌ماند؛ اما بازیکن سعی می‌کند با تبعیت از رویه‌های میدان اصلی بازی، بر نتیجه آن تأثیرگذار باشد. آزادی عمل در انجام کنش، این فرصت را ایجاد می‌کند که کنشگر، هم‌زمان ویژگی‌هایی از کاربر و بازیکن را باهم و به شیوه‌هایی مختلف، بروز دهد.
کنش	عاملیت	کنش کاربر، تعیین‌کننده نحوه عاملیت اوست. اینکه کاربر چه کنشی را آزادانه برمی‌گزیند، عاملیت و ابزارهای او را تعیین می‌کند.

غلبه داشتن عنصر کنش در چهارچوب نمایش گرایي، به معنای تفوق انگیزه‌های

واقع‌گرایانه است. واقع‌گرایی در نظر برک، ملازم است با درگیر ساختن عقل متعارف به‌منظور فهم تجاربی که به‌واسطه معانی مشترک، افراد را به شیوه‌هایی پویا به یکدیگر پیوند می‌دهند. در این چهارچوب فلسفی، «بلاغت کیفیتی خلاقه دارد و کنش بلاغی به خدمت خلق شیوه‌های جدید آزمودن، فهمیدن و ارزش‌گذاری تجربه انسان درمی‌آید» (Stoner, 2020: 204). اساساً «در ذات کنش، خلاقیت و مولد بودن متجلی است» (Burke, 1969: 249).

داشتن دوست در بازی دو کارکرد دارد. کارکرد اول گفتگوی دوستانه در محیط پیرابازی است. کاربر بازی با مراجعه به صفحه «دوستان» می‌تواند از برخط بودن آن‌ها مطلع شود (البته اگر دوستانش در صفحه تنظیمات، چراغ مربوط به برخط بودن را غیرفعال نکرده باشند). گفتگوی دوستان ممکن است درباره مسائل مختلفی، از جمله خود بازی و قلق‌های آن باشد و حتی ممکن است به برنامه‌ریزی برای یک یا چند بازی دوستانه بینجامد. اینجا کارکرد دوم دوستان در بازی روشن می‌شود که همان انجام بازی‌های دوستانه و تمرینی است. خبر خوب این است که برای بازی دوستانه نیازی به خرج کردن «بلیت» نیست و نتیجه بازی‌های دوستانه در آمار کاربران لحاظ نمی‌شود.

اینکه بازی‌های دوستانه بدون بلیت انجام می‌شوند، مهم است؛ چراکه به این معناست که این نوع از رقابت، بیرون از مناسباتی تعریف شده است که اقتصاد جهان بازی را به پول رایج در جهان واقعی پیوند می‌دهد. اینجا بازی کردن با دیگری، فارغ از دغدغه دوام آوردن در جهان بازی، به‌صورت سرگرمی محض یا میدانی برای تمرین، به اشتراک گذاشتن یا آزمودن مهارت‌ها^۱ تجربه می‌شود. محوریت داشتن کنش، در صفحه دوستان و محدود نبودن کنش به رویه‌های درون‌پرداخت بازی، شکلی از آزادی عمل خلاقانه را ایجاد می‌کند که با جریان اصلی بازی متفاوت است. با توجه به نوع کنش، تجربه‌های کاربری متنوعی از تعامل با دوستان در قالب بازی دوستانه بروز می‌یابد.

۱ مرور کردن روش‌های خاص بازی‌هایی نظیر نقطه خط، متللو و به اشتراک گذاشتن نقشه‌های خاصی در بازی بتل شیپ در بازی‌های دوستانه، متداول است.

- صفحه گروه

صفحه گروه محیطی است که کاربر می‌تواند در آن هم گروهی‌های خود را بشناسد و با آن‌ها به صورت جمعی ارتباط برقرار کند. او می‌تواند با خرید «نوبت» برای حضور در رقابت‌های گروهی اعلام آمادگی کند و همچنین آمار رقابت‌های گروهی پیشین گروه را مشاهده کند.

پنج‌گانه نمایشیک در صفحه گروه عبارت است از:

کنش: ارزیابی عملکرد گروه/ گفتگو با اعضای گروه/ نوبت‌گیری برای رقابت گروهی/ شرکت در رقابت گروهی و دنبال کردن آن
کنشگر: بازیکن معاشرت‌جو/ بازیکن رقابت‌جو
صحنه: محدوده‌های پیرابازی/ جهان بازی
مقصود: تجربه هیجان/ ایجاد روایت شخصی/ کسب منزلت و بازنمایی خود/ تنظیم و برقراری تعامل اجتماعی جمعی
عاملیت: انتخاب کردن/ نوشتن/ خرج کردن سکه

جدول ۸. تحلیل پنج‌گانه نمایشیک در موقعیت بلاغی صفحه گروه

توضیح	رکن نمایشی پیرو	رکن نمایشی تعیین‌کننده
کنشگری کاربر، سرشت کنش او را تعیین می‌کند. اگر کنشگری کاربر مبتنی بر جستجوی تجربه هیجان بازی گروهی باشد، اقدام به «خرید نوبت» می‌کند. در زمان‌هایی که ساعت برگزاری رقابت گروهی نزدیک نیست، صفحه گروه، به محل برقراری تعامل اجتماعی تبدیل می‌شود و کاربران معاشرت‌جو باهم درباره هر چیزی گپ می‌زنند.	کنش	کنشگر
کنشگری کاربر، تعیین‌کننده صحنه است. نوع کنشگری می‌تواند کاربر را در محدوده پیرابازی (محیط گپ و گفت جمعی) یا در جهان درون‌بازی (رقابت گروهی) درگیر کند.	صحنه	کنشگر
سرشت کنشگری می‌تواند مقاصد متفاوتی را برآورده کند. کنشگر ممکن است در محیط پیرابازی باقی بماند و آنجا به بازنمایی خود یا خلق روایت‌های شخصی مشغول شود یا زمینه‌ای برای برقراری تعامل‌های	مقصود	کنشگر

رکن نمایشی تعیین‌کننده	رکن نمایشی پیرو	توضیح
		اجتماعی با اعضای گروه را فراهم کند. همچنین کنشگر می‌تواند با تبعیت از رویه‌های اصلی رقابت در بازی گروهی، بر نتیجه آن تأثیرگذار باشد و از این طریق برای ارتقای منزلت خود بین اعضای گروه بکوشد.
کنشگر	عاملیت	سرشت کنشگری بازیکن رقابت‌جو، «تجربه هیجان» و «خرج کردن سکه» برای دریافت نوبت شرکت در رقابت گروهی را توجیه می‌کند. سرشت کنشگری بازیکن معاشرت‌جو، «نوشتن پیام متنی» در صفحه گپ و گفت گروه را به‌منظور بازنمایی خود توجیه کند.

تفوق کنشگری بر سایر عناصر نمایشیک به معنای غلبه انگیزه‌های ایدئالیستی است. ایدئالیسم در نظر برک، نقطه مقابل واقع‌گرایی در نظر گرفته می‌شود. برک با ارجاع به دانشنامه بریتانیکا، می‌نویسد: «بر فراز همه ویژگی‌ها، یک رکن شناخت‌شناسانه را باید مورد توجه قرار داد که بر مبنای آن ایدئالیسم، این موضع را اتخاذ می‌کند که مجزای از فعالیت خود یا سوژه اندیشنده (فاعل شناسا) در قالب واکنش حسّی یا تعلق عاطفی و یادمان یا تخیل یا قضاوت و استنتاج، جهانی از اشیا (یا محمولات) وجود نتواند داشت» (Burke, 1969: 171). برک بر آن است که «فلسفه‌های ایدئالیستی، با مقولات مفهومی چون «نفس ۱»، «خود ۲»، «فرا نفس ۳»، «خود آگاهی ۴»، «اراده ۵»، «من تعمیم‌یافته ۶»، «ذهنی ۷»، «ذهن ۸»، «روح یا معنویت ۹»، «ابر روح ۱۰» و هر «ابر شخصیتی ۱۱» همچون کلیسا، نژاد و ملت سروکار دارد. معمولاً انسان‌دیی کردن و کاربرد صنعت تشخیص درباره ادوار تاریخی، جنبش‌های فرهنگی و نظایر آن‌ها، از نشانگرهای اندیشه ایدئالیستی است»

-
- 1 the ego
 - 2 the self
 - 3 the super-ego
 - 4 consciousness
 - 5 will
 - 6 generalized I
 - 7 subjective
 - 8 mind
 - 9 spirit
 - 10 oversoul
 - 11 super-person

(Burke, 1969: 171).

ایدئالیسم، تفسیر یا سوء تفسیری مبتکرانه به واقعیت اضافه می‌کند؛ چیزی همسان فریب یا همسنگ نبوغ. همچنین ایدئالیسم، از طریق ساخت‌دهی به ایده‌ها، به همگن‌سازی^۱ جامعه پیرامون مفاهیم ذهنی (همچون مفاهیم حقوقی، اقتصادی، اجتماعی) کمک می‌کند. این مفاهیم، ابزارهایی هستند که استمرار و انتظام جامعه را ممکن می‌سازد. بر این اساس، گذر از واقع‌گرایی به ایدئالیسم، یک روند تاریخی اجتماعی است که با ابزارهایی از جنس ایده‌ها و مفاهیم ذهنی تحقق می‌یابد.

کنش، امر خلاقه و کنشگر، موجودی آفریننده است. کنش و کنشگر، از این بابت بسیار به هم شبیه‌اند و به‌سختی می‌توان آن‌ها را از یکدیگر تفکیک کرد. باوجود این، راهنماهایی ظریف برای تفکیک آن‌ها از هم وجود دارد. کنش، اغلب فیزیکی است و با ایجاد تغییر و افزودن یا کاستن چیزی در محیط عینی مرتبط است. کنشگر، تفسیرگر است و با تفسیر ذهنی محیط عینی، در آن ایجاد تغییر می‌کند (نه با افزودن یا کاستن چیزی عینی در آن). کنش در موقعیت‌هایی حرف اول را می‌زند که عینیت و موجودیت‌های ملموس، ارکان تعیین‌کننده اصلی بروز تحول در موقعیت باشند. برعکس، کنشگر در موقعیت‌هایی برجسته است که طرح‌ها و طرح‌واره‌های ذهنی، رکن تعیین‌کننده اصلی در بروز تحول در موقعیت محسوب شود. به همین دلیل غلبه کنش بر سایر عناصر نمایشیک، انگیزه‌های واقع‌گرایانه و تفوق کنشگر بر سایر عناصر نمایشیک، انگیزه‌های ایدئالیستی را تقویت می‌کند.

مهم‌ترین جنبه تجربه صفحه گروه، مربوط به دقایق منتهی به آغاز رقابت گروهی است. مدیر یا معاونان گروه نقش پررنگی در این دقایق ایفا می‌کنند. آن‌ها در صفحه گفتگوی گروهی، با تعامل سایر اعضا تعیین می‌کنند که هر بازیکن، انجام کدام بازی را بر عهده بگیرد. با شروع رقابت، اعضا می‌توانند به‌طور هم‌زمان نتایج رقابت هم‌گروهی‌هایشان را دنبال کنند. پس از اتمام رقابت‌ها، معمولاً گفت‌وگوی کوتاهی درباره اتفاقات هر بازی، بین شرکت‌کنندگان شکل می‌گیرد. تمام این فرایند حدود ۱۵ تا ۲۰ دقیقه طول می‌کشد و

¹ unification

همین مدت کوتاه، نقطه عطف حضور کاربر در صفحه گروه را رقم می‌زند.

جمع‌بندی یافته‌ها

موقعیت‌های بلاغی در بازی‌های رایانه‌ای برخط درون‌پرداخت به سه دسته کلی قابل دسته‌بندی هستند: موقعیت‌های بلاغی پیشابازی، پیرابازی و درون‌بازی. در جریان مطالعه موردی بازی «بازم بازی»، هشت موقعیت بلاغی در محیط‌های پیرابازی شناسایی شد (جدول ۸). محیط‌های پیرابازی نقش مهمی در ایجاد انگیزه برای همبود شدن کاربران دارند. انتخاب‌هایی که در این محیط‌ها برای کاربران در دسترس است، انگیزه‌های متفاوتی به‌منظور همبود شدن کاربران در همبودگاه‌های مختلف جهان بازی ایجاد می‌کند.

جدول ۸. جمع‌بندی تحلیل پنج‌گانه نمایشیک در موقعیت‌های بلاغی محیط‌های پیرابازی «بازم

بازی»

ردیف	موقعیت بلاغی پیرابازی	عنصر نمایشیک غالب	نوع انگیزه ایجادشده
۱	دریافت اعلان	صحنه	جبر گرایانه (ماده گرایانه)
۲	گردونه شانس	عاملیت	عمل گرایانه
۳	هدیه	عاملیت	عمل گرایانه
۴	صفحه دوستان	کنش	واقع گرایانه
۵	صفحه گروه	کنشگر	ایدئالیستی
۶	نمایه کاربری	مقصود	عرفانی
۷	جدول پشندان	مقصود	عرفانی
۸	فروشگاه	مقصود	عرفانی

غلبه عنصر نمایشیک «مقصود» که انگیزه‌های عرفانی را برمی‌انگیزد، در موقعیت‌های بلاغی محیط‌های پیرابازی «بازم بازی»، مشهود است. کاربران اغلب در موقعیت‌هایی قرار می‌گیرند که آن‌ها را با انگیزه‌هایی شبه‌عرفانی، همبود می‌سازد و بر نفی دوگانگی میان جهان واقعی و جهان مجازی بازی و همچنین میان هویت واقعی (به‌مثابه بازی‌باز) و هویت مجازی (به‌منزله بازیکن) تأکید می‌کند. همچنین موقعیت‌های بلاغی که در آن‌ها عنصر نمایشیک غالب «عاملیت» است، دو بار تکرار شده است. غلبه عنصر «عاملیت» انگیزه‌های

عمل‌گرایانه را برای همبود شدن کاربران فرامی‌خواند که از یکسو بر «یکسان‌انگاری مادیت و مطلوبیت» تأکید دارد و از سوی دیگر با «فروکاستن ذات اجزا» ی محیط به نشانه‌هایی برای مصرف شدن همراه است. به این ترتیب، غلبه انگیزه‌های شبه‌عرفانی و عمل‌گرایانه به واسطه طراحی موقعیت‌های بلاغی در محیط‌های پیرابازی، هم‌افزایی معناداری را برای همبودسازی کاربران «بازم‌بازی» نشان می‌دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

سیطره ترکیب انگیزه‌های عرفانی و عمل‌گرایانه بر کیفیت تأثیرگذاری سایر انگیزه‌ها و جنبه‌های تجربه کاربری در جهان بازی سایه می‌اندازد. کاربر اجزای درون دایره جادویی بازی را همچون نشانه‌هایی گذرا با مطلوبیت موقت مصرف می‌کند و می‌کوشد تمایز میان خود واقعی و مجازی، میان وضعیت کاربری عینی و ذهنی و میان جهان واقعی و مجازی را بر اساس گزاره‌های نفی‌گرایانه، محو کند. این ترکیب ممکن است به واسطه موقعیت‌های بلاغی مختلف، مصرف‌گرایی متظاهران و ناپایداری رفتاری ناشی از منفعت‌طلبی را در کاربران ترغیب و نهادینه کند. از یکسو رفتارهایی چون خرید بابل‌چت‌ها، بارگذاری تصاویر شخصی در نمایه کاربری و خرید بستیکرهای مختلف که همگی هزینه‌برند ولی صرفاً جنبه تزئینی و ظاهرسازی دارند؛ و از سوی دیگر، امکان مهاجرت سریع بازیکنان در بین گروه‌های مختلف در بازی که به ناپایداری هویت گروه‌ها و تعاملات اجتماعی در چهارچوب گروه می‌انجامد، نمودهای روشنی در تأیید این تحلیل هستند.

از دیدگاه نظری، پیشنهاد می‌شود از روش نمایش‌گرایی برای تحلیل موقعیت‌های بلاغی درون‌بازی استفاده شود و تأثیر متقابل موقعیت‌های بلاغی محیط‌های پیرابازی و درون‌بازی مطالعه گردد. همچنین تحلیل دریافت کاربران و مقایسه آن با یافته‌های تحلیل‌های بلاغی، دید جامع‌تری از ارزش بلاغی و تأثیرگذاری فرهنگی بازی‌ها از طریق همبودسازی کاربران فراهم می‌کند. ممکن است سازندگان بازی همبودگاه‌های بازی را به منظور گونه‌شناسی کاربران فعال در بازی، با ادبیاتی کسب‌وکاری-روانشناختی (همچون تیپ‌ها یا پرسونا‌های مختلف مصرف‌کنندگان) شناسایی و دسته‌بندی کنند، اما وجه

اجتماعی-ارتباطی همبودگاه‌ها در محیط بازی کمرنگ و مبهم باقی مانده و کاربران تصور منسجمی از ابعاد همبود شدن خود متأثر از فعالیت‌هایشان در محیط‌های پیرابازی و درون‌بازی به‌دست نمی‌آورند.

از دیدگاه عملی، پیشنهاد می‌شود با تصریح سرشت و ویژگی‌های همبودگاه‌ها برای کاربران در جهان مجازی بازی، احساس تعلق آنان به جهان بازی و وفاداری‌شان نسبت به آن تقویت شود. اصلاح برخی از قواعد بازی نیز ممکن است بر کیفیت همبودگاه‌های کاربران تأثیرگذار باشد. مثلاً در نظر گرفتن محدودیت‌هایی برای عضویت در یا خروج از یک گروه، ممکن است نگاه منفعت‌طلبانه و استفاده ابزاری از حضور در گروه‌های مختلف را تعدیل کند. همچنین پیچیده‌تر کردن محیط‌های پیرابازی و افزایش تعداد موقعیت‌های بلاغی‌ای که به برجسته‌سازی نقش «کنش» (انتخاب و تصمیم) کاربر بینجامد، می‌تواند تحولات معناداری در کیفیت تجربه کاربری از حضور در همبودگاه‌های مختلف بازی ایجاد کند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Ariyan Taheri

Ali Asghar Kiya

Masoud Kowsari



<https://orcid.org/0009-0007-9122-7225>



<https://orcid.org/0000-0002-7162-0771>



<https://orcid.org/0000-0002-3500-0006>

منابع

پل، کریستوفر. (۱۴۰۳). معنی (مترجمان: مهدی کاشفی فرد و نازنین نوری). در *دستینه مطالعات بازی‌های رایانه‌ای راتلج* (ویراستاران: مارک ولف و برنارد پرون). تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.

کوثری، مسعود؛ حسینی، سیدبشیر؛ طاهری، آرین و علیدادی، مسعود. (۱۳۹۸). کاربرد منطق دو ارزشی در تحلیل کارکرد رسانه‌ای بازی‌های هدفمند. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۵ (۱۹)،

۸۵-۱۱۶. <https://doi.org/10.22054/nms.2020.34055.538>

References

- Arsenault & Perron, (2009). In the Frame of the Magic Cycle: The Circle(s) of Gameplay. In B. Perron & M. J. P. Wolf (eds.) *The Video Game Theory Reader 2*. NY: Routledge, pp. 109-132.
- Blakesley, D. (2002). *The Elements of Dramatism*. Boston: Longman.
- Bogost, I. (2006). *Unit operations: an approach to videogame criticism*. MA: MIT Press.
- Brock, K. (2019). *Rhetorical Code Studies: Discovering Arguments In and Around Code*. MI: University of Michigan Press.
- Burke, K. (1969). *A grammar of motives*. Berkeley: University of California.
- Crawford, C. (1984). *The Art of Computer Game Design*. New York: Osborne.
- Foss, K. A. (2009). Rhetorical Theory. In S. Littlejohn & K. A. Foss (eds.), *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage, 853-857 pp.
- Foss, S. K. (2018). *Rhetorical Criticism: Exploration and Practice*. Long Grove, Illinois: Waveland Press Inc.
- George, A. (2018). *Kenneth Burke's Permanence and Change: A Critical Companion*. Columbia, South Carolina: University of South Carolina Press.
- Hodent, C. (2021). *The Psychology of Video Games*. NY: Routledge.
- Huizinga, J. (1971). *Homo ludens*. New York: Beacon.
- Perinbanayagam, R. (2017). *The Rhetoric of Emotions: A Dramatistic Exploration*. NY: Routledge.
- Salen, K. & Zimmerman, E. (2004). *Rules of Play*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Stoner, M. (2020). *Making Sense of Messages: A Critical Apprenticeship in Rhetorical Criticism*. NY: Routledge.

- Young, A. M. (2017). Rhetorical and Dramatism Analysis. In M. Allen (ed.) The Sage Encyclopedia of Communication Research Methods. London: Sage Publication Ltd, pp. 1491-1494.
- Zimmerman, E. (2009). Gaming Literacy: Game Design as a Model for Literacy in the Twenty-First Century. In B. Perron & M. J. P. Wolf (eds.) The Video Game Theory Reader 2. NY: Routledge, pp. 23-32.

References (In Persian)

- Paul, C.A. (1403). Meaning. In M. J. P. Wolf & B. Perron (eds.) The Routledge companion to video game studies. Mahdi Kashefifard and Nazanin Nouri. Tehran. Research Center for Islamic Culture and Art (RCICA).
- Kowsari, M., Hosseini, S. M., Taheri, A. & Alidadi, M. (1398). Applying binary logic to analysis of media function of serious games. Journal of New Media Studies, 5(19), 85-116.
<https://doi.org/10.22054/nms.2020.34055.538>

استناد به این مقاله: طاهری، آرین، کیا، علی‌اصغر، کوثری، مسعود. (۱۴۰۴). تحلیل موقعیت‌های بلاغی در محیط‌های پیرابازی بازی‌های برخط درون‌پرداخت: مطالعه موردی «بازم بازی»، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۱(۴۴)، ۴۱-۱.
DOI: 10.22054/nms.2026.84950.1824.



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..