

عنوان مقاله:

الگوی ارزش های ادراکی در مخاطبان پلتفرم های بازی های دیجیتال

محل انتشار:

فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره 12، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

سیدمحمدعلی سیدحسینی - کاندیدای دکترای علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

پویان نژادی - دانش آموخته کارشناسی ارشد آمار محض، دانشکده ریاضی، آمار و علوم رایانه، دانشگاه تهران، تهران، ایران

حامد نصیری - کاندیدای دکترای مدیریت تکنولوژی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

افزون بر اینکه بازی های دیجیتال یک صنعت با سرعت رشد بالا به شمار می آیند، آن ها را می توان از مصداق های مدرن ترین و پیچیده ترین رسانه های جهان امروز در نظر گرفت؛ رسانه ای که تعامل با مخاطب خود را به بالاترین حد ممکن می رساند و به همین سبب از اثربخشی قابل توجهی برخوردار است. یک رسانه با چنین سطحی از اثرگذاری، بستر مناسبی برای انتقال مفاهیم فرهنگی و ارزشی به شمار می آید و به همین سبب، درک رابطه تعاملی بازیکن، به عنوان مخاطب، با این رسانه منحصر به فرد، حیاتی به نظر می رسد. با این هدف در مقاله حاضر یک الگوی پنج بعدی با ابعاد ارزش های ادراکی کارکردی، پولی، هیجانی، اجتماعی، و نوآورانه برای شناخت ارزش های ادراک شده از سه پلتفرم رایانه، موبایل، و کنسول برای بازی های دیجیتال تدوین شده و سپس به کمک داده های به دست آمده از پیمایش ملی انجام شده در مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال با 6232 نمونه آماری، اختلاف میان این ابعاد درون هر پلتفرم و میان پلتفرم ها، بررسی شده است. نتایج به دست آمده نشان می دهد که ضمن اینکه ابعاد ادراک شده در هر پلتفرم، تفاوت معناداری با یکدیگر دارند، الگوهای ارزش ادراکی در میان پلتفرم ها نیز با هم متفاوت هستند و مهم ترین عامل ایجاد این تفاوت، ادراک بالای بعد ارزش اجتماعی در پلتفرم کنسول است. شناخت حاصل از تحلیل های این مقاله می تواند به بهره برداری از بازی های دیجیتال به عنوان یک رسانه انتقال دهنده ارزش کمک کند.

کلمات کلیدی:

رسانه فرهنگی، بازیکن بازی دیجیتال، پلتفرم موبایل، پلتفرم کنسول، پلتفرم رایانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/890458>

