



تحلیل و تبیین رابطه علی میان بازی برخط (آنلاین) کلش آو کلنز و تغییرات رفتاری بازیکنان

حمید عبداللهیان*

منصوره عطاخانی**

چکیده

این مقاله به تحلیل، تبیین و تفسیر رابطه علی و مستقیم میان میزان رفتاری بازیکنان در بازی کلش آو کلنز^۱ و تغییرات رفتاری آنان می‌پردازد و نشان می‌دهد که نظام ارتباطات فرد در بین دوستان و افراد خانواده به مسئله اجتماعی منتهی می‌شود. در اینجا تلاش شده است تا الگوهای رفتاری (ترویج بازی در میان اعضای خانواده، وقت‌گذرانی، رفتارهای اعتیاد به بازی، تشویق دیگران، صرف هزینه و...) بازیکنان این بازی برخط مورد تحلیل و تفسیر قرار بگیرد، به گونه‌ای که به بسیاری از پرسش‌ها درباره بازی‌های برخط پاسخ داده شود. در بحث زیر ابتدا مسئله این پژوهش مطرح می‌شود تا ابعاد علمی مسئله شفاف‌تر بیان شود.

کلیدواژه‌ها: کاشت، یادگیری، کلش آو کلنز، اعتیاد، دوستان و خانواده

* استاد گروه ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران؛ نویسنده مسئول habdolah@ut.ac.ir

** دانش‌آموخته کارشناسی ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

طرح مسئله

برای فهم مسئله بازی‌های جدید در فضای مجازی باید به سال‌ها قبل رجوع کرد که گوشی‌های همراه در حال تبدیل شدن به فضای سرگرمی می‌شدند. مصطفی آب روشن (۱۳۹۴)^۱ در مصاحبه‌ای در سال ۱۳۹۴ که این بازی در ایران در حال گسترش بود، اظهار می‌دارد:

بر مبنای پژوهش‌های به عمل آمده نزدیک به بیست و دو درصد کودکان ۶ تا ۹ ساله، شصت درصد کودکان ۱۰ تا ۱۴ ساله و تقریباً هشتاد و چهار درصد از کودکان ۱۵ تا ۱۸ ساله دارای تلفن همراه هستند و این پدیده اجتماعی را می‌توان به عنوان یک معضل جهانی تلقی کرد. به عنوان مثال، در تحقیقی که در آمریکا صورت گرفته مشخص گردید که ۳۷ درصد کاربران تلفن همراه گفته‌اند که بدون این شیوه ارتباطی قادر به ادامه زندگی نیستند. همچنین بسیاری از نوجوانان ترجیح می‌دهند با دوستان خود از طریق تلفن و شبکه‌های اجتماعی رابطه داشته و کمتر همدیگر را ملاقات کنند.

اکنون در سال ۱۴۰۱ میزان کاربرد گوشی همراه در ایران حدود ۵۸/۲ میلیون نفر است و ضریب نفوذ آن حدود ۶۹ درصد است.^۲ در چنین شرایطی گسترش بازی‌ها بیش از پیش قابل پیش‌بینی است، به گونه‌ای که با یک مشاهده مردم‌نگارانه در خطوط مترو، دانشگاه‌ها، قهوه‌خانه‌ها و در سایر مکان‌های عمومی می‌توان چنین گسترشی را مشاهده کرد.

1 <https://www.bartarinha.ir/%D8%A8%D8%AE%D8%B4-%D8%B3%D8%A8%DA%A9-%D8%B2%D9%86%D8%AF%DA%AF%DB%8C-3/239826-%DA%A9%D9%84%D8%B4-%D8%A2%D9%88-%DA%A9%D9%84%D9%86%D8%B2-%DA%86%D9%86%D8%AF-%D9%85%DB%8C%D9%84%DB%8C%D9%88%D9%86-%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86%DB%8C>
2 <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1400/08/13/2601520/%D8%B6%D8%B1%DB%8C%D8%A8-%D9%86%D9%81%D9%88%D8%B0-69-%D8%AF%D8%B1%D8%B5%D8%AF%DB%8C-%D8%AA%D9%84%D9%81%D9%86-%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D9%87%D9%88%D8%B4%D9%85%D9%86%D8%AF-%D8%AF%D8%B1-%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86-%D9%85%DB%8C%D8%A7%D9%86%DA%AF%DB%8C%D9%86-%D8%B3%D8%B1%D8%B9%D8%AA-%D8%AF%D8%A7%D9%86%D9%84%D9%88%D8%AF-%D8%A7%DB%8C%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-%D9%85%D9%88%D8%A8%D8%A7%DB%8C%D9%84-%D8%AF%D8%B1-%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86-%DA%86%D9%82%D8%AF%D8%B1-%D8%A7%D8%B3%D8%AA>

در این شرایط، مطالعه رابطه علی میان بازی برخط (آنلاین) کلش آو کلنز و تغییرات رفتاری بازیگران، اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌آید. این بازی در ایران در سال‌های ۱۳۹۴ و بعد از آن به یکی از پرطرفدارترین بازی‌ها بدل شده بود^۱. تعداد بازیگران برخط آن در ساعت ۵ و پانزده دقیقه روز ۶ بهمن ۱۴۰۱ در جهان حدود 851564 بود که نشان‌دهنده حجم بازیگران آن در هر لحظه بوده و هست. آمریکا، ترکیه، چین، آلمان و روسیه در رأس کشورهای قرار دارند که این بازی در آنها بیش از سایر کشورها رواج دارد^۲. در سال ۱۳۹۶ حدود ۵/۵ میلیون نفر در ایران آن را بازی می‌کردند^۳. این بازی در سال ۱۴۰۱ در ایران از دور خارج شد، اما کماکان توسط بسیاری از علاقه‌مندان بازی می‌شود^۴. در ایران هنوز هم حدود شش میلیون نفر آن را بازی می‌کنند. ۳۸ درصد از این افراد بین ۱۵ تا ۲۰ سال سن دارند. این بازی در سال ۱۳۹۷ پرطرفدارترین بازی بوده است^۵. ضمناً بیکاران، چهار برابر شاغلان و مردان بیش از زنان آن را بازی می‌کنند^۶. چهل درصد بازیگران حداقل شش ساعت در روز بازی می‌کنند. بنابراین به نظر می‌رسد که مسئله‌ای ارتباطی و اجتماعی در ایران بر سر این بازی وجود دارد که باید با روش‌های دانشگاهی مورد مطالعه و ارزیابی قرار بگیرد.

منصوره عطاخانی به عنوان یکی از محققان این پژوهش خودش و اعضای خانواده‌اش

-
- 1 <https://blog.faslineh.com/post/%D8%A2%D9%85%D8%A7%D8%B1-%D9%88-%D8%A7%D8%B1%D9%82%D8%A7%D9%85-%D8%AA%D8%A7%D8%B2%D9%87-%D8%A7%D8%B2-%D8%AA%D8%B9%D8%AF%D8%A7%D8%AF-%DA%AF%DB%8C%D9%85%D8%B1%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86%DA%A9%D9%84%D8%B4-%D8%A2%D9%88-%DA%A9%D9%84%D9%86%D8%B2-%D9%BE%D8%B1%D8%B7%D8%B1%D9%81%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D8%B1%DB%8C%D9%86-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%DB%8C-%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86>
 - 2 <https://playercounter.com/clash-of-clans/>
 - 3 <https://tehrasa.com/2015/09/21/5-5-million-iranian-players-on-clash-of-clans/#:~:text=%E2%80%9Cright%20now%2C%20more%20than%205.5,and%20games%20purchased%20by%20Iranians.>
 - 4 <https://gameworldobserver.com/2022/10/11/iran-blocks-clash-of-clans-chat-to-coordinate-protests>
 - 5 <https://financialtribune.com/articles/sci-tech/53179/6m-iranians-hooked-to-clash-of-clans>
 - 6 <http://sahebkhavar.ir/news/16364888/%D8%A2%D9%85%D8%A7%D8%B1-%D9%88-%D8%A7%D8%B1%D9%82%D8%A7%D9%85-%D8%B9%D8%AC%DB%8C%D8%A8-%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86%DB%8C-%D9%87%D8%A7-%D8%AF%D8%B1-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%DB%8C-%DA%A9%D9%84%D8%B4-%D8%A2%D9%88-%DA%A9%D9%84%D9%86%D8%B2>

سال‌ها درگیر این بازی بوده‌اند و هنگامی که در دانشکده علوم اجتماعی مشغول به تحصیل در رشته ارتباطات شد، متوجه اثرگذاری این بازی بر خود و خانواده و دوستانش شد و این دغدغه شخصی موجب گردید تا به طور مشترک یک مطالعه پژوهشی مردم‌شناختی و پیمایشی درباره این پدیده انجام دهیم. علاوه بر این، چنین به نظر می‌آید که این مسئله حتی به نقش پدیدارشناسانه یکی شدن کنشگران با عناصر داخلی بازی نیز مربوط است، زیرا آنها را بیش از اندازه از زندگی واقعی دور می‌کند. این پدیده چه از منظر دیدگاه نظری کاشت و چه از منظر نظری یادگیری اجتماعی به مثابه یک مسئله قابل تبیین شده است.

از این رو، ما فکر کردیم باید راه‌حلی علمی برای تبیین این مسئله وجود داشته باشد و راهی برای دخالت و درگیری حسابگرانه در این بازی پیشنهاد شود. به همین دلایل و از آنجایی که این بازی مخاطبان خود را به شدت به خود مشغول می‌کند و موجب بروز رفتارهای جدیدی می‌شود که فرآورده فرایند بازی است، فکر کردیم باید از دو نظریه کاشت و یادگیری اجتماعی به شکل یک ترکیب (ستتر) نظری استفاده کرده و آن را برای تبیین نظری رابطه علی میان میزان رفتاری در بازی برخط (آنلاین) کلش آو کلنز و تغییرات رفتاری بازیکنان استفاده کنیم.

کاربرد نظریه کاشت برای تبیین جنبه‌های رفتاری روانی در بازی کلش آو کلنز

در میان نظریه‌هایی که به آثار درازمدت رسانه‌ها پرداخته‌اند، نظریه کاشت پیشگام است، زیرا بهتر می‌تواند پدیده درگیری بازیگر را در فرایند بازی تبیین کند. این نظریه گرچه بر روند کاشت الگوها در بین مخاطبان تلویزیون تأکید دارد، اما در مورد روند کاشت ایده‌ها در میان بازیگران کلش آو کلنز نیز کاربرد دارد.

نظریه کاشت بر این تأکید دارد که تلویزیون در میان رسانه‌های مدرن چنان جایگاه محوری در زندگی روزمره مردم پیدا کرده است که منجر به غلبه آن بر «محیط نمادین» شده و پیام‌هایش در مورد واقعیت، جای تجربه شخصی و سایر وسایل شناخت جهان را گرفته است (مورگان، شاناهان و سیگنورلی، ۱۳۹۸: ۷۷-۱۱۳).

این نظریه یکی از اشکال اثر رسانه‌ها همچون نظریه اشاعه در سطح شناختی بوده و مربوط به این موضوع است که قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها، تا چه حد می‌تواند به باورها و تلقی عموم از واقعیت خارجی شکل دهد. نظریه کاشت برای ارائه الگویی از تحلیل، ارائه شده است تا نشان‌دهنده تأثیر بلندمدت محتوای رسانه‌هایی باشد که اساساً در سطح برداشت اجتماعی عمل می‌کنند. گربنر (نک گوئتر، ۱۳۸۴: ۳۱۰) عقیده دارد که تلویزیون به لحاظ عمق و نفوذ قابل ملاحظه‌اش، نیروی فرهنگی قدرتمندی محسوب می‌شود. وی تلویزیون را ابزاری در دست نظم تثبیت‌شده صنعتی-اجتماعی می‌داند که به جای تغییر، تهدید یا تضعیف نظام سنتی باورها، ارزش‌ها و رفتارها، در خدمت حفظ، تثبیت یا تقویت آنها برمی‌آید^۱. وی که اثر اصلی تلویزیون را جامعه‌پذیری یعنی اشاعه ثبات و پذیرش وضعیت موجود می‌داند، معتقد است که تلویزیون تغییرات را به تنهایی به حداقل نمی‌رساند، بلکه این امر با هماهنگی دیگر نهادهای عمده فرهنگی محقق می‌شود. در اینجا همین فرایند را در اشاعه بازی و الگوهای آن در میان کاربران ایرانی کلش آو کلنز مشاهده کرده‌ایم. اما در خصوص ظرف فرهنگی که گربنر بیان می‌کند باید به نظریه یادگیری اجتماعی نیز متوسل شویم.

نظریه یادگیری اجتماعی که آلبرت بندورا (۱۹۸۶ و ۱۹۷۷)^۲ مطرح کرد، احتمالاً تأثیرگذارترین نظریه یادگیری و رشد بوده است. با اینکه این نظریه در بسیاری از مفاهیم نظریه سنتی یادگیری ریشه دارد، اما بندورا اعتقاد دارد که آموزش مستقیم، تنها وسیله برای یادگیری نیست. نظریه وی، یک عنصر اجتماعی را نیز در نظر می‌گیرد و نشان می‌دهد که مردم می‌توانند اطلاعات و رفتارهای جدید را از طریق مشاهده سایرین فراگیرند. این نوع یادگیری را که به یادگیری (یا الگوسازی) مشاهده‌ای معروف است، می‌توان برای توضیح انواع گسترده‌ای از رفتارها از جمله یادگیری الگوهای بازی در کلش آو کلنز به کار برد (نک بندورا، ۱۳۹۸: ۲۱۱-۲۷۹).

ادعای نظری ما در اینجا این است که هم فرایند کاشت، و هم فرایند یادگیری در میان بازیکنان ایرانی کلش آو کلنز دیده می‌شود و سبب شده مسئله اعتیاد به این بازی به اختلال در

1 <http://pajooresh.org/tabid/181/ctl/Detail/mid/705/Id/76/Default.aspx>

2 Albert Bandura

نظام ارتباطی بازیگران بیانجامد. به عبارت دیگر، بازی کلش آو کلنز یک فرایند پیچیده را در میان بازیکنان در فرایندی طولانی مدت ایجاد می کند که از آن طریق ارزش هایی در میان بازیکنان تثبیت می شوند که در رفتارهای آنها دیده می شود. در عین حال بازیکنان با مشاهده دیگران به یادگیری رفتارهای جدید تن می دهند و حتی افراد خانواده خود را درگیر می کنند.

فرضیه

هر چه میزان آشنایی افراد و درگیری روانی آنها با بازی بیشتر شود، دفعات مراجعه به بازی، بیشتر و مدت زمان بازی نیز طولانی تر و پیامدهای یادگیری رفتاری آن برای بازیکنان و اطرافیان نیز بیشتر می شود.

برای عملیاتی کردن و اندازه گیری رابطه فرضی بالا لازم است روش شناسی متناسبی را در زیر معرفی کنیم.

متغیرهای مورد نظر در این فرضیه عبارت اند از: ۱- میزان آشنایی افراد با بازی، اعم از دوستان و اعضای خانواده ۲- درگیری روانی آنها با بازی ۳- دفعات مراجعه به بازی ۴- مدت زمان بازی ۵- پیامدهای یادگیری رفتاری ۶- تغییر رفتار ۷- میزان اعتیاد این متغیرها را ابتدا با مطالعه کیفی مستند کردیم و سپس آنها را در پیمایش برخط مورد سنجش و تحلیل و تبیین قرار دادیم.

روش شناسی

برای عملیاتی کردن فرضیه بالا از دو روش کمی (پیمایش) و کیفی (مردم نگاری امیک، با دخالت محقق که خود بازیگر بوده، و اتیک که با مشاهده بازیگران اجرا شد) استفاده شده است. چه در روش کمی و چه در روش کیفی، واحد تحلیل در این مطالعه، فرد یا کنشگر بازی در نظر گرفته شده، اما برای واحد مشاهده و جمع آوری داده ها، به کنش های رفتاری افراد با محتوای بازی کلش-آو-کلنز و در ارتباط با دوستان و اعضای خانواده رجوع شده است. در روش کیفی با تعدادی از افراد در واحد تحلیل (بازی کنندگان بازی کلش آو کلنز) مصاحبه کردیم و از مفاد این مصاحبه ها پرسشنامه ای را برای انجام پیمایش برخط (آنلاین) و سنجش تغییرات رفتاری

بازیکنان کلش آو کلنز ساختیم تا از افراد واحدهای تحلیل اطلاعاتی درباره کنشهایشان (واحدهای مشاهده) جمع‌آوری کنیم. همینطور، برای سنجش میزان آشنایی افراد با بازی کلش آو کلنز از دو متغیر آشنایی افراد خانواده و دوستان استفاده شد و از آنها پرسیده شد: چه تعداد از اعضای خانواده شما این بازی را انجام می‌دهند؟ در پرسشی دیگر از واحدهای تحلیل متغیر تعداد دوستان مورد توجه قرار گرفت و از آنها پرسیده شد: تقریباً چه تعداد از دوستان شما این بازی را انجام می‌دهند؟ همچنین برای سنجش میزان زمان بازی از متغیر زمان استفاده شد و از پاسخگویان پرسیده شد در روز تقریباً چند ساعت بازی کلش را انجام می‌دهید؟

بحث درباره یافته‌های مطالعات کیفی

در طی انجام این پژوهش با افراد گوناگونی روبرو شدیم که درگیری‌های متفاوتی با این بازی داشتند. داده‌های کیفی در اینجا از صحبت با اطرافیان، گفتگوهایی که در بازی صورت می‌گیرد و گفتگوهای خصوصی با افراد مختلف جمع‌آوری شده است. در اینجا به طور خلاصه برخی از محتوای این داده‌ها را ذکر می‌کنیم.

* علی: پسری که مشغول تحصیل در دبیرستان بود (اول دبیرستان) و در یکی از روستاهای کوچک و دورافتاده با امکانات بسیار کم زندگی می‌کرد. او با دوستانش در کلن صحبت می‌کرد. می‌گفت بعد از مدرسه کمی بازی می‌کند و بعد از آن به تیمار حیواناتشان می‌پرداخت. روزهای آخری که در کلن بود از ناامیدی صحبت می‌کرد و از این که عاشق دختر همسایه‌شان بود و پدر دختر به مادرش شکایتش را کرده بود. او قصد ترک تحصیل داشت و تصمیم داشت به نجاری بپردازد.

* رضا: یک دور بازی را انجام داده‌ام و اول ۱۰۶ خود را یک میلیون و سیصد فروخته‌ام. اکنون نیز با خرید ۶۰۰ تومان جمع دور دوم بازی‌ام را انجام می‌دهم و قصد فروش این حساب کاربری (اکانت) را نیز دارم.

* سیروس: دکتر داروسازی که حدوداً پنجاه سال سن دارد. او حدود یک میلیون تومان جمع خریده و زمانی روزانه ۱۶ ساعت در خانه و در محل کار به بازی می‌پرداخته است.

سیروس دو پسر دارد که آن‌ها نیز بازی را انجام می‌دهند. آن‌ها یک کلن خانوادگی دارند که اعضای خویشان با هم بازی می‌کنند. همه تقریباً شبانه‌روزی مشغول بازی هستند. هر ساعتی از شبانه‌روز رک (درخواست نیرو) بدهی پر می‌شود. جالب این است که اگر کسی رک (درخواست نیرو) بدهد و کسی پر نکند با منزل همدیگر تماس می‌گیرند و اگر تلفن منزل پاسخگو نبود، با همراه یکدیگر تماس می‌گیرند.

یک دفعه یکی از اعضا به تعمیرگاه رفته بود، با زحمت او را پیدا کردند و با او تماس گرفتند، او اینترنت نداشت و مجبور شده بود خود را به جایی برساند که اینترنت داشته باشد و رک (درخواست نیرو) را پر کند.

* امید: پسری ده ساله. او مدتی بازی را انجام می‌داده و لولکش (سطح آن) به حدود ۵۰ رسیده بوده است. یکی از هم کلاسی‌هایش به او می‌گوید اگر جم رایگان می‌خواهد بازی خود را با جی‌میل هماهنگ کند و آدرس و گذرواژه‌اش را به او بدهد تا جم (الماسی که در بازی استفاده می‌شود) برایش تهیه کند.

بعد از آن چند بار امید به بازی رجوع می‌کند و متوجه تمام شدن پول و الگزیهای خود می‌شود و کارگروه‌های مشغول کاری بودند، به دوست خود شک می‌کند. برای همین مادرش به مدرسه‌اش رفته و با دوستش برخورد می‌کند، و می‌گوید دیگر حق ندارد از حساب کاربری (اکانت) امید استفاده کند. او منکر استفاده از حساب کاربری (اکانت) امید می‌شود.

بعد از مدتی، نسخه جدید (آپدیت) جدید کلش آمده و امکان تغییر نام برای یک بار ایجاد شده است. امید که وارد بازی می‌شود می‌بیند جم‌هایش (الماس‌هایش) تقریباً تمام شده و حساب کاربری (اکانت) وی به محمد تغییر نام داده شده.

او به شدت بهم می‌ریزد. عمه امید که خانه آن‌ها بوده و در جریان قرار می‌گیرد تصمیم می‌گیرد رمز جی‌میل امید را تغییر بدهند تا دوستش دسترسی مجدد نداشته باشد. اما متوجه می‌شوند که محمد رمز جی‌میل را نیز تغییر داده است.

به اصرار مادر امید، امید با همکلاسی‌اش تماس می‌گیرد. امید با ملایمت به دوستش اعتراض می‌کند. اما مادرش گوشی را گرفته و به شدت با محمد برخورد می‌کند و با تهدید و دعوا در

نهایت رمز جدید را از او می‌گیرد. امید به کمی آرامش می‌رسد، اما همچنان ناراحت است که جم‌هایش (الماس‌هایش) را از دست داده و مجبور است با نام محمد بازی کند.

* مرتضی: یک نفر حساب کاربری (اکانت) خود را چهل میلیون تومن فروخته و بعد از آن سی میلیون جم (الماسی که در بازی استفاده می‌شود) خریده و دوباره مشغول بازی شده.
* سپهر: او کلاس اول دبیرستان است و در دانش‌آموز مدرسه تیزهوشان است. او می‌گفت: بچه‌های مدرسه اکثراً این بازی را انجام می‌دهند و روزانه حداقل دو ساعت وقت خود را صرف آن می‌کنند. حتی یکی از دوستانم گوشی را با خود به مدرسه می‌آورد و سر کلاس درس زیر میز اتک می‌داد.

یکی از بچه‌های کلاس چهارم هم با اینکه پشت کنکوری است روزی حداقل چهار ساعت بازی می‌کند.

* محمد: کلاس هشتم. پارسال مدرسه ما جز پنج مدرسه برتر کشور بود. حتی وقت سر خاروندن هم نداشتیم. امسال مدیر مدرسه عوض شده و بیش از پنجاه درصد دانش‌آموزان مدرسه مان کِلَن باز هستند. اکثر بچه‌ها دچار افت تحصیلی شده‌اند، از جمله خودم که به خاطر کِلش دچار افت تحصیلی شده‌ام.

* پارسا: پسری ۱۰ ساله که با کمک دختر خاله‌اش که ۱۸ سال دارد کِلَن ساخته‌اند. در واقع دخترخاله‌اش پشتیبان و مراقب او بود. پارسا هنوز خواندن انگلیسی را نیز بلد نبود و متوجه رک (درخواست نیرو) ها و پیام‌های فینگلیش نمی‌شد.

* حسین: چهار ماه بازی‌ام را پاک کردم، اما طاقت نیاوردم و برای دومین بار بازی را نصب کردم و الان بازی می‌کنم.

* محسن: دانشجوی یکی از دانشگاه‌های مادر کشور: اکثر همکلاسی‌های من سر کلاس بازی می‌کنند. بهترین و پرطرفدارترین شیفت‌های کاری که دوستان من می‌روند، شیفت‌هایی است که وای فای دارد و نیاز به حضور زیاد نیست.

* علی: حدود ۲۸ سال سن دارد. او به حدی شوق به این بازی دارد و معتاد آن شده که محال است در یک جمعی بنشیند و بقیه را تشویق به این بازی نکند. در اکثر جمع‌ها به حدی

تبلیغ دارد که همان جا خودش بازی را برایشان نصب می‌کند. علی از آن دسته متأهلانی است که برای همسرش نیز بازی را نصب کرده است و با هم بازی می‌کنند.

* محسن: مدتی بود بازی می‌کردم. سطح من (لولم) به ۹۶ رسیده بود. آن روزها جی‌میل در ایران پالایه (فیلتر) بود و نمی‌شد بازی را تطبیق (مچ) کرد. خیلی اوقات هشدار می‌گذاشتم و نصف شب بیدار می‌شدم تا کارگرم بیکار نماند. همسر و پدر مادرم به شدت از اوضاع شاکی بودند. تا اینکه یک روز اعتراضاتشان به شدت بالا گرفت و قبل از ذخیره بازی در جی‌میل آن را حذف کردم.

محسن در حال حاضر برای چهارمین بار در حال بازی است و لول ۴۰ را دارد. او بازی‌های قبلی خود را پاک کرده و تا کنون هیچ جمی (هیچ الماسی) نخریده.

علی: او به شدت در بازی با افراد مختلف ارتباط می‌گرفت و حتی آن را به خارج از بازی در فضای مجازی ادامه می‌داد. تا حدی که این مسئله زندگی متأهلی او را تا مرز فروپاشی برد.

* سحر: وقتی بازی را نصب کردم برادرم من را به شدت مسخره می‌کرد و می‌گفت این دیگر چه بازی است که انجام می‌دهی. بعدها خودش هم نصب کرد و به قدری درگیرش شده بود که یک روز که سرکار بود کارگرش بیکار شده بوده بود. چون نت نداشته مرخصی ساعتی گرفته و به خانه می‌رود کارگرش را مشغول می‌کند و بر می‌گردد.

* مریم: یک روز بعدازظهر خواب بودم دایی‌ام تماس گرفت. توان جواب دادن نداشتم. چند دفعه تماس گرفت و پیام داد کجایی؟ وقتی بیدار شدم جواب دادم خواب بودم. بلافاصله با من تماس گرفت و گفت کَلَن ساختم، سریع بیا تو کلن ما، به دوستاتم بگو بیان تا ده نفر بشیم بتونیم وار رو بزنینم. خیلی برای داییم مهم بود که اینقد زنگ زد و پیام داد!

* علی: در یک کَلَن بودم که وقتی کَلَن مقابل برا وار (نبرد) مشخص می‌شد، یکی از بچه‌ها می‌رفت تو کَلَن مقابل و از نقشه‌های وارشون عکس می‌گرفت و تو گروه لاین نقشه‌ها رو برا بچه‌ها می‌فرستاد تا همه بدونیم تله‌ها کنجاست و اٹکمون (حمله مون) صد درصد بشه.

* محسن و مریم: مدتی بازی را انجام دادم، اما دیدم زیادی درگیرش می‌شوم و دارم معتاد می‌شوم برای همین بازی را پاک کردم و دیگر نصب نکردم.

* سینا: دو سه نفر از بچه‌های کلن که زبان انگلیسی شونم قوی بود، هر وقت کلن مقابل وار (جنگ) رو می‌برد می‌رفتن و بهشون تبریک می‌گفتن.

* شیوا: یک دفعه وار (جنگ) کلن ما با کشور آمریکا افتاده بود. بچه‌ها قوی‌ترین اشخاص رو دعوت کردن به کلن تا نیروهای قوی بگیرن برای وار و با کلی تلاش و استرس، کلن ما پیروز شد. این پیروزی برای ما خیلی مهم و ارزشمند بود.

*...: یک ایرانی حساب کاربری (اکانت) لول ۶۰ خود را به قیمت ۹۹ میلیون تومن به یک عرب فروخته است!

*...: یکی از دوستانم به خاطر کلکل با دوستانش بر سر لول کلن ۴۰ میلیون جم (الماس) خرید و لول خود را یک هفته‌ای به ۱۰۰ رساند تا به دوستانش ثابت کند که ضعیف نیست.

*...: یکی از دوستانم به حدی معتاد کلن شده بود که روی موتور در حال حرکت بازی می‌کرده، و به زمین می‌خورد. خدا رو شکر سرعت زیادی نداشت و اتفاق خاصی برایش نیوفتاد.
*...: پسر بچه‌ای سه سال و نیمه (متولد ۱۳۹۰)

پدر و مادرش کلن بازی می‌کردند. زمانی که برای او تبلت می‌خرند خودش بازی را نصب می‌کند و برای مدتی بازی می‌کند تا این که حساب کاربری (اکانت) اش حذف می‌شود.
به خاطر گریه‌های زیادش والدینش برای او ۸۰ هزار تومان جم (الماس) می‌خرند تا بازی‌اش را زودتر پیش ببرد. او در وار نیز شرکت می‌کند و تمام اتک های وارش را خودش می‌زند.
*...: در کلن از بچه‌ها خواسته بود انگلیسی صحبت کنند تا مکالمه‌شان تقویت شود.

تفسیر دریافت از بازی

* اکثر مردان متأهلی که این بازی را انجام می‌دهند و ساعات بازی‌شان طولانی می‌شود، ترجیح می‌دهند بازی را برای همسرشان نیز نصب کنند تا به جای مواجهه با ناراحتی همسر وی

۱ محقق میدانی ما خانم عطاخانی در گزارش خود بیان می‌کند که به علت کثرت موارد، نام بعضی از مصاحبه‌شوندگان را فراموش کرده بود.

را نیز قانع کنند و با هم بازی کنند.

* افرادی که خانوادگی بازی می‌کنند، ساعات بازی‌شان بیشتر است، زیرا همه با هم بازی می‌کنند و هیچ کس به دیگری اعتراض نمی‌کند حتی مشوق یکدیگر نیز هستند. اگر یک نفر حوصله بازی نداشته باشد همه به او اعتراض می‌کنند.

* افرادی که چندان مایل به بازی نیستند، اما دوستان زیادی اطرافشان این بازی را انجام می‌دهند ترغیب به بازی می‌شوند.

* کلن‌هایی که شهرستانی هستند، اغلب آخر شب و نصف شب بازی نمی‌کنند و افراد قابل توجهی از آنها در کلن نیست مگر یکی دو نفر. در این کلن‌ها اکثراً در روزهای تعطیل خبری از اعضا نیست. همه در کنار خانواده یا در گردش هستند و به احتمال قوی اینترنت در دسترس ندارند.

اما جالب است متذکر شویم که اکثر کلن‌هایی که به نام تهران، پایتخت و... خود را معرفی می‌کنند اکثراً آخر شب و روزهای تعطیل فعال‌تر هستند.

در اینجا باید متذکر شویم که کلن‌های شهرستانی اکثراً در ایام عید وار (جنگ) نداشتند. اما این شامل تمامی آن‌ها نبود.

* ایجاد وار (جنگ) در بازی، میزان درگیری افراد را بیشتر کرده است. زیرا یک فعالیت گروهی است و همه باید در آن شرکت فعال داشته باشند تا کلن پیروز شود و حتی اتک بد ممکن است باعث کیک شدن (اخراج) فرد از کلن شود و یا درگیری‌های شدید لفظی در کلن پیش بیاید.

افراد برای وار (جنگ) کلی با هم برنامه‌ریزی می‌کنند و بر سر نوع آتک (حمله) و نیروهایی که باید به خود ببرند با هم مشورت می‌کنند.

* افراد می‌توانند از طریق چت در گلوبال (گروه گفتگو) با کلن‌های مختلف آشنا شوند و امکان درخواست و یا عضویت در کلن‌ها را دارند.

* افراد زیادی در ترافیک‌ها و پشت چراغ قرمز مشغول بازی دیده می‌شوند.

* نه تنها خرید جم (الماسی که در بازی استفاده می‌شود) از طریق اینترنت و سایت‌های

مختلف وجود دارد، بلکه در تهران مرکز فروش جم (الماسی که در بازی استفاده می‌شود) نیز داریم. بعضی از مغازه‌های فروش گوشی و یا کافی‌نت‌ها نیز هستند که می‌توان با کمک آن‌ها جم تهیه کرد.

* اگر به نرم‌افزار بازار مراجعه کنید و نظرات مربوط به بازی کِلَنش را بخوانید اکثراً نوشته‌اند: این بازی اعتیادآور است. نرم‌افزار نیز بازی را در گروه بازی‌های اعتیادآور دسته‌بندی کرده است.

* این بازی یک بازی راهبردی هست و اغلب زنان در انجام بازی راهبرد ضعیف‌تری نسبت به مردان دارند. کمتر دیده می‌شود خانمی اتک‌های خود را در کلن شیر کند (به اشتراک بگذارد) و مردان، زنان را خیلی راهنمایی می‌کنند.

* ورود در بعضی از کلن‌ها کلاً آزاد است، اما بعضی از کلن‌ها ورود را محدود می‌کنند و بعضی اصطلاحاً درب کِلَن رو می‌بندند.

* در کِلَن بحث‌های مختلفی شکل می‌گیرد. نه تنها نظردهی راجع به نقشه‌های یکدیگر و آموزش اتک و... گاهی بحث به زندگی شخصی می‌کشد و حتی زمینه‌ای برای آشنایی‌های بعدی است. خیلی از کلن‌ها گروهی در لاین و واتساپ برای خود تشکیل می‌دهند.

* گاهی آشنایی در خارج از بازی شکل می‌گیرد و به بازی منتقل می‌شود مانند دوستان که با هم وارد یک کِلَن می‌شوند یا حتی برای خود کلن می‌سازند و گاهی بعد از حضور در یک کلن با هم آشنا می‌شوند و آشنایی خود را به دنیای واقعی منتقل می‌کنند.

* در بازی حساب کاربری (اکانت) هایی که به نام دختر هست بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند.

* در بعضی از کلن‌ها قوانین خاصی وجود دارد. مثلاً ورود غیرایرانی ممنوع.

* بعضی‌ها با نحوه چیدن نقشه، مخصوصاً دیوار معنا و منظوری منتقل می‌کنند.

* ساختن کِلَن مسئولیت ایجاد می‌کند. رهبر کِلَن اکثراً باید در کلن حضور داشته باشد و اتفاقات را مدیریت کند. گاهی رهبر کِلَن خود وقت کافی ندارد و مقام خود را به دیگری واگذار می‌کند یا مسئولیت را به همکاران خود می‌سپارد.

بازتاب رفتار بازیگران و سوءاستفاده‌ها در مصاحبه‌ها

افرادی هستند که از روش‌های مختلف به دزدی حساب کاربری (اکانت) ها می‌پردازند و با فروش آن به دیگران به کسب سود می‌پردازند. به طور مثال بنده (عطاخانی) با پیجی در لاین مواجه شدم که به مناسبت تولد کلش آو کلنز جم (الماسی که در بازی استفاده می‌شود) رایگان می‌داد. در یادداشت (پست) خود نوشته بود اگر مایل به دریافت جم (الماسی که در بازی استفاده می‌شود) رایگان هستید کلمه جم را به صورت انگلیسی در خصوصی ارسال کنید.

با ارسال کلمه جم در حساب شخصی (پی وی) ادمین، صفحه وی چنین پاسخ می‌دهد: سه راه برای دریافت جم وجود دارد: ۱- خرید جم (الماسی که در بازی استفاده می‌شود) به نصف قیمت ۲- دادن جی‌میل و رمز برای واریز جم ۳- به اشتراک گذاشتن

گزینه ۱: ۱۴۰۰ جم (الماسی که در بازی استفاده می‌شود) به قیمت ۷۰ هزار تومان^۱ و شرط به اشتراک گذاشتن باید سه یادداشت (پست) را ۱۰۰ بار به اشتراک بگذارید و حداقل ۵۰ نفر به صفحه (پیج) اضافه شوند.

اگر معقولانه این موضوع را مطالعه کنیم چنین چیزی ممکن نیست. در صورت خرید نصف قیمت، پس از واریز پول به حسابشان از شما می‌خواهند جی‌میل و رمز خود را برای واریز جم به آنها واگذار کنید. اگر رمز و جی‌میل خود را واگذار کنید خطر بزرگی را پذیرفته‌اید و امکان دزدی حساب کاربری (اکانت) وجود دارد و اگر ندهید آن‌ها پول واریزی را بر نمی‌گردانند.

و اما راه دوم: واگذار کردن جی‌میل و رمز باعث می‌شود حساب کاربری (اکانت) در اختیار آن‌ها قرار بگیرد و می‌توانند حساب کاربری (اکانت) را به قیمتی پایین به نام خود بفروشند.

راه سوم: راهی وجود ندارد که فرد بتواند بفهمد ۵۰ نفر از طریق او به صفحه (پیج) اضافه شده‌اند یا نه.

از برآیند مصاحبه‌های بالا و برخورداری از مشاهدات امیک و اتیک، فرضیه را در قالب طراحی پرسشنامه به شرح زیر عملیاتی کردیم.

۱ این قیمتها مربوط به سال‌های قبل از ۱۳۹۷ است و اکنون در سال ۱۴۰۱ بسیار بیشتر است.

عملیاتی کردن فرضیه و طرح پرسش‌های پرسشنامه

پرسشنامه‌ای که در اختیار کِلش بازان قرار گرفت، بر اساس متغیرهای فرضیه و بر اساس یافته‌های مطالعه کیفی ساخته شد و به شکل برخط (آنلاین) و شامل ۱۶ پرسش بود. در اینجا به ارزیابی طراحی پرسش‌ها می‌پردازیم.

دو پرسش اول مربوط به جنسیت و تحصیلات است. پرسش بعدی به متغیر سن مربوط است و رده‌بندی صفت‌های متغیر سن از ده سال تا ۳۰ سال است، زیرا به نظر می‌رسد اعضای گروهی که این بازی را بیشتر انجام می‌دهند، در این رده سنی قرار دارند. تنها یک نفر زیر ده سال بود و سن تعداد محدودی نیز بالاتر از ۳۰ سال بود.

وضعیت تأهل: تأهل افراد نقش مهمی در بازی کردن دارد، نه تنها به این دلیل که افراد مجرد فراغت بیشتری برای انجام بازی دارند، بلکه این پرسش مقدمه‌ای برای پرسش بعدی هست.

پرسش پنجم: در صورت متأهل بودن آیا همسران نیز این بازی را انجام می‌دهند؟ این پرسش به سنجش یکی از فرضیه‌های این مطالعه مربوط بود، زیرا افراد متأهل این بازی را برای همسران خود نیز نصب می‌کنند و هر دو با هم بازی می‌کنند.

پرسش ششم به متغیر شغل مربوط است. این مقوله نیز خیلی در زمان و میزان بازی افراد دخیل است. مطمئناً افرادی که فراغت بیشتری دارند بیشتر بازی خواهند کرد.

پرسش هفتم: در اینجا پرسیده شد که چه مدت است این بازی را انجام می‌دهید؟ این پرسش نیز مقدمه‌ای است برای پرسش بعدی و اینکه فرضیه‌ای وجود دارد مبنی بر اینکه هر چه زمان کمتری از نصب بازی گذشته باشد، زمان بیشتری صرف بازی می‌شود تا بازی را به مراحل بالا برساند (در اوایل بازی سرعت آپدیت‌ها بیشتر است).

پرسش هشتم: روزانه چند ساعت این بازی را انجام می‌دهید؟ اغلب افرادی که مشغول بازی می‌شوند، خیلی متوجه گذر زمان نمی‌شوند. به همین منظور، برای سنجش زمان بازی سعی کردیم فاصله‌های زمانی یا صفات این متغیر، در پاسخ به شرح زیر عملیاتی شده و در نظر گرفته شده:

■ یک تا دو ساعت ■ دو تا چهار ساعت ■ چهار تا هفت ساعت ■ بیش از هفت ساعت

احتمال خیلی کمی وجود دارد که یک نفر در روز کمتر از یک ساعت درگیر آن شود، در

عین حال، افرادی بودند که بیان داشتند بیش از ۷ ساعت در روز یا حتی تا ۱۶ ساعت در شبانه‌روز بازی می‌کنند.

پرسش نهم: به غیر از شما چند نفر از اعضای خانواده‌تان این بازی را انجام می‌دهند؟ این پرسش و پرسش بعدی نقش مهمی در سنجش آشنایی فرد با بازی دارد و نیز در سنجش مدت زمان بازی فرد مؤثر است.

پرسش دهم: تقریباً چند نفر از دوستانتان این بازی را انجام می‌دهند؟ همان گونه که در پرسش قبلی توضیح داده شد، دوستان باعث آشنایی فرد با بازی می‌شوند.

فرضیه دیگری که در طول پژوهش برای ما مطرح شد، این بود: کسی که بیش از شش نفر از دوستانش بازی را انجام می‌دهند، این افراد به احتمال قوی از طریق دوستان با بازی آشنا شده‌اند و اکثر این افراد خودشان نیز دیگران را نیز به بازی تشویق می‌کنند (فرضیه ترکیبی کاشت و یادگیری اجتماعی).

این فرضیه را با پرسش‌های زیر عملیاتی کردیم:

پرسش یازدهم: از چه طریق با این بازی آشنا شدید؟ بعضی خودشان از گشت و گذار در تارنماها و اینترنت با بازی آشنا شده‌اند و بعضی از طریق تبلیغات دوستان و خانواده‌شان. پرسش دوازدهم: آیا در کنار این بازی، بازی دیگری نیز انجام می‌دهید؟ همان گونه که گفته شده این بازی در ردیف بازی‌های اعتیادآور طبقه‌بندی شده است و افرادی که به شدت بازی می‌کنند، خیلی درگیر آن شده و حتی وقت کمتری دارند که به سایر بازی‌ها بپردازند. لازم به ذکر است که این پرسش مقدمه پرسش بعدی است.

پرسش سیزدهم: در صورت مثبت بودن پاسخ شما به پرسش پیشین، آیا بازی دیگری نیز برخط (آنلاین) است؟ این پرسش بر اساس این فرضیه است که افرادی که معتاد شده‌اند و نیاز به بازی کردن در آنها نهادینه شده گاهی به اینترنت دسترسی ندارند و این نیاز خود را با بازی‌های خارج از خط (آفلاین) رفع می‌کنند.

پرسش چهاردهم: آیا شما نیز دیگران را به انجام این بازی تشویق می‌کنید؟ پاسخ به این پرسش نشان می‌دهد چند نفر از افرادی که این بازی را انجام می‌دهند رضایت درونی از انجام دارند.

پرسش پانزدهم: برای چندمین بار این بازی را نصب کرده‌اید؟ این پرسش به اندازه‌گیری اعتیاد به بازی از طریق اندازه‌گیری دفعات نصب بازی می‌پردازد. خیلی از افراد پس از مدتی که بازی را انجام می‌دهند، به خاطر درگیری زیاد بازی را حذف می‌کنند، اما باز طاقت نمی‌آورند و نصب می‌کنند.

پرسش شانزدهم: تاکنون چقدر برای این بازی هزینه کرده‌اید؟ اغلب افرادی که برای چندمین بار نصب می‌کنند حوصله طی مراحل را مثل قبل ندارند و ترجیح می‌دهند جم (الماسی که در بازی استفاده می‌شود) بخرند.

شیوه جمع‌آوری اطلاعات کمی

لازم است تصریح شود که واحد تحلیل این مطالعه شامل بازیگران بازی کلش آف کلنز بود و واحد مشاهده شامل رفتار بازیگران نمونه و جزئیات سبک بازی آنها بود که در ۱۶ پرسش بالا عملیاتی شده است.

برای انجام این پژوهش از داده‌های کمی استفاده شده که از طریق پرسشنامه برخط (آنلاین) جمع‌آوری شده است. در مسیر جمع‌آوری پاسخ‌ها به مشکلات متعددی برخوردیم. از جمله آنکه در ابتدا برای جمع‌آوری پاسخ به کلن‌های مختلف می‌رفتیم و با توضیحی که برای اعضا می‌دادیم از آنها می‌خواستیم شماره تماس پژوهشگر ما را ذخیره کنند و از طریق برنامه‌های آنلاین و واتساپ و وایبر به ما پیام بدهند و ما پیوند (پیوند) پرسشنامه را برای آنها ارسال می‌کردیم. ابتدا حساب کاربری محقق ما به نام مهدیار بود که امکان اعتمادسازی برایش خیلی محدود بود و فقط تعداد محدودی از مردان حاضر به همکاری با وی شدند. برای همین تصمیم گرفتیم یکی از محققان خود را با هویت زنانه خودم معرفی کند. وی پس از ورود به کلن‌ها هنگام اعلام نام اصلی، خود را مریم ۲۳ تهران معرفی می‌کرد.

زمانی که خود را مریم معرفی می‌کرد، تعداد بیشتری حاضر به همکاری با وی می‌شدند. اما پس از مدتی خیلی خسته‌کننده بود و تعداد پاسخ‌ها امیدوارکننده نبود. به خاطر عدم دریافت نتیجه دلخواه بازی را حذف کردیم زیرا باز هم با ارسال پیام مدت‌ها باید طرف مقابل را توجیه

می‌کردیم که سوءاستفاده‌ای در کار نیست و این فقط یک تحقیق دانشگاهی است. برای مدتی این روند را کنار گذاشتیم و تصمیم گرفتیم پرسشنامه را چاپ کنیم و با حضور در مدارس به جمع‌آوری داده بپردازیم و در نهایت تعدادی از پرسشنامه‌ها به ما بازگشت داده نشد و تعدادی نیز خام باقی ماند.

یکی از محققان (عطاخانی) با کمک فرزندان خویشاوندانش پرسشنامه را در دو مدرسه پسرانه و یک مدرسه دخترانه توزیع و پخش کرد و حتی از آن‌ها خواست پرسشنامه را در اختیار اعضای خانواده‌شان نیز قرار بدهند اما باز هم بیش از ۳۰-۴۰ پاسخ دریافت نشد.

در جریان توزیع پرسشنامه در فضای مجازی با نوجوان پسری آشنا شدیم که کلاس هشتم بود. وی به ما گفت که می‌تواند حدود ۱۰۰-۱۵۰ پاسخ برایمان جمع‌آوری کند، اما نگران برخورد مسئولان مدرسه بود. نامه اشتغال به تحصیل گرفته شد تا محقق ما به مدرسه مراجعه کند، اما با وجود هماهنگی‌های زیاد به علت کمبود وقت موفق نشد. یکی از آشنایان ما نیز به ما قول داد که ۲۰۰ پرسشنامه را در دو مدرسه در کرج توزیع می‌کند و پاسخنامه‌های تکمیل شده را به ما می‌دهد، اما متأسفانه او نیز موفق به این کار نشد.

به هر روی بعد از دریافت ۷۳ پاسخنامه و مصاحبه با افراد مختلف مشتاق شدیم دو پرسش دیگر به پرسشنامه اضافه کنیم.

در فکر رفتن به مراکز جم (الماسی که در بازی استفاده می‌شود) فروشی و مدارس بودیم که نسخه جدید بازی کِلَن آف کلنز روزآمد شد و امکان تغییر نام برای یک بار داشت. دوباره تصمیم گرفتیم بازی را نصب کنیم و ادامه بدهیم.

این بار و با انرژی شروع به سر زدن به کلن‌های مختلف کردیم. البته قبلاً با دادن شماره از کِلَن اخراج می‌شدیم، زیرا تصور می‌کردند قصد سوءاستفاده داریم. اما محقق ما این بار آی دی لاین خود را می‌داد تا وی را اضافه کنند. در عین حال باز هم نتیجه رضایت‌بخش نبود.

به هر حال، تا این مرحله، ۲۴۲ پاسخنامه به دستمان رسیده بود و تصمیم گرفتیم پیوند (لینک) پرسشنامه را در صفحه کِلَن آو کلنز در لاین بگذاریم.

با مدیر صفحه (ادمین پیج) صحبت کردیم و بعد از اعتمادسازی قرار شد پیوند پرسشنامه را

در پست بگذارند.

با قرار دادن پست در پیوند بعد از ۱۰ دقیقه پست ۱۴۰ سند (لایک) گرفت، و پس از یک ساعت تعداد پاسخنامه‌های تکمیل شده به ۵۴۸ تا رسید. بعد از ۲۴ ساعت حدوداً ۱۵۰۰ پسند و ۲۰ اشتراک‌گذاری (شیر) داشت و تعداد پاسخنامه‌ها به ۹۳۰ رسید.

در طول مدتی که مجبور بودیم برای اعتماد سازی با افراد مختلف گفتگو کنیم و اهداف تحقیقاتی خود را توضیح دهیم، بعضی افراد کمک کردند و پیوند را در گروه‌های مختلف پخش کردند و حتی در یادداشت‌های (پست‌های) خود قرار دادند. ما به عنوان محقق به حدی درگیر در کار پژوهش بودیم که اگر در خیابان و بوستان‌ها هم کسی را مشغول بازی می‌دیدیم پیوند پرسشنامه را برایشان ارسال می‌کردیم و از آنها درخواست می‌کردیم که آن را در گروه‌ها پخش کنند.

برخط (آنلاین) بودن پژوهش مشکلات زیادی داشت، به ویژه اینکه برای تکمیل آن به حساب کاربری نیاز بود و اعتمادسازی را نیز مشکل‌تر می‌کرد. بعضی پاسخگویان هم از پایین بودن سرعت اینترنت می‌گفتند.

تحلیل و تبیین داده‌های کمی

همان‌طور که بیان شد، برای انجام این پژوهش ۹۳۰ پاسخ از طریق پرسشنامه برخط (آنلاین) جمع‌آوری شده است که تصادفی بودن آنها از طریق آزمون‌های نرمال بودن به اثبات رسیده است، گو اینکه برخط بودن روش جمع‌آوری نیز دلیل قابل قبولی بر تصادفی بودن داده‌ها است. در اینجا، ابتدا به تفکیک فراوانی داده‌ها می‌پردازیم. سپس بر اساس الگوی نظری کاشت و یادگیری اجتماعی نشان می‌دهیم که بازی در فرایند کاشت در بین بازیگران، ترویج می‌شود و براساس الگوی یادگیری اجتماعی (از طریق دوستان و یا در میان اعضای خانواده) به دیگران سرایت می‌کند و موجب ترویج اعتیاد به بازی می‌شود. داده‌ها را برای اساس ۱۶ متغیر (پرسش) پرسشنامه تحلیل و تبیین می‌کنیم.

۱- پرسش اول به توزیع فراوانی بر حسب متغیر جنس مربوط می‌شود.

داده‌ها نشان می‌دهد که بیشترین پاسخگویان مردان بودند با فراوانی ۷۹۸ نفر (۸۶ درصد) و

فراوانی زنان بازیگر شامل ۱۳۲ نفر (۱۴ درصد) است. این بخشی از ادعای نظری ما بود که فرایند ترویج بازی در بین مردان بیش از زنان است.

۲- توزیع فراوانی بر حسب متغیر سن:

فراوانی پاسخگویان به تفکیک سن بدین شرح است: پایین‌تر از ۱۰ سال: ۲ نفر، ۱۰-۱۵ سال: ۱۰۵ نفر، ۱۵-۲۰ سال: ۳۲۳ نفر، ۲۵-۳۰ سال: ۲۸۳ نفر و بالای ۳۰ سال: ۵۱ نفر بودند. همان گونه که مشاهده می‌شود، بیشترین بازیگران کلش آو کلنز در گروه سنی ۱۰ تا ۲۰ سال قرار دارند (۴۶ درصد، جدول ۱) و با تفاوت اندکی گروه سنی ۲۰ تا ۲۵ سال نیز درگیر است، ولی در مجموع ۷۶/۵ درصد از بازیگران در رده ۱۰ تا ۲۵ سال قرار دارند. در عین حال، کمترین تعداد بازیگران در گروه سنی زیر ده سال قرار دارند.

جدول ۱- توزیع فراوانی بازیگران بازی کلش آو کلنز بر حسب متغیر سن

گروه‌های سنی - سال	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
۱۵-۱۰	105	11.3	11.3	11.3
۱۵-۲۰	323	34.7	34.7	46.0
۲۰-۲۵	283	30.4	30.4	76.5
۲۵-۳۰	166	17.8	17.8	94.3
بالتر از ۳۰	51	5.5	5.5	99.8
پایین‌تر از ۱۰	2	.۲	.۲	100.0
جمع	930	100.0	100.0	

۳- توزیع فراوانی بر حسب متغیر تحصیلات:

توزیع فراوانی جمعیت نمونه بر حسب متغیر تحصیلات به شرح زیر است: کم سواد: ۵ نفر، زیر دیپلم و دانش آموز: ۲۷۵ نفر، دیپلم: ۳۴۰ نفر، لیسانس: ۲۶۳ نفر و ارشد و بالاتر: ۴۷ نفر بودند (جدول ۲).

بیشترین فراوانی مربوط به دیپلم (۳۶/۶ درصد) است و در رده‌های بعدی دارندگان تحصیلات کارشناسی و بالاتر قرار دارند که در مجموع ۷۵/۹ درصد از پاسخگویان را در برمی‌گیرند. البته در ارزیابی متغیر شغل معلوم شد که اکثر این افراد (۵۹/۴ درصد) را دانشجویان تشکیل می‌دهند و نه دارندگان مدارک کارشناسی و بالاتر (جدول ۳).

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب متغیر تحصیلات

متغیر تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
بی سواد	۴۷	۵/۱	۵/۱	۵/۱
زیر دیپلم (دانش آموز و غیره)	۵	۰/۵	۰/۵	۵/۶
دیپلم	۳۴۰	۳۶/۶	۳۶/۶	۴۲/۲
لیسانس	۲۷۵	۲۹/۶	۲۹/۶	۷۱/۷
ارشد و بالاتر	۲۶۳	۲۸/۳	۲۸/۳	۱۰۰/۰
جمع کل	۹۳۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	

از داده‌های دو جدول ۱ و ۲ نتیجه می‌گیریم که اکثر افرادی که درگیر این بازی هستند یا دانشجوی هستند و دارای تحصیلات دیپلم می‌باشند. بر این اساس، می‌توان گفت که احتمالاً فقدان شغل ثابت، متغیر مؤثری در گرفتاری افراد در این بازی محسوب می‌شود.

۴- توزیع فراوانی بر حسب متغیر شغل:

توزیع فراوانی جمعیت نمونه برحسب متغیر تحصیلات به شرح زیر است: محصل - دانشجوی: ۵۵۲ نفر (۵۹/۴ درصد)، کارمند: ۸۶ نفر (۹/۲ درصد)، کارگر: ۲۲ نفر (۲/۴ درصد)، بیکار: ۷۳ نفر (۷/۸) و شغل آزاد: ۱۹۷ نفر (۲۱/۲ درصد) بودند.

همان گونه که مشاهده می‌شود بیشترین بازی‌کنندگان دانش‌آموز و دانشجو هستند و کمترین آن‌ها کارگران هستند (جدول ۳).

جدول ۳- توزیع فراوانی بازیگران بازی کلش آو کلنز بر حسب متغیر شغل

متغیر شغل	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد
آزاد	197	21.2	21.2	21.2
بیکار	73	7.8	7.8	29.0
کارگر	22	2.4	2.4	31.4
کارمند	86	9.2	9.2	40.6
دانشجو-محصل	552	59.4	59.4	100.0
جمع کل	930	100.0	100.0	

۵- توزیع فراوانی بر حسب متغیر وضعیت تأهل:

جدول ۴- توزیع فراوانی جمعیت نمونه بر حسب متغیر وضعیت تأهل

متغیر تأهل	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
متأهل	152	16.3	16.3	16.3
مجرد	778	83.7	83.7	100.0
جمع کل	930	100.0	100.0	

بیشترین فراوانی به ۷۷۸ نفر (۸۳/۷ درصد) مربوط است که مجرد بوده‌اند و متأهلین ۱۵۲ نفر از پاسخگویان را تشکیل می‌دادند (جدول ۴).

۶- در صورت متأهل بودن آیا همسرتان نیز این بازی را انجام می‌دهد؟ پاسخ‌ها نشان می‌دهد که ۱۱۵ نفر (۱۲/۴ درصد) پاسخ مثبت داده‌اند و ۳۶۰ نفر (۵۱/۱ درصد) گفته‌اند همسرشان بازی نمی‌کند (جدول ۵).

جدول ۵- توزیع فراوانی جمعیت نمونه بر حسب متغیر تمایل همسر به انجام بازی

متغیر تمایل همسر	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
بله	115	12.4	12.4	۱۲,۴
خیر	360	38.7	38.7	۵۱,۱
بی جواب	455	48.9	48.9	۱۰۰,۰
جمع	930	100.0	100.0	

تا اینجا مشخص می شود که این بازی بیشتر توسط مردان، افراد مجرد و دانشجویان بازی می شود. به عبارت دیگر زنان متأهل تمایل کمتری به این بازی دارند یا افراد مسن و دارای مشاغل ثابت کمتر آن را بازی می کنند.

۷- چه مدت است این بازی را انجام می دهید؟

جدول ۶- توزیع جمعیت نمونه بر حسب سابقه بازی با کلش آو کلنز

مدت آشنایی با بازی	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
بیجواب	3	.3	.3	.3
3- ماه ۱	166	17.8	17.8	18.2
6- ماه ۳	200	21.5	21.5	39.7
۶ ماه تا یک سال	314	33.8	33.8	73.4
بیش از یک سال	197	21.2	21.2	94.6
کمتر از یک ماه	50	5.4	5.4	100.0
جمع	930	100.0	100.0	

داده های نشان می دهند که بیشترین فراوانی مربوط به اشخاصی است که بین شش ماه تا یک سال است که بازی کلش آو کلنز را انجام می دهند (جدول ۶).

۸- روزانه چند ساعت این بازی را انجام می‌دهید؟

جدول ۷- توزیع جمعیت نمونه برحسب زمان بازی در روز

ساعت بازی در روز	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
یک تا دو ساعت	332	35.7	35.7	35.7
دو تا چهار ساعت	327	35.2	35.2	۷۰.۹
چهار تا هفت ساعت	188	20.2	20.2	۹۰.1
بیش از هفت ساعت	78	8.4	8.4	۹8.۵
بی‌جواب	5	.5	.5	100.0
جمع	930	100.0	100.0	

بیشترین فراوانی مربوط به افرادی است که یک تا دو ساعت در روز بازی را انجام می‌دهند. سپس گروهی قرار می‌گیرند که روزانه دو تا چهار ساعت بازی می‌کنند و کمترین فراوانی مربوط به بازیگرانی است که در روز بیش از هفت ساعت بازی را انجام می‌دهند. اما در مجموع بیش از ۷۰ درصد پاسخگویان روزانه یک تا ۴ ساعت بازی می‌کنند و این الگوی بازی در اکثریت افراد است (جدول ۷). این به این معناست که این بازی به بخشی از سبک زندگی افراد و نظام رفتاری آنها افزوده شده است.

۹- به غیر از شما چند نفر از اعضای خانواده‌تان این بازی را انجام می‌دهند؟

جدول ۸- توزیع جمعیت نمونه برحسب تعداد اعضای خانواده که بازی می‌کنند

تعداد درگیر در بازی	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
یک نفر	241	25.9	25.9	25.9
دو نفر	115	12.4	12.4	۳۸,۳
سه نفر و بیشتر	136	14.6	14.6	۵۲.۹
هیچ کس	425	45.7	45.7	۹۸.۶
بی‌جواب	13	1.4	1.4	100.0
جمع	930	100.0	100.0	

در اینجا بیشترین فراوانی به افرادی مربوط است که فقط خودشان در خانواده بازی را انجام می دهند. در عین حال ۵۳ درصد از افراد می گویند که بیش از یک نفر در خانواده شان این بازی را انجام می دهد (جدول ۷). این نشان می دهد که ادعای نظریه یادگیری درست است، زیرا افراد در مجاورت هم از یکدیگر رفتار سرگرم کننده را فرا می گیرند. این امر مبین آن است که فرایند اعتیاد به بازی در میان خانواده ها رخ می دهد و چنانچه یک نفر به بازی روی بیاورد، احتمالاً چند نفر دیگر از اعضای خانواده نیز درگیر می شوند.

۱۰- تقریباً چند نفر از دوستانان این بازی را انجام می دهند؟

جدول ۹ - توزیع جمعیت نمونه برحسب تعداد دوستان افراد بازیگر که در بازی درگیرند

تعداد	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
بی جواب	4	.4	.4	.4
بیش تر از شش نفر	636	68.4	68.4	68.8
سه تا شش نفر	144	15.5	15.5	84.3
هیچ کس	21	2.3	2.3	86.6
یک تا سه نفر	125	13.4	13.4	100.0
جمع	930	100.0	100.0	

بیشترین فراوانی در اینجا مربوط به بیش از شش نفر است و کمترین آن هیچ کس از دوستانشان این بازی را انجام نمی دهند (جدول ۸). ارقام جدول ۷ و ۸ نشان می دهد که افراد ابتدا از طریق دوستان درگیر بازی می شوند و سپس این الگو را به خانواده منتقل می کنند. در ادامه از انتقال سایر داده ها به شکل جدول پرهیز می گردد و فقط نکات برجسته آنها بیان می شود. این داده ها هم به بحث نظری درباره الگوی کاشت و هم به بحث یادگیری اجتماعی مربوط می شود.

۱۱- از چه طریق با این بازی آشنا شدید؟

۱۰۵ نفر از طریق سایت، ۶۸۵ نفر از طریق دوستان (۷۳/۷ درصد) و ۱۳۷ نفر از طریق خانواده با بازی آشنا شدند. همان گونه که مشاهده می‌شود بیشترین آشنایی از طریق دوستان بوده و کمترین آن از طریق سایت رخ داده است.

۱۲- آیا در کنار این بازی، بازی دیگری نیز انجام می‌دهید؟

۴۵۲ نفر (۴۸/۶ درصد) به این پرسش پاسخ مثبت و ۴۷۰ نفر (۵۰/۵ درصد) پاسخ منفی داده‌اند. بنا بر این الگوی بازیگری بر اساس آشنایی با فرهنگ بازی شکل گرفته است.

۱۳- در صورت مثبت بودن پاسخ پرسش قبلی، بازی دیگری نیز برخط (آنلاین) است؟

۲۳۸ نفر پاسخ داده‌اند که بازی دیگر نیز برخط (آنلاین) است و ۴۱۱ نفر بازی آفلاین انجام می‌دهند.

۱۴- آیا شما نیز دیگران را به انجام این بازی تشویق می‌کنید؟

۶۸۹ نفر دیگران (۷۴/۱ درصد) را نیز به بازی تشویق می‌کنند و ۲۲۹ نفر (۲۴/۶) دیگران را تشویق نمی‌کنند (جدول ۱۰).

جدول ۱۰- توزیع جمعیت نمونه برحسب الگوی تشویق به بازی کلش

تشویق دیگران	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
بی‌جواب	12	1.3	1.3	1.3
بله	689	74.1	74.1	75.4
خیر	229	24.6	24.6	100.0
جمع	930	100.0	100.0	

از آنجا که نزدیک به ۷۴ درصد از پاسخگویان به تشویق دیگران برای انجام بازی می‌پردازند، باید نتیجه‌گیری کرد که علاوه بر آنکه الگوی اعتیاد به بازی از دوستان شروع

می‌شود و به خانواده‌ها (یادگیری اجتماعی) منتقل می‌شود، افراد از طریق تشویق نیز دیگران را به بازی ترغیب می‌کنند.

۱۵- برای چندمین بار این بازی را نصب کرده‌اید؟

۳۸۳ نفر (۴۱/۲ درصد) برای اولین بار، ۲۳۴ نفر (۲۵/۲ درصد) برای دومین بار، ۱۰۵ نفر (۱۱/۳ درصد) سومین بار، ۳۲ نفر (۳/۴ درصد) چهارمین بار و ۱۰۴ نفر (۱۱/۲ درصد) بیش از چهار بار نصب کرده‌اند (جدول ۱۱).

جدول ۱۱- برای چندمین بار این بازی را نصب کرده‌اید

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	دفعات نصب بازی
۴۱/۲	41.2	41.2	383	1
۶۶/۴	25.2	25.2	234	2
۷۷/۷	11.3	11.3	105	3
۸۱/۱	3.4	3.4	32	4
۹۲/۳	11.2	11.2	104	چهار از بیش
۱۰۰	7.7	7.7	72	بی‌جواب
	100.0	100.0	930	جمع

به این ترتیب مشخص می‌شود که حدود ۵۹ درصد از بازیگران بیش از یک بار به نصب بازی پرداخته‌اند. این نیز یکی از شاخص‌های اندازه‌گیری اعتیاد به بازی بود که در اینجا تأیید و مشاهده می‌شود.

۱۶- تا کنون چقدر برای این بازی هزینه کرده‌اید؟

۶۱۴ نفر (۶۶ درصد) پاسخ داده‌اند که هیچ هزینه‌ای نپرداخته‌اند. ۱۶۷ نفر در سال ۱۳۹۴ گفته بودند که زیر ۱۰۰ هزار تومان هزینه کرده بودند، ۵۹ نفر، بین ۱۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان، ۱۲ نفر: بین ۵۰۰ هزار تا یک میلیون تومان و ۶ نفر بیش از یک میلیون تومان هزینه کرده‌اند. این هزینه‌ها با توجه به نرخ‌های سال ۱۳۹۴ نسبتاً قابل توجه هستند.

از تحلیل یافته‌ها نتیجه گرفته می‌شود که آنچه در فرضیه این پژوهش آمده مبنی بر اینکه هر چه میزان آشنایی افراد با بازی بیشتر شود، مدت زمان بازی نیز بیشتر می‌شود، حتی در سطح سنجش متغیرهای اسمی تأیید می‌شود. با این حال برای آزمون شیوه اثرگذاری متغیرها بر میزان آشنایی از دو متغیر تعداد اعضای خانواده و دوستان استفاده کردیم.

جدول ۱۲- ارزیابی آزمون کای اسکوتر برای سنجش رابطه بین میزان آشنایی با بازی و مدت

زمان بازی در روز

نوع آزمون	مقدار	درجه آزادی	آزمون معناداری (دوطرفه متقارن)
آزمون پیرسون	83.557	16	.000
میزان احتمال	42.547	16	.000
نمونه‌های معتبر	930		

ارقام تحلیل نشان می‌دهد که بین میزان آشنایی و مدت زمان بازی در روز رابطه‌ای وجود دارد که می‌تواند علی باشد. به عبارت دیگر وقتی فرد با این بازی آشنا می‌شود، خودبخود به سوی آن جذب می‌شود و تمایل دارد به بازی برگردد و با آن بازی کند (جدول ۱۲). در ادامه نیز مدت ساعات روزانه بازی را با معیارهای مختلف سنجیده‌ایم. بین متغیر تعداد ساعت‌هایی که افراد در روز بازی می‌کنند و جنسیت بازیگران رابطه‌ای وجود ندارد که بتوان آن را رابطه علی تلقی کرد، بنابراین جنس فرد نقشی در درگیری اعتیادآور به بازی ندارد، گرچه مردان بیش از زنان به بازی می‌پردازند.

همچنین بین مدت بازی و تحصیلات نیز رابطه‌ای دیده نشد. رابطه میان مدت ساعت بازی و سن نیز با اختلاف کمی مردود بوده است. رابطه بین مدت ساعت بازی روزانه و شغل نیز با اختلاف کمی مردود شده است. بین مدت زمان بازی و وضعیت تأهل نیز رابطه‌ای وجود ندارد. اما میان مدت زمان بازی در روز و مدت زمان نصب بازی رابطه معناداری وجود دارد (جدول ۱۳). این بدین معناست که هرچه بیشتر به بازی علاقه‌مند می‌شوند، بیشتر بازی می‌کنند و بیشتر

هم مایلند برای نصب بازی وقت بگذارند. این بدین معناست که این بازی از طریق رضایت روانی یا همان فرایند کاشت، بازیگران را به خود وابسته می‌کند.

جدول ۱۳- ارزیابی آزمون خی دو برای سنجش رابطه بین ساعت بازی و مدت زمان نصب آن

نوع آزمون	مقدار	درجه آزادی	آزمون معناداری (دوطرفه متقارن)
آزمون پیرسون	100.638	20	.000
میزان احتمال	43.892	20	.002
نمونه‌های معتبر	930		

همچنین رابطه بین تعداد دفعات نصب بازی و مقدار هزینه‌ای که برای بازی شده مورد آزمون قرار گرفت (جدول ۱۴).

جدول ۱۴- آزمون‌های خی دو بین تعداد دفعات نصب بازی و مقدار هزینه

نوع آزمون	مقدار	درجه آزادی	درجه معناداری نامتقارن (دوطرفه)
خی دو پیرسون	965.572 ^a	25	.000
میزان احتمال	536.952	25	.000
فراوانی معتبر	930	--	--

a. ۱۵ تا از خانه‌های جدول (۴۱/۷ درصد) تعداد قابل انتظار کمتر از ۵ دارند. کمینه قابل انتظار باید ۲۱ باشد.

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که بین تعداد دفعات نصب بازی و مقدار هزینه رابطه وجود دارد (جدول ۱۴). معنای این رابطه این است که هر چه علاقه‌مندان به این بازی بیشتر بازی می‌کنند، به همان میزان حاضرند باز هم برای ادامه بازی هزینه بپردازند. این نیز از معیارهای اعتیادآور در بازی‌ها است که در نظریه کاشت و نظریه یادگیری قابل بحث است.

نتیجه گیری

این بازی نیز مانند بازی‌های دیگر برای مدتی طرفداران زیادی دارد، اما با توجه به برخط (آنلاین) بودنش و فعال و به‌روز بودن سازندگان، که به سرعت تغییراتی ایجاد می‌کنند به شدت

اعتیادآور است و مدت زمان بیشتری طول می‌کشد تا از شهرت خارج شود. حتی با اینکه بعضی مراجع دینی بازی کِلَش آو کلنز را حرام اعلام کرده بودند، بعضی مردم باز هم به بازی خود ادامه می‌دادند، اما افرادی هم بودند که بازی خود را حذف کردند. فرضیه این پژوهش مبنی اینکه هر چه میزان آشنایی افراد با بازی بیشتر شود، مدت زمان بازی نیز بیشتر می‌شود، از طریق آزمون ساده همبندی که بر روی پاسخ‌ها انجام شد، مورد تأیید قرار گرفت.

هرچه فرد در اطراف خود اعضای خانواده یا دوستان بیشتری داشته باشد که این بازی را انجام می‌دهند، ساعات بیشتری از روز را صرف بازی می‌کند.

با مطالعه فراوانی‌ها متوجه شدیم که مردان بیشتر از زنان، مجردها بیشتر از متأهلین بازی را انجام می‌دهند. همچنین مشخص شد که بازیگران کِلَش بیشتر در رده سنی ۲۰ تا ۳۰ سال قرار دارند و اکثراً روزانه بین یک تا چهار ساعت بازی می‌کنند. بیشتر کِلَش بازان دانش‌آموز و دانشجو هستند و اکثراً دیگران را نیز به بازی تشویق می‌کنند. نکته جالب دیگری که از انجام آزمون‌ها به دست آمد این است که بین تعداد نصب بازی و هزینه برای آن رابطه علی غیر کاذب برقرار است، بدین معنا که افراد با توجه به اعتیادآوری این بازی حاضرند هزینه‌های بیشتری را بپردازند.

بنابراین دو عامل کاشت و یادگیری که در سنتز نظری بیان کردیم، در ترویج و ادامه بازی در میان بازیگران ایرانی دخالت دارند. شاید جذابیت ابتدایی نقش مؤثری در آغاز بازی داشته باشد، اما نشان دادیم که دوستان و افراد خانواده یکدیگر را تشویق می‌کنند که به بازی بپردازند. بنابراین دوستان و خانواده نقش مهم‌تری از جذابیت بازی در ترویج و اعتیاد بازی در بین ایرانیان دارند.

منابع

- بندورا، آلبرت (۱۳۹۸). نظریه شناخت اجتماعی، در کتاب *اثرهای رسانه‌ها: پیشرفت‌های نظریه و روش*، ویراستاران جنینگز برایانت و مری بث الیور. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی. ۲۱۱-۲۷۹.
- گونتر، بری (۱۳۸۴). *روش‌های تحقیق رسانه‌ای*. ترجمه مینو نیکو. تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.
- مورگان، مایکل، جیمز شاناهان و نانسی سیگنورلی (۱۳۹۸). بزرگ شدن با تلویزیون: فرایندهای کاشت. در کتاب *اثرهای رسانه‌ها: پیشرفت‌های نظریه و روش*. ویراستاران جنینگز برایانت و مری بث الیور. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی. ۷۷-۱۱۳.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.