

طراحی مدل مفهومی گرایش جوانان به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی با استفاده از نظریه داده بنیاد

احمد نظری ترشیزی^{۱*}، زهراسادات میرزازاده^۲، امیر اکبرزاده^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

۳. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

تاریخ دریافت: (۹۸/۰۱/۳۰) تاریخ پذیرش: (۹۸/۰۹/۱۱)

Designing a Conceptual Model of Young People's Attitudes toward Sporting Computer Games Based on the grounded theory

A. Nazari Torshizi^{1*}, Z.s. Mirzazadeh², A. Akbarzadeh³

1. Phd Student of Sport management, Ferdowsi university of Mashhad, Iran
2. Assistant Professor of Sport Management, Ferdowsi university of Mashhad, Iran
3. M. A of sport management, Ferdowsi university of Mashhad, Iran

Received: (19 April 2019)

Accepted: (02 December 2019)

Abstract

Man is introduced to the game since being born and by the game, which learns a lot of skills and games in the world today are done in many ways. One of the most popular ways to play video games is to sports games. Therefore the purpose of this article is designing a Conceptual Model of Young People's Attitudes toward Sporting Computer Games. First, by means of the Grounded theory of the foundation and the method of encoding the Glazer, through an interview with 23 experts in this field of scientific activity, Physical education students who had a history of online games and sport clubs executives, coded. 6 The category of "addiction to the game", "mental imagery", "sense of competition", "excitement", "club group" and "sense of excellence" were the main reasons for young people to play computer games. Then a conceptual model was drawn. To confirm the conceptual model derived from the Grounded foundation theory, a questionnaire was developed based on the results of the research and among those who at least once experienced computer games, they were distributed electronically and in person in a sampling compartment. A total of 120 questionnaires were collected and completed. The software version 3 of the conceptual model was tested using the software, which validated the results of the confirmatory factor analysis, conceptual model. Finally, around the categories discussed and suggestions for future research on ways to be useful for young people.

Keywords

Computer Games, Youth, Foundation Data Theory

چکیده

انسان از زمانی که به دنیا می‌آید با بازی آشنا می‌شود و به وسیله بازی است که خیلی از مهارت‌ها را یاد می‌گیرند و بازی‌ها در دنیای امروزه به شیوه‌های متعددی انجام می‌شود. یکی از شیوه‌های پرطرفدار، بازی‌های ویدئویی است که در این بین سهم بازی‌های ورزشی نیز بسیار پررنگ است. از این رو هدف مقاله این است که مدل مفهومی گرایش جوانان به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی را مشخص کند. ابتدا به وسیله نظریه داده بنیاد و شیوه کدگذاری گلایزر از طریق مصاحبه با ۲۳ نفر از متخصصانی که در این حوزه فعالیت علمی داشته‌اند، دانشجویان تربیت بدنی که سابقه بازی‌های آنلاین داشته‌اند و مدیران کلوب‌های ورزشی کدگذاری انجام شد و ۶ مقوله "اعتیاد به بازی"، "تصویرسازی ذهنی"، "حس رقابت"، "هیجان"، "گروه کانون" و "حس برتری" بعنوان دلایل اصلی گرایش جوانان به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی به دست آمد. سپس مدل مفهومی رسم شد. برای تأیید مدل مفهومی درخواستی از نظریه داده بنیاد، پرسشنامه‌ای طبق نتایج تحقیق ساخته شد و بین افرادی که حداقل یک بار تجربه بازی‌های رایانه‌ای ورزشی را داشته‌اند، به شیوه نمونه‌گیری در دسترس به صورت الکترونیکی و حضوری توزیع گردید که در مجموع ۱۲۰ پرسشنامه جمع‌آوری و تکمیل گردید. با استفاده از نرم افزار پی ال اس نسخه ۳ مدل مفهومی مورد آزمون قرار گرفت که نتایج حاصل از تحلیل عامل تاییدی، مدل مفهومی را تأیید کرد. در نهایت پیرامون مقوله‌های شناسایی شده بحث گردید و پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی در جهت راهکارهایی برای استفاده مفید و مناسب برای جوانان ارائه شد.

کلید واژه‌ها

بازی‌های رایانه‌ای ورزشی، جوانان، نظریه داده بنیاد

*Corresponding Author: Ahmad Nazari Torshizi
E-mail: ahmad.nazari.torshizi@gmail.com

* نویسنده مسئول: احمد نظری ترشیزی

مقدمه

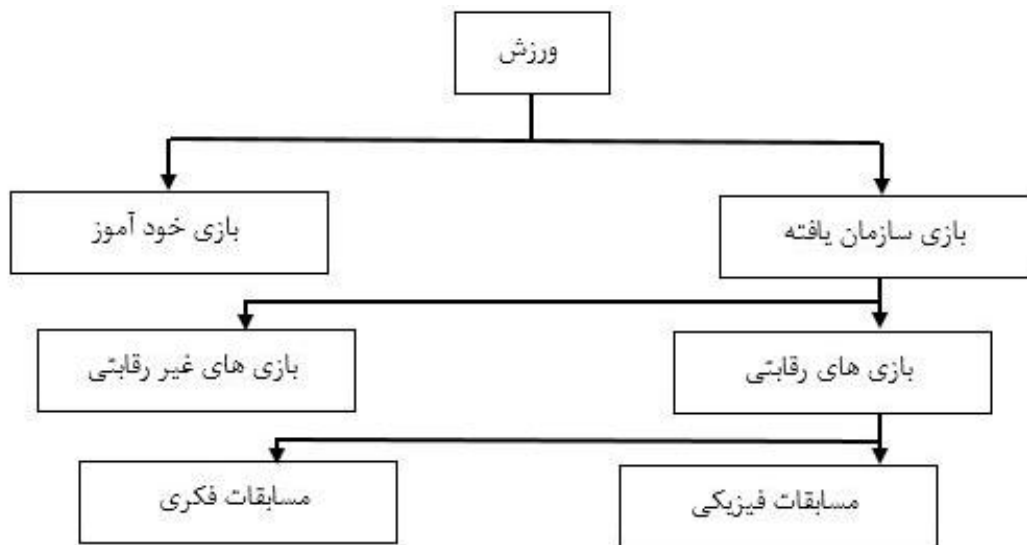
از میان کودکان و نوجوانان انتخاب کرده است. این بازی‌ها نه تنها بخش قابل توجهی از اوقات فراغت این قشر را به خود اختصاص داده است، بلکه اوقاتی را که آنان باید به انجام تکالیف درسی یا حضور در جمع خانواده اختصاص دهند را نیز دربر گرفته است (شاوردی و شاوردی، ۱۳۹۲، ۴۸). بازی، فعالیت یا اشتغال داوطلبانه که در محدوده‌های ثابت زمان و مکان، مطابق با قواعدی که آزادانه پذیرفته شده، اما مطلقاً الزام آور نیستند، با هدفی در خود انجام شده و با احساس تنش، لذت و آگاهی از متفاوت بودن آن با زندگی روزمره همراه است (ویترفورد و شارمن^۳، ۲۰۰۵، ۲۰۱). بازی‌های ویدئویی نه تنها بازی می‌شوند، بلکه تجربه می‌شوند: بازی یک نوع تجربه است و علاوه بر این، این تجربه می‌تواند در ارتباط با آنچه دامنه‌های جداگانه‌ای دارد، مرتبط باشد. این را می‌توان در "بازی‌هایی با مضمون بازی ورزشی" مشخص کرد. به عنوان مثال، آدی^۴ (۲۰۱۱) در وبسایت خود^۵ از مدیریت مباحث فوتبال و واژه بازی، نوشت: هر کسی که یک بار تجربه بازی رایانه‌ای ورزشی را داشته باشد، می‌تواند فوق‌العاده به آن اعتیاد پیدا کند (موریل و کرافورد^۶، ۲۰۱۸). کرافورد (۲۰۱۵) بیان می‌کند بازی رایانه‌ای مانند بازی‌های ورزشی، به طور صریح، یک لینک مستقیم و ساده‌ی ورزش در قالب بازی رایانه‌ای است. به این معنا که بازی‌های رایانه‌ای ورزشی به طور معمول به عنوان یک شبیه‌سازی ورزشی به طور مستقیم درک می‌شوند. ارتباط پیچیده بین ورزش و بازی‌های ویدئویی و اینکه آیا بازی‌های ویدئویی باید به عنوان یک ورزش در نظر گرفته شود، توسط بسیاری از نویسندگان مورد بررسی قرار گرفته یا حداقل مورد توجه قرار گرفته است، از جمله هاجینز^۷ (۲۰۰۸)، تیلور^۸ (۲۰۰۹)، (۲۰۱۲) و ویرتوسکی^۹ (۲۰۱۲) و قطعاً این بحثی است که در دهه‌های گذشته حل نشده است. نوجیما^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۸) نیز ورزش را اساساً فعالیت اوقات فراغت می‌دانند؛ فعالیتی که به شدت به عناصر بازی اشاره دارد. با این حال، به طور کامل معادل "بازی" نیست. بنابراین، تا حدودی دشوار است بازی‌های رایانه‌ای به عنوان یک ورزش تعریف کرد، آن هم زمانی که توافق کمی نسبت به تعریف این دو وجود دارد. بنابراین برای درک اینکه آیا یک بازی نقش ورزش دارد یا خیر

تحولات صورت گرفته در سالیان گذشته و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی، بسیاری از عرصه‌های زندگی بشری را نیز دستخوش تغییر کرده است. در واقع تحولات صورت گرفته در ساخت فناوری‌های جدید عادات و شیوه‌های زیستی، انسان‌ها را نیز به تغییر وا داشته‌اند. ساخت رایانه‌ها و دیگر فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در اواسط سده پیشین همچنان که تاثیر فراوانی بر عرصه‌های مختلف علمی، صنعتی و ... گذاشته‌اند؛ در عرصه‌های فرهنگی جوامع به خصوص فرهنگ فراغت آنها نیز تاثیر بسزایی داشته‌اند و شیوه‌های جدیدی را در گذراندن اوقات فراغت انسان‌ها پدید آورده اند (فرمانبر و همکاران، ۱۳۹۲، ۵۹). هزاره سوم را عصر انقلاب اطلاعاتی، رایانه‌ای و دیجیتالی، دوره تحقیق و انفجار دانش، دهکده جهانی و نظایر آن نامیده‌اند. به راستی عصر حاضر که تافلر آن را موج سوم نامیده است شیوه نوینی از زندگی را با خود آورده و بر نهادی نوین که می‌توان، آن را کلبه الکترونیک نامید، مبتنی است. نفوذ سریع فناوری اطلاعات در میان آحاد مردم موجب تغییر شیوه زندگی آنان شده است. تحولات سریع ناشی از کاربرد فناوری اعم از فناوری مولد و فناوری اطلاعاتی در زندگی بشر تغییرات شگرفی را در مسائل گوناگونی به وجود آورده است و این تغییرات، تأثیرات به‌سزایی در روند زندگی و کار مردم در سراسر جهان گذاشته است (صفاریان و همکاران، ۱۳۹۲، ۷).

یکی از این تغییرات به وجود آمده، سبک زندگی افراد است و گرایش آنها به مسائل مختلف و وجود جایگزین‌های مختلف است (چرنی و لندن^۱، ۲۰۰۶، ۷۲۱). به عنوان مثال در دنیای مدرن امروزی، افراد مشتاق به ورزش برای تخلیه هیجان و تجربه ورزش فقط به صورت سنتی ورزش نمی‌کنند و بسیاری از مشتاقان به ورزش که به هر دلیلی توانایی ورزش کردن را ندارند می‌توانند از طریق بازی‌های رایانه‌ای ورزشی نیاز خود را ارضا کنند. یکی از محبوب‌ترین انواع بازی‌های رایانه‌ای، بازی‌های ورزشی فوتبال است که هر ساله لیگ‌های مختلفی در سطح ملی و بین‌المللی برگزار می‌شود که نشان‌دهنده گستردگی آن در بین جوامع مختلف است (گریوز و همکاران^۲، ۲۰۰۸، ۵۹۸). در سال‌های اخیر بازی‌های رایانه‌ای به عنوان یک پدیده اجتماعی در کنار سایر رسانه‌های صوتی و تصویری در دنیای امروز به دلیل رشد چشم‌گیر فناوری‌های ارتباطی ملی با کشش و جاذبه‌های حیرت‌انگیز، عمده‌ترین مخاطبان خود را

3 Withford, Sharman
4 Adi
5 <http://sportskeeda.com>
6 . Muriel and Crawford
7 Hutchins
8 Taylor
9 . Witkowski
10 Nojima

1 Chorney and London
2 Graves et all



شکل ۱. تعریف ورزش

جوانان زیادی به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی روی می‌آورند که ممکن است ورزشکار باشند یا نباشند (لبلنک و چاپوت^{۱۳}، ۲۰۱۷، ۲۳۸). تحقیقات متعددی در زمینه‌ی بازی‌های رایانه‌ای شده است. نیازداد و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیق‌شان نشان دادند که بین بازی‌های رایانه‌ای و سبک زندگی دانش آموزان رابطه معنی‌دار و معکوسی وجود دارد که بازی‌های رایانه‌ای باعث می‌شود دانش‌آموزان عملکرد ضعیف‌تری نسبت به سبک زندگی خود مانند سلامت جسمانی، ورزش و تندرستی، کنترل وزن و تغذیه و سلامت روانشناختی داشته باشند. گروزر و همکاران^{۱۴} (۲۰۰۷) که در مقاله خود به ارتباط بین بازی‌های رایانه‌ای و اعتیاد به آن پرداختند و دریافتند فقط ۱۱/۹ درصد از شرکت‌کنندگان علائم اعتیاد به بازی را داشتند.

با همه تعاریف و توضیحاتی که در مورد نقطه‌های اشتراک ورزش و بازی‌های رایانه‌ای گفته شد اما دلایل گرایش افراد به این دو با یکدیگر تفاوت خواهد داشت. بازی‌های رایانه‌ای ورزشی مخصوصاً فوتبال اغلب به دلیل تجربه مثبت از سوی افراد بازی می‌شود، اما به ندرت این چیزی است که به درک بهتر بازی‌های رایانه‌ای و جزئیات آن کمک کند. از این رو هدف این مقاله به دنبال درک تجربیات و دلایل گرایش جوانان به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی به عنوان یک مدل و ابزاری برای درک بازی‌های رایانه‌ای ورزشی است و به طور ویژه این تحقیق به دنبال این است که خلا موجود در تحقیقات

باید به مفهوم ورزش دقت شود. ورزش به تمامی گونه‌های فعالیت فیزیکی بدن گفته می‌شود که شرکت‌کنندگان آن می‌توانند به صورت منظم و سازمان یافته یا گاه به گاه در آن شرکت کنند و از آن برای بهبود تناسب اندامشان یا فراهم آوردن سرگرمی و تفریح بهره ببرند (پری^{۱۱}، ۲۰۱۸، ۵). همچنین نوجیما و همکاران (۲۰۱۸) ورزش را با ترکیب مفاهیم مانند بازی، ساختار و رقابت، تعریف کردند که رابطه بین بازی و ورزش در شکل ۱ رسم شده است. طبق تعریف پری (۲۰۱۸) و نوجیما و همکاران (۲۰۱۸) بازی‌های رایانه‌ای ورزشی را با توجه به اینکه موجبات سرگرمی و تفریح را فراهم می‌کند و همچنین یک نوع رقابت است، می‌توان از اجزای ورزش نامید.

از نقطه نظر بازی‌های رایانه‌ای، ورزش‌ها زمینه‌های مهم برای ایجاد بازی‌های جدید هستند. علاوه بر این، چندین بازی کامپیوتری که دارای تکنولوژی پیشرفته‌تری هستند، مردم را قادر می‌سازد تا چنین بازی‌هایی را با مقدار مشخصی از فعالیت‌های بدنی بازی کنند. بازی‌های کامپیوتری به عنوان یک فن‌آوری که مردم را به ورزش کردن انگیزه دهد، تمرکز می‌کند و اعتقاد بر این است که این تکنولوژی می‌تواند باعث انگیزه افراد برای فعالیت جسمانی شود (ریچارد و گراهام، ۲۰۱۶، ۹۲۰). از همین نظر بازی‌ها بخشی جدایی ناپذیر از زندگی همه هستند؛ برخی حتی ممکن است بگویند ضروری است (بوکرز^{۱۲} و همکاران، ۲۰۱۸، ۳). به همین دلیل است که

13. LeBlanc and Chaput

14. Grüsser et all

11 Parry

12. Buckers

اطلاعات جمع‌آوری گردید؛ دلیل انتخاب دانشجویان تربیت‌بدنی به سبب درک بیشتر از هیجانانگیز بودن به بازی‌های مذکور و همچنین داشتن تجربه ورزش نیز بود. در این قسمت از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد تا داده‌ها به اشباع نظری رسید و همانطور که ذکر شد روش جمع‌آوری اطلاعات در این قسمت به وسیله مصاحبه نیمه‌ساختار یافته بود که بیش از نیمی از مصاحبه‌ها به صورت حضوری و برخی از مصاحبه‌ها به علت در دسترس نبودن نمونه تحقیق توسط شبکه‌های مجازی انجام شد که در مجموع ۲۳ مصاحبه انجام شد تا داده‌ها به اشباع نظری رسیدند. در این قسمت از نظریه داده‌بنیاد و شیوه کدگذاری گلایزر استفاده شد. بعد از تجربه و تحلیل داده‌های کیفی، مدل مفهومی گرایش جوانان به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی ترسیم شد. سپس برای تأیید مدل مفهومی برخاسته از نظریه داده‌بنیاد، پرسشنامه‌ای طبق نتایج تحقیق ساخته شد. برای تأیید روایی محتوایی پرسشنامه از نظرات متخصصان مدیریت ورزشی استفاده شد و پس از تأیید روایی محتوایی، پرسشنامه توزیع گردید. همچنین برای تأیید پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که برابر با ۰/۸۱ بود که نشان دهنده پایایی بالای پرسشنامه بود. جامعه آماری تحقیق شامل افرادی بود که حداقل یک بار تجربه بازی‌های رایانه‌ای ورزشی را داشته‌اند که به شیوه نمونه‌گیری در دسترس به صورت الکترونیکی و حضوری توزیع گردید که در مجموع ۱۲۰ پرسشنامه جمع‌آوری و تکمیل گردید که این تعداد مورد آزمون و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. از مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار اسمارت پی.ال.اس نسخه ۳ به دلیل عدم نیاز به نرمال بودن توزیع داده‌ها، امکان حل مدل‌های با گویه‌های کمتر، استفاده از نمونه‌های کمتر نسبت به سایر نرم‌افزارهای موجود استفاده شد (هیر و همکاران، ۲۰۱۱، ۱۴۶).

یافته‌های پژوهش

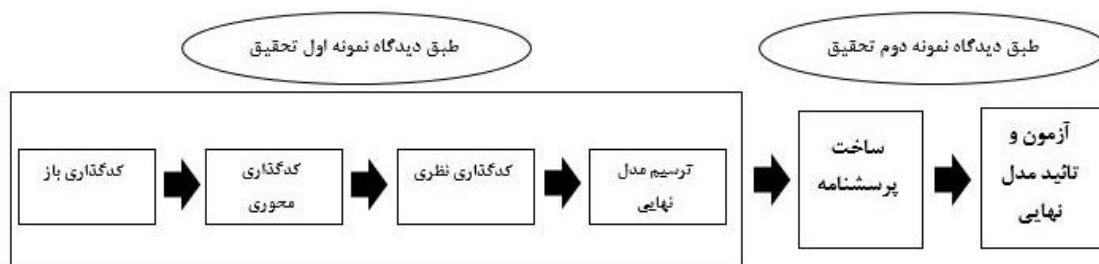
همانطور که ذکر شد در این پژوهش از نظریه داده‌بنیاد و شیوه کدگذاری بر آینده یا گلایزر برای طراحی مدل مفهومی دلایل گرایش جوانان به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی استفاده شد. داده‌های حاصل از مصاحبه در طی ۳ گام مورد تحلیل قرار گرفت که به شرح زیر می‌باشد.

قبلی که به بازی‌های رایانه‌ای پرداخته بودند را کامل کند و زمینه‌ای برای تحقیقات بیشتر در مورد شباهت‌ها، تفاوت‌ها و رویکردهای گرایش جوانان به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی نسبت به ورزش بپردازد.

روش‌شناسی پژوهش

در تحقیق حاضر برای دستیابی به یک مدل مفهومی جامع در خصوص دلایل گرایش جوانان به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی مراحل زیر طی شد. ابتدا از نظریه داده‌بنیاد استفاده شد. این روش جهت به دست آوردن داده‌های پر محتوا و در جهت آشکارسازی فرآیندهای اجتماعی نهفته در تعاملات انسانی به کار می‌رود و پژوهشگر به تولید فهمی از یک فرآیند که به موضوعی واقعی مربوط است، مبادرت می‌ورزد (دانائی فرد و همکاران، ۱۳۹۱). نظریه داده‌بنیاد با پارادایم‌های متعدد و رویکردهای گوناگونی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد که مهمترین آنها عبارتند از: رویکرد استراوس کوربین یا نظام‌مند، رویکرد گلایزر یا بر آینده و رویکرد ساختارگرایانه. این پژوهش رویکرد برآینده و یا همان رویکرد گلایزری را دنبال نموده است چرا که این رویکرد الگوهای گسترده‌تر و متنوع‌تری را جهت تلفیق داده‌ها ارائه می‌دهد. در واقع این رویکرد به جای تحمیل نظریه به داده‌ها، نظریه‌ها را از بطن داده‌ها کنکاش می‌کند و نسبت به دو رویکرد دیگر غیر ساختاریافته است (حمید و همکاران، ۲۰۱۲، ۶۶۸). شیوه کدگذاری گلایزر شامل کدگذاری باز^{۱۵}، کدگذاری محوری^{۱۶} و کدگذاری نظری^{۱۷} می‌باشد (گلایزر^{۱۸}، ۲۰۰۸، ۳۰) که از طریق این شیوه و مصاحبه‌ها مدل نهایی ترسیم شد. در مرحله دوم تحقیق برای تأیید مدل مفهومی برخاسته از نظریه داده‌بنیاد، پرسشنامه‌ای طبق نتایج تحقیق ساخته شد و پس از تأیید روایی محتوایی و پایایی در اختیار نمونه دوم تحقیق قرار گرفت. مراحل دستیابی و تأیید مدل مفهومی طراحی شده به شرح شکل ۲ می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی است که به شیوه آمیخته (کیفی و کمی) انجام شد. ابتدا از طریق مصاحبه با متخصصانی که در زمینه بازی‌های رایانه‌ای تحقیق انجام دادند، دانشجویان تربیت‌بدنی که در مسابقات آنلاین بازی‌های رایانه‌ای ورزشی شرکت فعال داشته‌اند و مدیران کلوب‌های ورزشی که خدمات بازی‌های رایانه‌ای ارائه می‌دهند،

15 Hamid et all
16 Open coding
17 Selective coding
18 Theoretical coding
19 Glaser



شکل ۲. مراحل اجرای تحقیق

جدول ۱. مفاهیم و نمونه کدهای حاصل از تحلیل داده‌ها در مرحله کدگذاری انتخابی

مفهوم	کد
اعتیاد به بازی	عادت کردن به بازی عصبی بودن در صورت بازی نکردن شرطی شدن برای مراجعه به کلپ‌های بازی عدم کنترل زمان در هنگام بازی تمایل شدید به ماندن در کلپ‌های بازی علی‌رغم بازی نکردن تخصیص پول کافی برای بازی کردن در کلپ‌های بازی
تصویرسازی ذهنی	حس رهبری کردن تیم مورد علاقه خود خیال پردازی گزارشگری کردن در حین بازی عدم توانایی بازی در واقعیت و ارضای آن از این طریق
حس رقابت	ادعای زیاد در بازی پاداش‌های نقدی و جایزه در مسابقات رسمی کل کل‌های دوستانه شرطی بازی کردن مسابقات آنلاین
هیجان	عدم تکرار نتایج و شیوه‌های بازی عدم اطمینان در هنگام بازی هیجان بالا به دلیل طراحی گرافیکی بالا احساس هیجان خود ورزش در هنگام بازی تخلیه انرژی در هنگام بازی
گروه کانون	تشویق دوستان وجود گروه‌های بازی در کلپ‌های بازی احساس تعلق به گروه دوستی طرد شدن از طرف دوستان به دلیل بازی نکردن
حس برتری	حس قدرت افزایش حس اعتماد به نفس القای حس آرامش لذت تصاحب و مالکیت یادگیری مهارت‌ها و تاکتیک‌های ورزشی افزایش اطلاعات ورزشی

کدگذاری باز

بر اساس رویکرد گلیزر، کدگذاری باز تا زمانی انجام می‌شود که اثرات ظهور مقوله محوری^{۲۱} نمودار شود، تا بدین ترتیب در مرحله بعدی یعنی مرحله کدگذاری انتخابی، کدگذاری بر اساس این مقوله هدایت شود. برای کدگذاری باز، باید به صورت آگاهانه به جستجوی متغیر محوری پرداخت و از حساسیت نظری^{۲۲} در این مرحله برخوردار بود که گلیزر در این رابطه چنین عنوان می‌کند: همانطور که محقق به طور مداوم پیشامدها و مفاهیم را مقایسه می‌کند، کدهای متعددی را ایجاد می‌نماید، در حالی که حواس خود را نسبت به یک یا دو کد محوری، جمع می‌کند و محقق در جستجوی تم‌های اصلی است (گلیزر، ۱۹۷۸). با توجه به مطالب ذکر شده، اثرات مقوله محوری، پس از کدگذاری مصاحبه یازدهم پدید آمد.

کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی با ظهور مقوله محوری در مرحله کدگذاری باز، آغاز می‌شود. در این مرحله کدگذاری‌ها حول این مقوله صورت می‌گیرد. بنابراین در ادامه مصاحبه‌ها، کدگذاری حول مقوله محوری استخراج شده در مرحله کدگذاری باز، صورت گرفت. جدول شماره ۱ کدها و مفاهیم به دست آمده در این مرحله را آشکار می‌کند. البته باید ذکر کرد که در این جدول فقط به عناوین کدها اشاره شده و فراوانی هر یک از این کدها با یکدیگر تفاوت دارد.

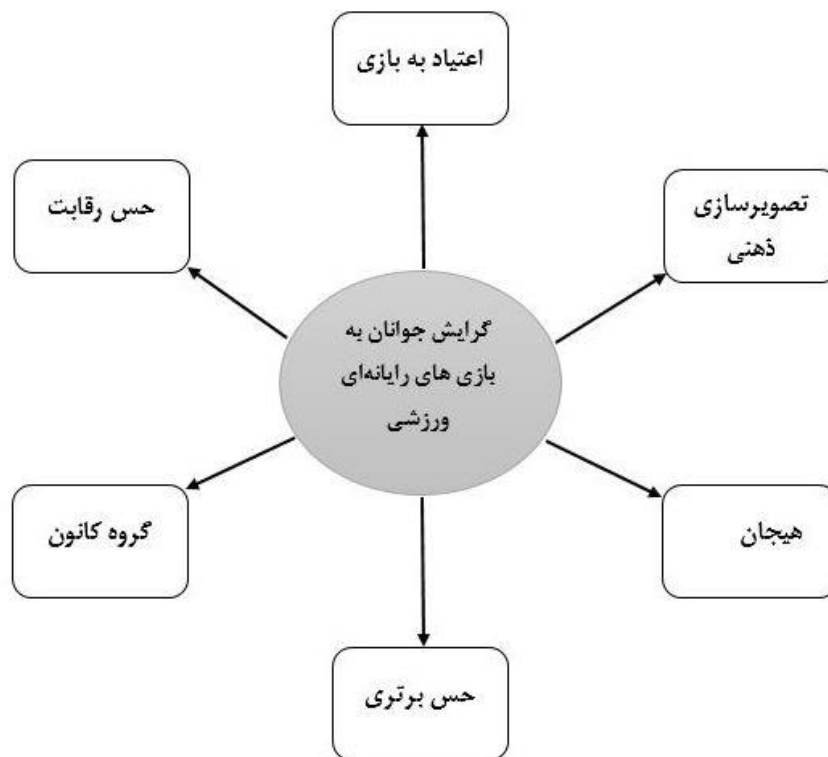
کدگذاری نظری

این مرحله کدگذاری، ترکیب مفاهیم به وسیله‌ی یک الگوی ارتباطی را نشان می‌دهد (لوکی^{۲۳}، ۲۰۰۱). کدهای نظری از

21 Core category

22 Theoretical sensitivity

23 Locke



شکل ۳. مدل مفهومی حاصل از تحلیل داده‌ها در کدگذاری نظری

برای آزمون مدل تحقیق، از مدل سازی مسیری- ساختاری استفاده شده است. این روش، مدلی آماری برای بررسی روابط خطی بین متغیرهای تحقیق و سؤالات پرسشنامه است. به عبارت دیگر مدل سازی مسیری- ساختاری تکنیک آماری قدرتمندی است که مدل اندازه گیری و مدل ساختاری را با یک آزمون آماری همزمان ترکیب می کند. به منظور بررسی تحلیل عاملی تاییدی باید چند عامل باید در نظر گرفته شود. ابتدا بارعاملی هر مولفه است مقادیر کمتر از $0/3$ ضعیف، بین $0/3$ تا $0/6$ متوسط و از $0/6$ به بالا خوب تفسیر می شود که در شکل ۴ گزارش شده است که بار عاملی آنها بالاتر از $0/6$ می باشد و خوب تفسیر می شود و برای ارزیابی مدل درونی یا مدل ساختاری، شاخص‌های متعددی وجود دارد که از جمله می توان به ضریب تعیین (R^2) اشاره کرد. ضریب تعیین یک معیار اساسی برای ارزیابی متغیرهای مکنون درون‌زا می باشد. مقادیر R^2 برابر $0/18$ و $0/52$ در مدل های مسیری PLS به ترتیب ضعیف و قابل توجه توصیف می شود (هنسلر^{۲۶}، ۲۰۱۲). بر اساس نتایج در جدول ۲، ضریب تعیین برای تمام متغیرهای درون‌زا مقدار قابل قبول است که کیفیت مدل ساختاری را

مدل های انتزاعی تشکیل می شوند که مقولات را در جهت یک نظریه تلفیق می کند (گلیزر و هن^{۲۴}، ۲۰۰۵). گلیزر برای تلفیق کدهای حقیقی، ۱۸ خانواده از کدهای نظری را به عنوان الگوهای برای ترغیب کدهای حقیقی معرفی می کند. وی بدون ارائه یک الگوی شماتیک مشخص، به مجموعه‌ای از واژه‌ها اشاره می کند که هر یک از آنها می توانند در تلفیق کدهای حقیقی، راهنما باشد. به عبارت دیگر وی در اشاره به هر یک از خانواده‌های کدگذاری بدون معین کردن نحوه پیوند میان واژه‌ها، محقق را آزاد می گذارد تا خود اقدام به تلفیق کدها و مدل سازی نماید. در این پژوهش با تلفیق مقولات به دست آمده، مدل تحقیق در «خانواده کدگذاری نوع^{۲۵}» قرار می گیرد و به صورت زیر ترسیم شد.

در ادامه برای تأیید مدل مفهومی برخاسته از نظریه داده بنیاد به شیوه کدگذاری گلیزر پرسشنامه‌ای طبق نتایج تحقیق ساخته شد و در اختیار افراد نمونه تحقیق که شامل تمامی افرادی بود که حداقل یک بار تجربه بازی های رایانه‌ای ورزشی را داشته باشد.

جدول ۲. بررسی شاخص های روایی و پایایی سازه تحقیق

سازه	ضریب تعیین	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	مجدور واریانس استخراج شده AVE
اعتیاد به بازی	۰/۵۱	۰/۷۵	۰/۸۲	۰/۵۴
گروه کانون	۰/۶۶	۰/۷۲	۰/۷۶	۰/۵۷
هیجان	۰/۴۹	۰/۸	۰/۸۶	۰/۵۶
حس برتری	۰/۵۴	۰/۸۹	۰/۹۱	۰/۶۵
حس رقابت	۰/۶۱	۰/۷۸	۰/۸۵	۰/۵۴
تصویرسازی ذهنی	۰/۶	۰/۷۶	۰/۸۳	۰/۵۱
گرایش به بازی	—	۰/۸۱	۰/۸۶	۰/۵۷

جدول ۳. روایی واگرا به روش فورنل لارکر

متغیر	اعتیاد به بازی	گروه کانون	هیجان	حس برتری	حس رقابت	تصویرسازی ذهنی	گرایش به بازی
اعتیاد به بازی	۰/۷۲						
گروه کانون	۰/۲۶	۰/۸۱					
هیجان	۰/۳۴	۰/۴۲	۰/۷				
حس برتری	۰/۴۵	۰/۵۳	۰/۲۸	۰/۷۴			
حس رقابت	۰/۴۲	۰/۴۳	۰/۳۲	۰/۲۹	۰/۷۸		
تصویرسازی ذهنی	۰/۵۱	۰/۶۴	۰/۲۱	۰/۱۸	۰/۴۱	۰/۷۷	
گرایش به بازی	۰/۳۶	۰/۴۲	۰/۳۵	۰/۳۲	۰/۲۶	۰/۳۷	۰/۷۵

جدول ۴. برآورد پارامترهای مدل ساختاری

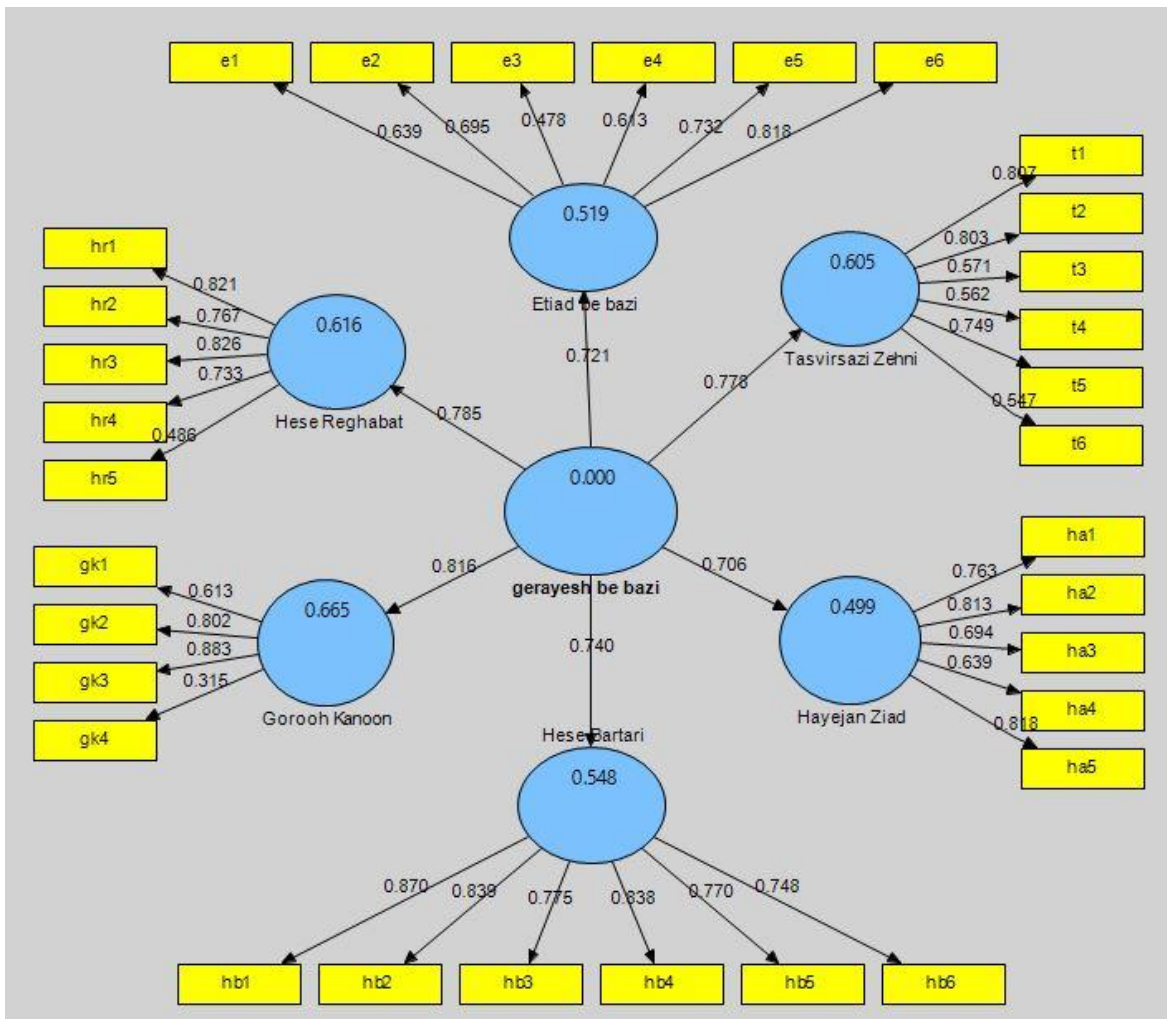
متغیر	شاخص اشتراکی	شاخص افزونگی
اعتیاد به بازی	۰/۴۴	۰/۲۱
گروه کانون	۰/۴۷	۰/۳
هیجان	۰/۵۶	۰/۲۷
حس برتری	۰/۶۵	۰/۳۴
حس رقابت	۰/۵۴	۰/۳۳
تصویرسازی ذهنی	۰/۴۶	۰/۲۷
گرایش به بازی	۰/۵۷	—

$$GOF = \sqrt{Communalities * R^2} = \sqrt{0.58 * 0.44} = 0.5$$

افزونگی فقط برای متغیرها درون‌زا (متغیر ملاک) محاسبه می‌گردد و مانند شاخص اشتراکی باید مقدار آن مثبت باشد. در کتاب‌های آماری سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند (چین، ۲۰۱۰).

در نهایت از شاخص اشتراکی^{۲۷} برای برازش مدل اندازه‌گیری، از شاخص افزونگی^{۲۸} برای برازش مدل ساختاری و از نیکویی برازش (GOF) برای برازش کلی اندازه‌گیری می‌شود. شاخص

27. Commuality
28 Redundancy



شکل ۴. مدل مفهومی در حالت تخمین استاندارد

افراد معتاد به بازی‌های گوشی هوشمند پرداختند و مسئله اعتیاد به بازی را در سایر کنسول‌های مختلف بازی را به اثبات رساندند که با نتایج تحقیق حاضر همپوشانی دارد. دومین مقوله که شناسایی شد "تصویرسازی ذهنی" بود. افراد مختلف با ذهنیت‌های مختلفی به بازی می‌پردازند. برخی ممکن است خود را جای بازیکن محبوب بگذارند، برخی ممکن است حس مدیریت و مربیگری یک تیم به آنها دست بدهد، افرادی ممکن است در حین بازی گزارشگری کنند و از این طریق از بازی لذت ببرند و از این قبیل موارد. در همه موارد ذکر شده آنچه مهم است حس خیالی افراد به بازی است که آنها را مجاب به بازی می‌کند و تقریباً تمام افراد به این موارد اشاره‌ای داشتند. همین حس خیال پردازی و تصویرسازی افراد است که شرکت‌های بازی‌سازی و کنسول را مجاب کرده است تا بازی‌هایی را بسازند تا به واقعیت نزدیک باشد تا افراد در حین بازی حس واقعی بودن به آنها دست دهد. بعنوان مثال سینماهای چندبعدی یک مورد

با توجه به یافته‌های بالا مدل مفهومی تحقیق تأیید می‌شود.

تحلیل یافته‌های پژوهش

داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها ۶ مقوله‌ی محوری را نشان داد. ابتدا مفهوم "اعتیاد به بازی" نمایان شد. اعتیاد به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی نشان‌دهنده‌ی این مسئله است که جوانان زیادی ممکن است این نوع بازی‌ها را به دلایل متفاوتی انجام دهند اما در مرور زمان به آن اعتیاد پیدا کنند و یکی از دلایل اصلی آنها برای بازی شود. زمانیکه جوانان از عباراتی مانند "من باید بازی کنم وگرنه چیزی کم دارم"، "من به بازی کردن عادت کردم و اگه بازی نکنم حس خوبی ندارم" و ... نشان‌دهنده‌ی این مسئله است. از همین رو چن^{۲۹} و همکاران (۲۰۱۹) تحقیقی در مورد

29. Chen

بازی‌ها، تخلیه انرژی افراد و ... شکل می‌گیرد انگیزه اصلی برای خیلی از افرادی بود که به این بازی‌ها روی می‌آورند. ممکن است فردی با بازی کردن از مسائل روزمره زندگی دور شود و این نوع بازی‌ها برای تنوع و پر کردن اوقات فراغت آنها موثر باشد که این یافته را قابل توجه می‌کند. پنجمین مقوله شناسایی شده "گروه کانون" یا تاثیر گروه‌های دوستی برای افراد است. این نتیجه به منزله این است که افراد ممکن است تحت تاثیر دوستان خود به بازی رایانه‌ای ورزشی گرایش پیدا کنند. مواردی که توسط مصاحبه شونده‌گان ذکر شد نشانگر این بود که این انگیزه محکمی برای ادامه روند بازی برای آنها باشد و اگر دوستانشان بازی نکنند ممکن است انگیزه‌ای برای بازی نداشته باشند یا اگر دوستانشان بازی کنند و خودش بازی نکند ممکن است از طرف گروه دوستی خود طرد شود و به همین دلیل است که به این سمت گرایش پیدا کردند. مدیران کلوپ‌های ورزشی نیز این گروه‌های دوستی را که در این فضا شکل می‌گیرد را یک عامل قوی برای وفاداری آنها به مراجعه بیشتر و زمان بیشتر برای بازی کردن می‌دانستند و به زعم آنها تاثیر گروه کانون در جذب افراد به بازی از همه موارد بیشتر است. آخرین مقوله شناسایی شده "حس برتری" است که به افراد دست می‌دهد. افراد با بازی کردن احساس قدرت، اعتماد به نفس بیشتر، احساس آرامش، لذت تصاحب و مالکیت به چیزی، احساس مهم بودن و ... را می‌کنند. پس زمانیکه به وسیله یک بازی می‌تواند احساس مثبتی در خود ایجاد کند چرا بازی نکند؟ به زعم آنها اطلاعات عمومی، تاکتیک و مهارت‌های بازی و اطلاعات ورزشی آنها در حین بازی کردن افزایش می‌یابد و این موارد به آنها این حس را القا می‌کند که نسبت به افرادی که این بازی را بلد نیستند یا بازی نمی‌کنند، برتری دارند.

بحث و نتیجه گیری

بازی یکی از همراهان قدیمی انسان است. شاید از همان زمان که اجداد ما در غارها حوصله‌شان سر می‌رفت و شروع به بازی با سنگریزه‌های کف غار می‌کردند، بازی آغاز شد. انسان با بازی، زندگی اجتماعی را تجربه می‌کند و حس رقابت و موفقیت را درک می‌کند و از تجربه کار گروهی لذت می‌برد و با دیگران وجوه اشتراک جدید پیدا می‌کند. دوستی‌های جدید می‌سازد و می‌خندد و ناراحت می‌شود و بسیاری از لذت‌های واقعی زندگی را در مقیاس‌هایی کوچک تجربه می‌کند. اما امروزه به لطف فناوری خیلی چیزها تغییر کرده است و بازی‌ها هم از این قاعده سوا نیستند. شکل نوینی از بازی‌ها ظهور کرده

مشابه نیز می‌تواند باشد. زیرا در این حالت به مراجعه کننده این حس را القا می‌کند که در وضعیت واقعی قرار دارد، در صورتیکه خودش می‌داند واقعی نیست اما هیجانانگیز مربوط به آن شرایط را درک می‌کند. در بازی‌های رایانه‌ای ورزشی نیز شخص سعی دارد تا با تصویرسازی و خیال پردازی خود را از حالت مجازی به حالت واقعی نزدیک نماید و به دلیل محبوبیت ورزش مخصوصا فوتبال گرایش افراد به بازی‌ها به وسیله تصویرسازی ذهنی توجه می‌شود (که در این موارد افراد چیزی که به آن دست پیدا نکرده اند را بعنوان یک انگیزه برای بازی می‌دانند). سومین مقوله شناسایی شده "حس رقابت" افراد در این نوع بازی‌ها است. ورزش به خودی خود نیز رقابت پذیر است و از این رو این بازی رایانه‌ای ورزشی هم به طبع آن حس رقابت را دارد. به دلیل همین حس رقابت است که مسابقات مختلفی از سطح منطقه‌ای، کشوری یا حتی جهانی به صورت منظم و سیستماتیک در بسیاری از نقاط دنیا برگزار می‌شود. البته ماهیت این نوع بازی‌ها رقابت است و باید به آن بعنوان یک دلیل اصلی و کلی که واضح است نگریست اما باید به این نکته هم نیز توجه داشت که انگیزه فردی که برای بردن بازی می‌کند با کسی که برای پر کردن زمان خالی خود به این نوع بازی‌ها روی می‌آورد متفاوت است. منظور حس رقابت در این تحقیق، نوع دوم یعنی انگیزه افراد برای بردن است. بسیاری از مدیران کلوپ‌ها و بازیکنانی که سابقه مسابقه آنلاین را داشتند به این نکته که برد و باخت برای آنها بسیار مهم است و اگر ببازند باید اینقدر بازی را تکرار کنند تا نتیجه را به سمت خود تغییر دهند اشاره داشتند. این جمله بیانگر اهمیت حس رقابت بازی‌های رایانه‌ای ورزشی برای بازی کردن افراد است. از همین رو سپهر و هد^۳ (۲۰۱۸) به رضایت‌پذیری مسئله رقابت در بازی‌های ویدئویی پرداختند و نشان دادند که ادراک رقابت‌های بازی ویدئویی تاثیر زیادی بر تجربه و رضایت افراد دارد. در حالی که شخصیت فرد نیز بر درک حس رقابت در بازی تاثیر می‌گذارد و این تصور نیز می‌تواند تحت تاثیر شرایط رقابت قرار گیرد. این نتایج منطبق با نتایج تحقیق حاضر است که نشان داد برخی از افراد که سابقه بازی آنلاین دارند و شخصیت آنها نیز متفاوت است ممکن است درک و انگیزه متفاوتی نسبت به بازی رایانه‌ای ورزشی داشته باشند که آن همان حس رقابت پذیری است. چهارمین مقوله شناسایی شده "هیجان" بازی‌های رایانه‌ای ورزشی است. هیجانی که از عدم اطمینان نتایج بازی، از عدم تکرار پذیری شیوه‌ها و تاکتیک‌های بازی، کیفیت بالای

یک بازی تاثیرگذار نیستند. اینها همه موثراند اما اصلی‌ترین عامل انجام دادن کارها با همتایان و در برابر چشمان دیگران است، فرآیندی که در بازی‌های آنلاین گروهی به شدت تقویت می‌شود. دومین عامل که باید به آن توجه ویژه‌ای داشت حس برتری است. بعنوان مثال چرا معمولاً به بچه‌های شیطان بیشتر بها می‌دهند و به آنها مسئولیت می‌دهند؟ به دلیل اینکه با تحریک حس قدرت طلبی و کنترل بر روی دیگران شیطنت آنها را مهار کنند. شخصیت‌های بازی مخصوصاً بازی‌های ورزشی هم طوری طراحی می‌شوند و عمل می‌کنند که به بازیکن قدرتی القا کرده که گویی خود آنها در بین هزاران تماشاگر داخل استادیوم در حال انجام مهارت و دربیل زنی و گل‌زنی است و جاه طلبی اش را از این طریق ارضا کنند. با توجه به همه این موارد نمی‌توان از جذابیت‌ها و فراگیری بازی‌های رایانه‌ای ورزشی و باقی‌ماندن آنها در زندگی و سبب سرگرمی افراد غافل شد. به نظر می‌رسد آن چه می‌تواند در حال حاضر کمک کننده باشد مدیریت حضور افراد و نوجوانان در فضای بازی‌های رایانه‌ای ورزشی است.

همانطور که گفته شد برخی از هیجانات مربوط به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی با خود ورزش نیز تفاوت دارد ولی از سویی بیان شد که با توجه به تعریف پری (۲۰۱۸) و نوجیما و همکاران (۲۰۱۸) بازی‌های رایانه‌ای ورزشی را با توجه به اینکه موجبات سرگرمی و تفریح را فراهم می‌کند و همچنین یک نوع رقابت است، می‌توان از اجزای ورزش نامید. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی به این مسئله بپردازد و هیجانات مربوط به ورزش و این نوع بازی‌ها را مقایسه و تحلیل کند تا درک بهتری از شباهت‌ها و تفاوت‌های این دو ظاهر گردد. علاوه بر این پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آتی بین موفقیت افراد در بازی‌های رایانه‌ای ورزشی و میزان ورزشکار بودن آنها تحقیق انجام داد. با توجه به اینکه ۶ مقوله مهم برای گرایش جوانان به این نوع بازی‌ها شناسایی شد اما مطمئناً دلایل متعدد دیگری نیز وجود خواهد داشت و با توجه به مسائل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و حتی جغرافیایی نیز می‌توان نتایج متفاوتی به دست آورد. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود تحقیق مشابه در جامعه آماری متفاوت با فرهنگ‌های مختلف انجام شود تا بتوان نتایج تحقیق حاضر را مقایسه کرد. می‌توان در تحقیقات بعدی بین انواع بازی‌های رایانه‌ای (ورزشی، اکشن، استراتژیک، ماشین سواری، فکری و ...) مقایسه و تحلیل انجام داد تا بتوان راهکارهایی برای استفاده مفید و مناسب برای جوانان پدید آورد تا زمان را مدیریت کنند.

است و این شکل نو ویژگی‌های خاص خود را دارد. بازی‌های رایانه‌ای به‌طور باور نکردنی افراد را برانگیخته و میخکوب می‌کنند و آنها وادار به رفتارهایی می‌کند که قبلاً هیچ رسانه دیگری این کار را نکرده است. بازی‌های رایانه‌ای کاری کرده‌اند که میلیون‌ها انسان در سرتاسر جهان با این بازی‌ها خو بگیرند. همه اینها ممکن است نشان از یک رویداد نگران کننده یا یک اشتباه در رفتار انسانی باشد ولی می‌شود به قضیه جور دیگری نگاه کرد. اینکه چرا این همه تلاش و انرژی انسانی صرف می‌شود و چه مکانیزم‌هایی در بازی‌های رایانه‌ای ورزشی در جریان است که افراد را در دنیای خود غرق می‌کند؟

واقعا قدرت بازی‌های رایانه‌ای در خیال پرداززی فوق‌العاده است و جذابیت‌های بصری و گرافیکی و سناریوی بازی به اعجاز آن می‌افزاید. بازیکن می‌تواند با امکانات بازی محدودیت‌های جهان واقعی را درک کرده و جهان مجازی خود را خلق کند. او می‌تواند جای بازیکن اصلی قرار بگیرد و اتفاقات بازی را رقم بزند و هویتی جدید برای خود بیافریند، و این‌ها همه بسیار جذابند ولی عاملی که باعث شده بازی‌های رایانه‌ای ورزشی با این سرعت مسیر موفقیت و جذب مخاطب را طی کند، شناخت و تحلیل رفتار و انگیزه‌های انسانی است؛ چیزی که طراحان بازی‌ها به خوبی از آن آگاهند و با به‌کارگیری آن در جزئی‌ترین المان‌ها، بازیکن را دائماً درگیر و پی‌گیر بازی نگه می‌دارند، مفهوم "درگیر شدن" بسیار مهم است و بارها این کلمه تا انتهای این مطلب تکرار خواهد شد.

همه بازی‌های موفق سعی می‌کنند افراد را درگیر خود کنند. بطور کلی کسی که درگیر موضوعی می‌شود دو فرآیند کاملاً مختلف در جریان است. "خواستن" و "دوست داشتن" وجود این دو حالت با هم به معنای درگیر شدن است.

خواستن در بازی یعنی یک جور حس رسیدن به هدف توأم با اشتیاق و دوست داشتن همان احساس خوشی و لذت و لحظات پرابهت بازی است که باعث دوست داشتن آن می‌شود. هر چه بازی‌ها بیشتر درگیری ذهنی ایجاد کنند موفق‌ترند چون افراد زود به زود به سراغ آنها می‌روند و به دفعات بازی می‌کنند و مدت زمان بازی‌شان افزایش می‌یابد و حتی با دیگران در موردش صحبت می‌کنند. چند دلیل عمده شناسایی شد که افراد را به سمت بازی‌های رایانه‌ای ورزشی سوق می‌دهد اما بعضی از آنها جای بحث بیشتری دارد. مثلاً تاثیر گروه کانون. بزرگترین تحریک برای افراد از نظر علم عصب شناسی، دیگران هستند و این چیزی است که در بسیاری از بازی‌ها افراد را هیجان زده و درگیر می‌کند. در واقع اعتیاد به بازی، حس برتری، حس رقابت و تصویرسازی، همه چیز در جذابیت

REFERENCES

- Safarian Hamedani, S. Abdollahi, M. Daeizade, H. Bayat, Y. (2013). The Relationship between the Amount of Playing Computer Games and Students' Mental Health and Academic Performance. *Quarterly Journal of Information and Communication Technology and Educational Science*. 3(11): 5-20. (Persian).
- Farmanbar R, tavana Z, Estebarsari F, Roushan Z. The Relationship between Playing Computer Games with Aggression among Middle School Students in the City Of Rasht in 2013. *Iran J Health Educ Health Promot*. 2013; 1 (3):57-66. (Persian).
- Cherney, D. London, K. (2006). Gender-linked Differences in the Toys, Television Shows, Computer Games, and Outdoor Activities of 5- to 13-year-old Children. *Journal of Sex Roles*. 54: 717-726.
- Graves, L. Stratton, G. Ridgers, N.D Cable, N.T. (2008). Energy expenditure in adolescents playing new generation computer games. *Exercise medicine highlights from the BMJ*. 42: 592-594.
- Shaverdi T, Shaverdi Sh. (2009). Children, Adult and Mothers' View about the Social Impacts Of Computer Games. *Iranian Journal of Cultural Research*. 2(7):47-76. (Persian).
- Witherford, N.D. Sharman, Z. (2005). The Political Economy of Canada's Video and Computer Game Industry. *Canadian Journal of Communication Corporation*. 30(2): 187-210.
- Muriel, D. Crawford, G. (2018). Video Games as Culture. Considering the Role and Importance of video Games in Contemporary Society. London: Routledge
- Crawford, G. (2015). Is it in the Game? Reconsidering play spaces, game definitions, theming and sports videogames'. *Games & Culture* 10(6): 571-592.
- Hutchins, B, (2008), Signs of meta-change in second modernity: The growth of e-sport and the World Cyber Games. *New Media and Society*. 10(6): 851-869.
- Taylor, T.L. (2009). *Play between Worlds. Exploring Online Game Culture*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Taylor, T.L. (2012). *Raising the Stakes. E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Witkowski, E. (2012). on the digital playing field: How we "do sport" with networked computer games. *Games and Culture* 7(5): 349-374.
- Nojima, T. Rebane, K. Shijo, R. Schewe, T. Azuma, S. Inoue, Y. Kail, T. Endo, T. Yanase, Y. (2018). *Designing Augmented Sports: Merging Physical Sports and Virtual World Game Concept*. 403-414.
- Parry, J. (2018). E-sports are Not Sports. *Journal of Sport, Ethics and Philosophy*. 13(1): 1-16.
- Richards, C., Nicholas Graham, T.C. (2016). Developing compelling repetitive-motion exergames by balancing player agency with the constraints of exercise. In: *Proceedings of the 2016 ACM Conference on Designing Interactive Systems*, pp. 911-923.
- Buckers, T. Gong, B. Eisemann E. Lukosch, S. (2018). *VRabl: stimulating physical activities through a multiplayer augmented reality sports game*. the First Superhuman Sports Design Challenge.
- LeBlanc, A.G. Chaput, J.P.(2017). Pokémon Go: A game changer for the physical inactivity crisis? *Preventive medicine* 101: 235-237.
- Niazdad, S.Z. Farabi, Z. Yazdaninezhad, A. Amini, A. (2014). The Effect of Computer Games on the Life Style of High School Girls and High School Students in Ilam City. *First international conference on management, accounting and economics*. (Persian).
- Grüsser, S.M. Thalemann, R, Griffiths, M.D.(2007). Excessive computer game playing: evidence for addiction and aggression? *Cyberpsychol Behav*. 10(2):290-292.
- Danaeifard, H. Alvani, M. Adel, A. (2012). *Qualitative Research Methodology in Management: A Comprehensive Approach*. Tehran, Safar Publication, First Printing.
- Hamid, W. H. W., Saman, M. Z. M., & Saud, M. S. (2012). Exploring Factors Influencing the Transfer of Training using a Grounded Theory Study: Issues and Research Agenda. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 56: 662-672
- Glaser, B. G. (2008). Conceptualization: On theory and theorizing using grounded theory. *International Journal of Qualitative Methods*,1(2):23-38.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19, 139-152 .
- Glaser, B. G. (1978). *Theoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory (Vol. 2)*: Sociology Press Mill Valley, CA.
- Locke, K. D. (2001). *Grounded theory in management research*: Sage Publications Limited.

- Glaser, B. G., & Hon. (2005). Staying open: the use of theoretical codes in GT The Grounded Theory Review, 5(1): 1-20.
- Henseler, J. (2012). PLS-MGA: A non-parametric approach to partial least squares-based multi-group analysis. In Challenges at the interface of data analysis, computer science, and optimization (pp. 495-501): Springer.
- Chin, W. W. (2010). How to write up and report PLS analyses. In Handbook of partial least squares (pp. 655-690): Springer.
- Chen, C. Kem, Z.K. Zhang, X.G. Matthew, K.O.L. (2019). Failure to decrease the addictive usage of information technologies: A theoretical model and empirical examination of smartphone game users. Computers in Human Behavior, 92: 256-265.
- Sepehr, S. Head, M. (2018). Understanding the role of competition in video gameplay satisfaction. Information & Management, 55(4): 407-421