

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در آیینہ مطبوعات



سازمان

JAN 18 2017

چهارشنبه ۲۹ دی

۱۳۹۶

اذان صبح ۵:۴۵ طلوع آفتاب ۷:۱۳ اذان ظهر ۱۲:۱۵ اذان مغرب ۱۷:۳۷

قیمت ارز مبادله ای (ریال)		
▼ ۴	۳۲۳۶۵	دلار
▲ ۱۹۷	۳۴۶۲۲	یورو
▲ ۸۵۱	۳۹۹۴۱	پوند
▲ ۲۲۳	۲۸۶۳۰	صدین
▼ ۱	۸۸۱۲	درهم امارات
▲ ۲۰۳	۳۲۲۸۱	فرانک

قیمت ارز (تومان)	
۳۸۷۵	دلار
۴۲۸۰	یورو
۴۸۶۰	پوند
۳۴۲۰	صدین
۱۰۸۵	درهم امارات
۱۰۷۰	لیبر ترکیه

قیمت طلا و سکه (تومان)	
۱۱۵۵۰۰	یک گرم طلای ۱۸ عیار
۱۱۸۵۰۰۰	تمام سکه (طرح جدید)
۱۱۵۰۰۰۰	تمام سکه (طرح قدیم)
۶۰۰۰۰۰	نیم سکه
۳۲۰۰۰۰	ربع سکه

فهرست



۲	صنعت گیم ایران، امیدوار به آینده بدون تحریم	فرصت امروز
۳	داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد	روزگار ما
۳	فروشندگان برای قانونی کردن بازی ها اقدام کنند	فرصت امروز
۴	رکوردشکنی بازیسازان در جشنواره گیم تهران	صدای
۴	آغاز داوری 205 اثر در جشنواره بازی های رایانه ای	فناوران
روزنامه روزگار ما		
۵	آغاز داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران	صدای
۵	داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد	شبکه خبری دانشگاه آزاد اسلامی Azad News Agency (ANA)
۵	داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد	دولت پایبانی
۶	داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد	artna
۶	داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد	خبرگزاری پانا PANA
۷	داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد	خبرگزاری قرآنی جهان International Quran News Agency
۷	داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد	ZOOMG
۸	داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد	ایستادگاری
۸	داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد	ایستادگاری
۹	داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد	خبرگزاری
۹	عزم جدی برای آسیب شناسی بازی های دیجیتال در مدارس	خبرگزاری مهر
۱۰	اجرای کارگاه های آموزشی بازی سازی رایانه ای در دانشگاه آزاد	تهبین
۱۰	«بازی ایرانی» ویتترین ندارد/ رقابت پوستری با غول های جهانی!	خبرگزاری مهر

۱۲

«بازی ایرانی» ویتترین ندارد/ رقابت پوستری با غول های جهانی!



۱۴

آغاز ثبت نام در نخستین نمایشگاه تجاری بازی ایران



۱۴

افق بازی سازی رایانه ای در کشور



تعداد محتوا : ۲۲



روزنامه

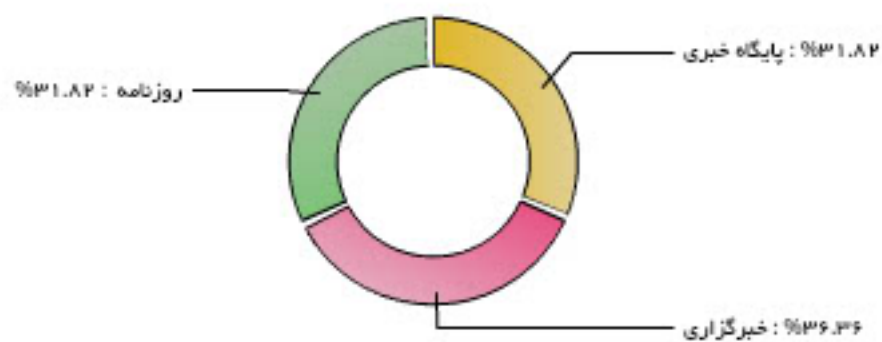
۷

خبرگزاری

۸

پایگاه خبری

۷



هستم. هر چند کمی رایست در ایران وجود ندارد، می‌خواهم با شرکت‌های سازنده و پخش‌کننده صحبت کنم و به آنها بگویم که اگر بازی‌تان را با قیمتی بومی شده در ایران بفروشید، مزیت خوبی پیدا خواهید کرد. بنابراین گیم‌ها به جای اینکه یک کپی غیرمجاز را بخرند، نسخه اصلی را می‌خرند و وقتی که شما نسخه اصلی را بخرید، به امکانات و فیچرهای زیادی هم دسترسی خواهید داشت. امکاناتش امکان بازی آنلاین بومی‌شده و به زبان فارسی.»

بنیاد

یک توسعه‌دهنده درباره صنعت بازی ایران می‌گوید: «اگر چیزی درباره گرشاسب شنیده‌ای، یعنی اصلاً صنعت گیم ایران را نمی‌شناسید.» وقتی که درباره صنعت بازی ایران تحقیق کنید، بارها نام این بازی را از دهان توسعه‌دهندگان خواهید شنید. گرشاسب با بودجه‌ای ۴۰۰ هزار دلاری (که در ایران رقم بسیار بزرگی است) در شرکت فن‌افزار شریف تولید شده است. این بازی که از تاریخ اساطیری ایران مایه گرفته، ۳۰۰ هزار نسخه در ایران فروخت و در بازار بین‌المللی هم فروش خوبی داشت. با این حال اهمیت آن بیش از این است. وقتی که در سال ۲۰۱۰ این بازی عرضه شد، خیلی‌ها تازه متوجه شدند که صنعت گیم در ایران وجود خارجی دارد.

تولید چنین بازی‌ای پیش از این در ایران سابقه نداشت بنابراین شرکت‌هایی مانند فن‌افزار شریف، برای راهنمایی و کمک مالی به بنیاد مراجعه می‌کنند. مهرداد آشتیانی جانشین تولید بنیاد می‌گوید: «بنیاد جایی نیست که ایده‌ها شکل بگیرند بلکه جایی است که در آن به ایده‌ها گوش می‌دهند و از آنها حمایت می‌کنند.»

چنین حمایت‌هایی به صنعت گیم در ایران بسیار کمک کرده‌اند، اما کنشایش اصلی، از جای دیگری است. بعد از برداشته شدن تحریم‌ها، صنعت گیم در ایران و همین‌طور بازار جذاب آن خیلی سریع راه خود را به بازارهای بین‌المللی باز خواهند کرد.

یک توسعه‌دهنده در این باره می‌گوید: «برداشتن شدن تحریم‌ها یعنی به راحتی می‌توانیم در نمایشگاه‌های جهانی شرکت کنیم و راحت‌تر یا پخش‌کنندگان بازی‌ها کار کنیم، از آنها فیدبک یا گواهینامه فناوری بگیریم.» و البته به این موضوع هم اشاره می‌کند که بدون تحریم‌ها، به راحتی می‌توان بازی‌ها را در محیط‌هایی مانند استیم، اپ‌استور و گوگل پلی آپلود کرد.

صنعت گیم در ایران حالا در شرایطی است که منتظر نخستین فرصت است. همه در ایران به این فکر می‌کنند که وقتی نخستین فرصت به آنها داده شد، چنان به هدف بزنند که راه برای‌شان انطور که می‌خواهند باز شود.

منبع: www.polygon.com

صنعت گیم ایران، امیدوار به آینده بدون تحریم

سال‌ها تحریم ایران، تاثیر چشمگیری روی بازار بازی‌های رایانه‌ای در این کشور گذاشته با این حال بعد از توافق هسته‌ای ایران با غرب، شرایط در حال تغییر است. این شرایط جدید و برداشته شدن تحریم‌ها، برای توسعه‌دهندگان و برنامه‌نویسان ایرانی موقعیتی بسیار هیجان‌انگیز ایجاد کرده است.

بازار ایرانی

احمد احمدی تقریباً سفیر صنعت بازی ایران است. او مسئول ارشد بازرگانی در بنیاد بازی‌های رایانه‌ای و ویدئویی ایران است؛ نهادی که از صنعت بازی حمایت و قوانین آن را وضع می‌کند. او می‌گوید: «تا قبل از توافق هسته‌ای همه ایران را نادیده می‌گرفتند اما معلوم بود که وقتی تحریم‌ها برداشته شود، ایران به یک باره به جزیره گنج تبدیل خواهد شد.» او با اشاره به یک پژوهش که در سال ۲۰۱۳ توسط بنیاد انجام شده، می‌گوید که ایران ۱۸ میلیون گیم ۳ تا ۴۰ ساله دارد. این به گفته او، ایران را با فاصله زیادی به نخستین بازار بزرگ بازی در خاورمیانه تبدیل می‌کند؛ «تقریباً یک چهارم جمعیت ایران اهل گیم هستند.»

احمدی کارش را در صنعت هوانوردی شروع کرد و بعد به حوزه فناوری کشیده شد. با این حال به‌عنوان تفریح به چند اکسپوی بازی رفته. نخستین آنها در گیم نشو در سال ۱۹۹۶ در توکیو بود. او با وجود سختی صدور ویزا، به چند اکسپو در آمریکا هم رفته است.

حالا سال‌ها گذشته و او رابط صنعت گیم ایران با بازیگران اصلی دنیاست. او به این موضوع اشاره می‌کند که براساس تحقیق بنیاد، در سال ۲۰۱۳ پرو اوولوشن ساکر (بازی معروف به پس یا PES) در ایران در یک ماه ۸ میلیون نسخه فروخت. او می‌گوید: «در یک نمایشگاه در سنگاپور با مدیر بازرگانی EA (شرکت سازنده PES) صحبت می‌کردم و وقتی که درباره فروش این بازی در ایران به او گفتم، اعتراف کرد که چنین چیزی را نمی‌تواند باور کند.» بیشتر این بازی‌های فروخته شده البته کپی‌های غیرمجاز و عمدتاً بی‌کیفیت هستند.

احمدی حالا توجه بیشتری به برنامه‌ریزی استراتژی فروش در ایران دارد. او می‌گوید: «همی‌توانید این کپی‌ها را با کپی مثلاً بازی فیفا در آمریکا مقایسه کنید، جایی که هر کپی ۱۰۰ دلار فروخته می‌شود، اما اگر تحریم‌ها در حوزه مبادلات بانکی کاملاً برداشته شوند، یک شرکت مثل EA می‌تواند به ایران بیاید و با توجه به شرایط اقتصادی ایران، هر کپی بازی‌اش را ۱۰ دلار بفروشد. بعد به این فکر کنید که در نهایت ۴ میلیون کپی ۱۰ دلاری فروخته می‌شود. می‌بینند چقدر جذاب است؟ خیلی بهتر از این است که مثلاً ۱۰ هزار کپی ۹۹ دلاری بفروشید، من به دنبال چنین سیاست‌های فروشی

رئیس ستاد مبارزه با بازی‌های غیرمجاز
رایانه‌ای:

فروشنده‌گان برای قانونی کردن بازی‌ها اقدام کنند



فروشنده‌گان بازی‌های کنسول پلی‌استیشن ۴ و ایکس‌باکس وان که از نظر محتوایی مشکلی ندارند، می‌توانند با نصب هولوگرام بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، بازی‌های خود را به‌صورت قانونی به فروش برسانند.

خسرو کریمین - رئیس ستاد مبارزه با بازی‌های غیرمجاز رایانه‌ای - گفت: اخیراً جلسه‌ای با مسئولان اتحادیه دستگاه‌های صوتی و تصویری درباره‌ی برخوردهای تنیدی که با برخی فروشنده‌گان بازی‌های کنسول شده بود، داشتیم که در این جلسه تلاش شد راهکاری برای این معضل اندیشیده شود.

وی افزود: در این جلسه بنا شد برای پروانه‌دار شدن بازی‌هایی که محتوای نامناسبی ندارند، اما از مجاری غیرقانونی به دست فروشنده‌گان و در نهایت مصرف‌کننده‌گان می‌رسند، راهکاری مدنظر قرار گیرد. کریمین با اشاره به اینکه یکی از علت‌های وجود بازی‌های غیرمجاز در بازار آشنا نبودن فروشنده‌گان با مراجع و پخش‌کننده‌های قانونی است، گفت: در جلسه اخیر تصمیم بر آن شد آدرس‌های مراجع قانونی در اختیار اتحادیه دستگاه‌های صوتی و تصویری قرار گیرد تا فروشنده‌گان بدانند از چه مراجعی می‌توانند بازی‌های دارای پروانه را خریداری کنند و به دست مشتریان خود برسانند.

وی ادامه داد: از سوی دیگر، بنا شد اتحادیه فراخوانی را منتشر کند تا فروشنده‌گان به پروانه‌دار کردن بازی‌های غیرمجاز خود اقدام کنند تا پلیس و مراجع دیگر در هنگام بازرسی‌های خود از قانونی بودن بازی‌ها مطلع شوند.

رئیس ستاد مبارزه با بازی‌های غیرمجاز رایانه‌ای افزود: بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای اعلام آمادگی کرده که به همه بازی‌های مجاز کنسول‌ها، هولوگرام داده شود تا مشکلی برای متقاضیان به وجود نیاید. کریمین ادامه داد: این هولوگرام‌ها تحت نظارت بنیاد روی بازی‌ها نصب خواهند شد و بعد از آن هیچ مشکلی برای فروشنده‌گان در بازرسی‌ها، صورت نخواهد گرفت.

وی درباره هزینه نصب هولوگرام‌ها نیز گفت: این کار هزینه چندانی ندارد و طبق مصوبه مجلس تنها ۲۰۰ تومان برای هر هولوگرام هزینه می‌شود.

به گفته رئیس ستاد مبارزه با بازی‌های غیرمجاز رایانه‌ای، بیشتر محصولات غیرقانونی موجود در بازار از نظر محتوایی مشکل ندارند ولی چون پلیس و دیگر مراجع، تنها وجود هولوگرام را مدنظر قرار می‌دهند، از این رو مشکلاتی برای برخی فروشنده‌گان در حین انجام بازرسی‌ها به وجود آمده که امیدواریم با تدابیر اندیشیده شده دیگر شاهد چنین مشکلاتی نباشیم.

با ۱۳ داور داخلی و ۱۵ داور بین‌المللی؛ داوری آثار ششمین جشنواره بازی‌های رایانه‌ای تهران آغاز شد

پس از نهایی شدن داوران داخلی ششمین جشنواره بازی‌های رایانه‌ای تهران، روز گذشته ۲۶ دی ماه، داوری این دوره از جشنواره رسماً آغاز شد.

در جشنواره بازی‌های رایانه‌ای تهران امسال رکوردشکنی قابل‌توجهی صورت گرفته به‌طوری‌که مجموعاً ۲۰۵ اثر شامل ۱۸۷ بازی و ۱۸ بازی‌نامه به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است.

فرآیند داوری از ۲۶ دی ماه آغاز و تا پایان روز ۲۰ بهمن ادامه خواهد داشت و در آن روز داوری نهایی صورت خواهد گرفت. داوران داخلی جشنواره امسال از متخصصین و فعالان این حوزه هستند که برخی از آن‌ها در دوره‌های پیشین نیز سابقه داوری در جشنواره را برعهده داشتند.

در ادامه لیست داوران داخلی هر بخش را ملاحظه می‌فرمایید:

بخش هنری: امیرمحمد دهستانی، علی کیانی امین، سجاد قلی‌زاده

بخش طراحی: آیدین ذوالقدر، آرین بینا، امیر محمدرضایی

بخش فنی: سید علی سیداف، آریا اسرافیلیان، سجاد بیگ‌جانی، وهاب احمدوند

بخش محتوایی: شیوا مقاتلو، امیر محمدرضایی

بخش صدا موسیقی: پیام آزادی، مهرداد اسماعیلی
لازم به ذکر است همانند سال گذشته آثار توسط داوران مطرح بین‌المللی نیز مورد قضاوت قرار می‌گیرد که ۱۵ نفر هستند. اسامی این داوران نیز به‌زودی اعلام می‌شود.

رکوردهای بازی سازان در جشنواره گیم تهران

اقتصاد خلاق سرانجام مهلت ارسال آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران، در پایان روز ۲۰ دی ماه به اتمام رسید و علاقه مندان آثار خود را به دبیرخانه ارسال کردند.

فرخوان ششمین دوره از جشنواره بازی های رایانه ای تهران روز ۱۵ آبان ماه منتشر شد و علاقه مندان تا ۱۵ دی ماه فرصت داشتند آثار خود را برای جشنواره ارسال کنند. پس از استقبال چشمگیر فعالان صنعت بازی سازی و همین طور برخی بازی سازان مستقل، مهلت ارسال برای پنج روز دیگر تمدید شد و در نهایت ۲۰ دی ماه به اتمام رسید.

استقبال از جشنواره می سابقه بود و در مجموع ۲۰۵ اثر به دبیرخانه ارسال شد که شامل ۱۸۷ بازی و ۱۸ بازی نامه می شود. این به نوعی رکورد شکنی قابل توجه حساب می شود چرا که بالاترین رقم آثار ارسالی در جشنواره ۱۲۷ بازی و مربوط به دوره پنجم بود.

ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران با یک تغییر اساسی، به جای فصل تابستان در زمستان برگزار خواهد شد.



آغاز داورى آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران

پس از نهایی شدن داوران داخلی ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران، روز گذشته ۲۶ دی ماه، داورى این دوره از جشنواره رسماً آغاز شد.

در جشنواره بازی های رایانه ای تهران امسال رکوردشکنی قابل توجهی صورت گرفته به طوری که مجموعاً ۲۰۵ اثر شامل ۱۸۷ بازی و ۱۸ بازی نامه به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است.

فرآیند داورى از ۲۶ دی ماه آغاز و تا پایان روز ۲۰ بهمن ادامه خواهد داشت و در آن روز داورى نهایی صورت خواهد گرفت.



با ۱۳ داور داخلی و ۱۵ داور بین المللی؛ داورى آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد

(۱۳۹۵/۰۱/۲۶ - ۱۳۹۵/۰۲/۰۴)

پس از نهایی شدن داوران داخلی ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران، روز گذشته ۲۶ دی ماه، داورى این دوره از جشنواره رسماً آغاز شد.

به گزارش گروه علم و فناوری آنا به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در جشنواره بازی های رایانه ای تهران امسال رکوردشکنی قابل توجهی صورت گرفته است به طوری که مجموعاً ۲۰۵ اثر شامل ۱۸۷ بازی و ۱۸ بازی نامه به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است.

فرآیند داورى از ۲۶ دی ماه آغاز و تا پایان روز ۲۰ بهمن ادامه خواهد داشت و در آن روز داورى نهایی صورت خواهد گرفت. داوران داخلی جشنواره امسال از متخصصان و فعالان این حوزه هستند که برخی از آنها در دوره های پیشین نیز سابقه داورى در جشنواره را برعهده داشتند.

در ادامه لیست داوران داخلی هر بخش را ملاحظه می کنید:

بخش هنری: امیرمحمد دهستانی، علی کیانی امین، سجاد قلی زاده

بخش طراحی: آیدین ذوالقدر، آرین بینا، امیر محمدرضایی

بخش فنی: سید علی سیداف، آریا اسرافیلیان، سجاد بیگ جانی، وهاب احمدوند

بخش محتوایی: شیوا مقاتلو، امیر محمدرضایی

بخش صدا موسیقی: پیام آزادی، مهرداد اسماعیلی

لازم به ذکر است همانند سال گذشته آثار توسط داوران مطرح بین المللی نیز مورد قضاوت قرار می گیرد که ۱۵ نفر هستند اسامی این داوران نیز به زودی اعلام می شود.



پیامی

داورى آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد

(۱۳۹۵/۰۱/۲۶ - ۱۳۹۵/۰۲/۰۴)

پس از نهایی شدن داوران داخلی ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران، روز گذشته ۲۶ دی ماه، داورى این دوره از جشنواره رسماً آغاز شد. در جشنواره بازی های رایانه ای تهران امسال رکوردشکنی قابل توجهی صورت گرفته به طوری که مجموعاً ۲۰۵ اثر شامل ۱۸۷ بازی و ۱۸ بازی نامه به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است.

فرآیند داورى از ۲۶ دی ماه آغاز و تا پایان روز ۲۰ بهمن ادامه خواهد داشت و در آن روز داورى نهایی صورت خواهد گرفت. داوران داخلی جشنواره امسال از متخصصین و فعالان این حوزه هستند که برخی از آن ها در دوره های پیشین نیز سابقه داورى در جشنواره را برعهده داشتند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در ادامه لیست داوران داخلی هر بخش را ملاحظه می فرمایید:
بخش هنری: امیرمحمد دهستانی، علی کیانی امین، سجاد قلی زاده
بخش طراحی: آیدین ذوالقدر، آرین بینا، امیر محمدرضایی
بخش فنی: سید علی سیداف، آریا اسرافیلیان، سجاد بیگ جانی، وهاب احمدوند
بخش محتوایی: شیوا مقاتلو، امیر محمدرضایی
بخش صدا موسیقی: پیام آزادی، مهرداد اسماعیلی
لازم به ذکر است همانند سال گذشته آثار توسط داوران مطرح بین المللی نیز مورد قضاوت قرار می گیرد که ۱۵ نفر هستند اسامی این داوران نیز به زودی اعلام می شود.



با ۱۳ داور داخلی و ۱۵ داور بین المللی؛ داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد

(۹۵/۰۱/۲۷ - ۱۰:۴۴)

آرتنا: پس از نهایی شدن داوران داخلی ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران، روز گذشته ۲۶ دی ماه، داوری این دوره از جشنواره رسماً آغاز شد.

به گزارش واحدبازی های رایانه ای «آرتنا» در جشنواره بازی های رایانه ای تهران امسال رکوردشکنی قابل توجهی صورت گرفته به طوری که مجموعاً ۲۰۵ اثر شامل ۱۸۷ بازی و ۱۸ بازی نامه به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است.

فرآیند داوری از ۲۶ دی ماه آغاز و تا پایان روز ۲۰ بهمن ادامه خواهد داشت و در آن روز داوری نهایی صورت خواهد گرفت. داوران داخلی جشنواره امسال از متخصصین و فعالان این حوزه هستند که برخی از آن ها در دوره های پیشین نیز سابقه داوری در جشنواره را برعهده داشتند.

در ادامه لیست داوران داخلی هر بخش را ملاحظه می فرمایید:

بخش هنری: امیرمحمد دهستانی، علی کیانی امین، سجاد قلی زاده

بخش طراحی: آیدین ذوالقدر، آرین بینا، امیر محمدرضایی

بخش فنی: سید علی سیداف، آریا اسرافیلیان، سجاد بیگ جانی، وهاب احمدوند

بخش محتوایی: شیوا مقاتلو، امیر محمدرضایی

بخش صدا موسیقی: پیام آزادی، مهرداد اسماعیلی

لازم به ذکر است همانند سال گذشته آثار توسط داوران مطرح بین المللی نیز مورد قضاوت قرار می گیرد که ۱۵ نفر هستند اسامی این داوران نیز به زودی اعلام می شود.



با ۱۳ داور داخلی و ۱۵ داور بین المللی؛ داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد

(۹۵/۰۱/۲۷ - ۱۰:۴۴)

پس از نهایی شدن داوران داخلی ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران، روز گذشته ۲۶ دی ماه، داوری این دوره از جشنواره رسماً آغاز شد.

به گزارش سرویس فرهنگی پانا؛ در جشنواره بازی های رایانه ای تهران امسال رکوردشکنی قابل توجهی صورت گرفته به طوری که مجموعاً ۲۰۵ اثر شامل ۱۸۷ بازی و ۱۸ بازی نامه به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است.

فرآیند داوری از ۲۶ دی ماه آغاز و تا پایان روز ۲۰ بهمن ادامه خواهد داشت و در آن روز داوری نهایی صورت خواهد گرفت. داوران داخلی جشنواره امسال از متخصصین و فعالان این حوزه هستند که برخی از آن ها در دوره های پیشین نیز سابقه داوری در جشنواره را برعهده داشتند.

در ادامه لیست داوران داخلی هر بخش را ملاحظه می فرمایید:

بخش هنری: امیرمحمد دهستانی، علی کیانی امین، سجاد قلی زاده

بخش طراحی: آیدین ذوالقدر، آرین بینا، امیر محمدرضایی

بخش فنی: سید علی سیداف، آریا اسرافیلیان، سجاد بیگ جانی، وهاب احمدوند

بخش محتوایی: شیوا مقاتلو، امیر محمدرضایی

بخش صدا موسیقی: پیام آزادی، مهرداد اسماعیلی



داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد (۱۳۸۸-۱۴۰۱/۲۶)

گروه شبکه های اجتماعی: پس از نهایی شدن داوران داخلی ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران، روز گذشته ۲۶ دی ماه، داوری این دوره از جشنواره رسماً آغاز شد.

به گزارش خبرگزاری بین المللی قرآن (ایکنا)، در جشنواره بازی های رایانه ای تهران امسال رکوردشکنی قابل توجهی صورت گرفته به طوری که مجموعاً ۲۰۵ اثر شامل ۱۸۷ بازی و ۱۸ بازی نامه به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است.

فرآیند داوری از ۲۶ دی ماه آغاز و تا پایان روز ۲۰ بهمن ادامه خواهد داشت و در آن روز داوری نهایی صورت خواهد گرفت. داوران داخلی جشنواره امسال از متخصصین و فعالان این حوزه هستند که برخی از آن ها در دوره های پیشین نیز سابقه داوری در جشنواره را برعهده داشتند.

اسامی داوران

بخش هنری: امیرمحمد دهستانی، علی کیانی امین، سجاد قلی زاده

بخش طراحی: آیدین ذوالقدر، آریین بینا، امیر محمدرضایی

بخش فنی: سید علی سیداف، آریا اسرافیلیان، سجاد بیگ جانی، وهاب احمدوند

بخش محتوایی: شیوا مقالو، امیر محمدرضایی

بخش صدا موسیقی: پیام آزادی، مهرداد اسماعیلی

همچنین همانند سال گذشته آثار توسط داوران مطرح بین المللی نیز مورد قضاوت قرار می گیرد که ۱۵ نفر هستند و اسامی این داوران نیز به زودی اعلام می شود.



داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد (۱۳۸۸-۱۴۰۱/۲۶)

داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران با اعلام اسامی داوران داخلی آغاز شد.

پس از نهایی شدن داوران داخلی ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران، روز گذشته ۲۶ دی ماه، داوری این دوره از جشنواره رسماً آغاز شد. در جشنواره بازی های رایانه ای تهران امسال رکوردشکنی قابل توجهی صورت گرفته به طوری که مجموعاً ۲۰۵ اثر شامل ۱۸۷ بازی و ۱۸ بازی نامه به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است.

فرآیند داوری از ۲۶ دی ماه آغاز و تا پایان روز ۲۰ بهمن ادامه خواهد داشت و در آن روز داوری نهایی صورت خواهد گرفت. داوران داخلی جشنواره امسال از متخصصین و فعالان این حوزه هستند که برخی از آن ها در دوره های پیشین نیز سابقه داوری در جشنواره را برعهده داشتند.

در ادامه لیست داوران داخلی هر بخش را ملاحظه می فرمایند:

بخش هنری: امیرمحمد دهستانی، علی کیانی امین، سجاد قلی زاده

بخش طراحی: آیدین ذوالقدر، آریین بینا، امیر محمدرضایی

بخش فنی: سید علی سیداف، آریا اسرافیلیان، سجاد بیگ جانی، وهاب احمدوند

بخش محتوایی: شیوا مقالو، امیر محمدرضایی

بخش صدا موسیقی: پیام آزادی، مهرداد اسماعیلی

همانند سال گذشته آثار توسط داوران مطرح بین المللی نیز مورد قضاوت قرار می گیرد. اسامی ۱۵ داور خارجی این دوره نیز به زودی اعلام می شود.



با ۱۳ داور داخلی و ۱۵ داور بین‌المللی؛ داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد

(۱۴۰۲-۰۵/۰۱/۲۵)

پس از نهایی شدن داوران داخلی ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران، روز گذشته ۲۶ دی ماه، داوری این دوره از جشنواره رسماً آغاز شد.

ایران اکونومیست - به گزارش خبرنگار ایران اکونومیست؛ در جشنواره بازی های رایانه ای تهران امسال رکورد شکنی قابل توجهی صورت گرفته به طوری که مجموعاً ۲۰۵ اثر شامل ۱۸۷ بازی و ۱۸ بازی نامه به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است.

فرآیند داوری از ۲۶ دی ماه آغاز و تا پایان روز ۲۰ بهمن ادامه خواهد داشت و در آن روز داوری نهایی صورت خواهد گرفت. داوران داخلی جشنواره امسال از متخصصین و فعالان این حوزه هستند که برخی از آن ها در دوره های پیشین نیز سابقه داوری در جشنواره را بر عهده داشتند.

در ادامه لیست داوران داخلی هر بخش را ملاحظه می فرمایید:

بخش هنری: امیرمحمد دهستانی، علی کیانی امین، سجاد قلی زاده

بخش طراحی: آیدین ذوالقدر، آرن بینا، امیر محمدرضایی

بخش فنی: سید علی سیداف، آریا اسرافیلیان، سجاد بیگ جانی، وهاب احمدوند

بخش محتوایی: شیوا مقالو، امیر محمدرضایی

بخش صدا موسیقی: پیام آزادی، مهرداد اسماعیلی

لازم به ذکر است همانند سال گذشته آثار توسط داوران مطرح بین‌المللی نیز مورد قضاوت قرار می گیرد که ۱۵ نفر هستند. اسامی این داوران نیز به زودی اعلام می شود.



با ۱۳ داور داخلی و ۱۵ داور بین‌المللی؛ داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد

(۱۴۰۲-۰۵/۰۱/۲۵)

ایرانیان پس از نهایی شدن داوران داخلی ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران، روز گذشته ۲۶ دی ماه، داوری این دوره از جشنواره رسماً آغاز شد.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان، در جشنواره بازی های رایانه ای تهران امسال رکورد شکنی قابل توجهی صورت گرفته به طوری که مجموعاً ۲۰۵ اثر شامل ۱۸۷ بازی و ۱۸ بازی نامه به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است.

فرآیند داوری از ۲۶ دی ماه آغاز و تا پایان روز ۲۰ بهمن ادامه خواهد داشت و در آن روز داوری نهایی صورت خواهد گرفت. داوران داخلی جشنواره امسال از متخصصین و فعالان این حوزه هستند که برخی از آن ها در دوره های پیشین نیز سابقه داوری در جشنواره را بر عهده داشتند.

در ادامه لیست داوران داخلی هر بخش را ملاحظه می فرمایید:

بخش هنری: امیرمحمد دهستانی، علی کیانی امین، سجاد قلی زاده

بخش طراحی: آیدین ذوالقدر، آرن بینا، امیر محمدرضایی

بخش فنی: سید علی سیداف، آریا اسرافیلیان، سجاد بیگ جانی، وهاب احمدوند

بخش محتوایی: شیوا مقالو، امیر محمدرضایی

بخش صدا موسیقی: پیام آزادی، مهرداد اسماعیلی

لازم به ذکر است همانند سال گذشته آثار توسط داوران مطرح بین‌المللی نیز مورد قضاوت قرار می گیرد که ۱۵ نفر هستند. اسامی این داوران نیز به زودی اعلام می شود.



با ۱۳ داور داخلی و ۱۵ داور بین‌المللی؛ داوری آثار ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران آغاز شد

(۹۵/۰۱/۲۵-۹۵/۰۱/۲۸)

خبرایران: پس از نهایی شدن داوران داخلی ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران، روز گذشته ۲۶ دی ماه، داوری این دوره از جشنواره رسماً آغاز شد.

به گزارش خبرایران به نقل از روابط عمومی بنیاد بازیهای رایانه ای، در جشنواره بازی های رایانه ای تهران امسال رکوردشکنی قابل توجهی صورت گرفته به طوری که مجموعاً ۲۰۵ اثر شامل ۱۸۷ بازی و ۱۸ بازی نامه به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است. فرآیند داوری از ۲۶ دی ماه آغاز و تا پایان روز ۲۰ بهمن ادامه خواهد داشت و در آن روز داوری نهایی صورت خواهد گرفت. داوران داخلی جشنواره امسال از متخصصین و فعالان این حوزه هستند که برخی از آن ها در دوره های پیشین نیز سابقه داوری در جشنواره را برعهده داشتند. در ادامه لیست داوران داخلی هر بخش را ملاحظه می فرمایید:

بخش هنری: امیرمحمد دهستانی، علی کیانی امین، سجاد قلی زاده

بخش طراحی: آیدین ذوالقدر، آرین بینا، امیر محمدرضایی

بخش فنی: سید علی سیداف، آریا اسرافیلیان، سجاد بیگ جانی، وهاب احمدوند

بخش محتوایی: شیوا مقانلو، امیر محمدرضایی

بخش صدا موسیقی: پیام آزادی، مهرداد اسماعیلی

لازم به ذکر است همانند سال گذشته آثار توسط داوران مطرح بین‌المللی نیز مورد قضاوت قرار می گیرد که ۱۵ نفر هستند اسامی این داوران نیز به زودی اعلام می شود.



رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز خبر داد: عزم جدی برای آسیب شناسی بازی های دیجیتال در مدارس

(۹۵/۰۱/۲۵-۹۵/۰۱/۲۸)

بنیاد ملی بازی های رایانه ای در تلاش است تا آسیب های ناشی از محصولات غیرمجاز را به والدین و مسئولان آموزشی منتقل کند.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، خسرو کردمیهن رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای گفت: به منظور ارتقای سطح اطلاعات خانواده ها و دانش آموزان جلسه ای را با رئیس انجمن و اولیا مربیان آموزش و پرورش داشتیم تا بتوانیم سطح اطلاعات دانش آموزان و اولیای آن ها را در زمینه مضرات و مزایای بازی های رایانه ای بهبود بخشیم.

وی افزود: باتوجه به آمارهای آموزش و پرورش بیش از ۸ هزار نفر در سراسر کشور به طور تیمه رسمی با انجمن اولیا و مربیان همکاری می کنند که با همکاری این انجمن می توانیم به میزان قابل توجهی سطح فرهنگ سازی در حوزه بازی را در بین خانواده ها افزایش دهیم.

کردمیهن ادامه داد: در این راستا بنا شد تا با انتشار رسانه چاپی با نام «پیک پیوند» که حدود ۳۵۰ هزار تیراژ سراسری دارد و اصلی ترین مخاطبان آن خانواده های دانش آموزان هستند موارد مربوط به آسیب های ناشی از بازی های غیرمجاز به خانواده ها اطلاع رسانی شود.

وی با اشاره به این که تاکنون دو شماره از پیک پیوند به دست خانواده ها رسیده افزود: قرار است تا تفاهم نامه ای بین ما و انجمن اولیا مربیان آموزش و پرورش منعقد شود تا همکاری بین این دو نهاد بهبود یابد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای اظهار کرد: ما در ادامه همکاری ها قصد داریم تا اطلاعاتی را در قالب یک پکیج آماده کنیم و به دست همه اعضای انجمن و اولیا مربیان برسانیم.

کردمیهن افزود: در کنار این اقدامات تعاملاتی با بخش امور تربیتی آموزش و پرورش داشتیم که قرار است تا مسئولان امور تربیتی نیز از آسیب های ناشی از بازی های رایانه ای غیرمجاز آشنا شوند و آن را به دانش آموزان و والدین آن ها انتقال دهند.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای اظهار کرد: با این هدف طی یک ماه گذشته جلسه مفصلی را با مسئولان امور تربیتی استان البرز داشتیم و در این جلسه همه موارد آسیب های بازی های غیرمجاز به آن ها منتقل شد.

وی ادامه داد: در این راستا جلسه مفصل دیگری با مسئولان آموزشی بیرجند داشتیم و در این جلسه نیز توانستیم تا آسیب ها بازی های غیرمجاز را به شرکت کنندگان این جلسه که بالغ بر ۵۵۰ نفر بودند منتقل کنیم.

کردمیهن در پایان یادآور شد: ما پیش از این نیز جلسه ای با مسئولان آموزشی استان آذربایجان غربی داشتیم و قرار است تا در بهمن ماه نیز جلساتی را با مسئولان امور تربیتی استان سمنان داشته باشیم. این جلسات تا به حال بسیار موثر بوده و تلاش می کنیم تا بعد از این هم جلسات موفقی را با مسئولان امور تربیتی سایر استان ها تا پایان سال تحصیلی ۹۵-۹۶ داشته باشیم.

اجرای کارگاه های آموزشی بازی سازی رایانه ای در دانشگاه آزاد (۹۵/۰۱/۲۵-۹۵/۰۱/۲۶)

اولین کارگاه های آموزشی بازی سازی در دانشگاه های آزاد اسلامی واحد قزوین و تهران-غرب برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، هادی جعفری منفرد، معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای ضمن اعلام این خبر افزود: یکی از روش های موثر به منظور آشنا نمودن دانشجویان با رشته نوظهور بازی های رایانه ای، برگزاری کارگاه های آموزشی و سخنرانی و نیز برگزاری همایش ها در سطح دانشگاه ها است. در این راستا و به مناسبت هفته پژوهش اقداماتی در برخی واحدهای دانشگاهی انجام گردید و به دلیل استقبال دانشجویان و اساتید حتی پس از گذر از هفته پژوهش نیز این کارگاه ها و سخنرانی ها ادامه پیدا کرد.

همچنین دکتر محمدحسین رضوانی، مسئول ارتباطات دانشگاهی بنیاد ملی بازی های رایانه ای افزود: برنامه های بنیاد ملی برای هفته پژوهش در سطح واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی با اجرای سخنرانی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران-شمال آغاز گردید. در این نشست به تبیین وضعیت موجود نیروی انسانی در صنعت بازی پرداخته شد و سپس چشم انداز مطلوب در افق ۱۴۰۴ که مستلزم تربیت حدود ده هزار نیروی حرفه ای بازی ساز در کشور است برای اساتید و دانشجویان دانشکده فنی و مهندسی این دانشگاه تبیین گردید. سپس یک دوره کارگاه آموزشی با عنوان «مدیریت بازی سازی رایانه ای» با اجرای میلاد انتظامی از کارشناسان بنیاد ملی بازی های رایانه ای در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران-غرب برگزار گردید. همچنین یک کارگاه «آشنایی با موتور بازی سازی یونیتی» در قالب چهار جلسه سه ساعته در دانشگاه آزاد قزوین با اجرای قراز جلیلی از بازی سازان موفق این استان برگزار گردید. رضوانی افزود: با توجه به استقبال به عمل آمده، بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نظر دارد برگزاری این کارگاه ها را در سطح گسترده تری در دانشگاه های دیگر نیز اجرا کند.

جعفری منفرد در پایان تشریح کرد: دانشگاه ها و انجمن های دانشجویی که علاقه مند به برگزاری کارگاه یا سخنرانی در خصوص بازی های رایانه ای هستند، می توانند مراتب را به معاونت حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای اطلاع رسانی نموده و از حمایت های معنوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این خصوص بهره مند گردند.

شایان ذکر است از ابتدای سال تحصیلی ۹۵-۹۶ تمرکز بازی های رایانه ای در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران-غرب و قزوین و نیز در مقطع کارشناسی ارشد در دانشگاه هنر اسلامی تبریز اجرایی گردیده است.



مهر گزارش می دهد؛ «بازی ایرانی» و «ترین ندارد» رقابت پوستری با غول های جهانی! (۹۵/۰۱/۲۶-۹۵/۰۱/۲۷)

«بازی» یک فرصت است؛ سریع ترین و پربهره ترین ابزار «فرهنگ سازی» در دنیای مدرن که هر آنقدر دیگران به آن پرداخته و سودش را برده اند ما از آن غافل مانده ایم.

خبرگزاری مهر- گروه فرهنگ: هنوز زبان باز نکرده است؛ تنها راه مکالمه اش با دیگران گریه است. اطرافیان هم گاهی کلافه می شوند اینجاست که هر بهانه ای که نوزاد را آرام کند حکم «معجزه» دارد. ترکیب نور، رنگ و موسیقی تیزرهای تبلیغاتی تلویزیونی غالباً خیلی زود به داد اطرافیان می رسد! معجزه تبلیغات پیش از هر زبان دیگری حواس انسان را به تسخیر خود در می آورد.

کشتش ناخودآگاه نوزادان و کودکان به رنگ و لماب آگهی های تبلیغاتی تلویزیون اما فقط یک تجربه مشترک نیست. نشانه ای است از تأثیرگذاری «تبلیغ» به ویژه از نوع دیداری و شنیداری بر ناخودآگاه مخاطب. بر همین مبنا هم تبلیغات حرف اول را در دنیای سیاست، اقتصاد و به خصوص فرهنگ ایفا می کند. تبلیغاتی که بیش از هر پارامتر دیگری به صورت ناخودآگاه بر نوع «مصرف» ما در تمامی حوزه ها تأثیر مستقیم می گذارند.

اشاره به اهمیت تبلیغ در حد مقدمه لازم بود و آنچه در این گزارش به دنبال آن هستیم یادآوری غفلت از این ظرفیت موثر در حوزه ای مهم، تأثیرگذار و حتی استراتژیک به نام «بازی های دیجیتال» است. سرگرمی روزآمد و فراگیری که به واسطه تلفن های همراه هوشمند حالا فراتر از کامپیوترها و کنسول های خانگی در دسترس هستند و طیف گسترده ای از جامعه را به خود مشغول کرده است.

سهم تبلیغات از این بازار گسترده چیست؟ گیم ایرانی بر چه مبنایی دست به انتخاب میان گزینه های موجود می زند؟ سهم بازی های ایرانی در میان این گزینه ها کجاست؟

گیم های ایرانی چگونه بازی می کنند؟

پیش از این و در گزارشی مشروح با عنوان «۲۳ میلیون گیم ایرانی چه سلیقه ای دارند؟» به بهانه انتشار نخستین گزاره برگ جامع درباره وضعیت صنعت گیم در ایران به جزئیاتی از علایق علاقمندان به بازی های دیجیتال در ایران اشاره کرده بودیم اما بد نیست برای شناخت بهتر کیفیت انتخاب گری این گروه کمی به عقب تر برویم و دفترچه «نمای باز ۱۳۹۴» شامل شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران را ورق بزنیم.

براساس اطلاعات آماری درج شده در این گزارش ۹۳ درصد از ۲۳ میلیون گیم ایرانی ترجیح می دهند «تنها» بازی کنند و از این گروه ۵۹ درصد غروب تا نیمه شب برای بازی های دیجیتال وقت می گذارند. یکی از نکاتی که درباره این گزاره ها می توان مطرح کرد مصرف انفرادی است. این یعنی گیم های ایرانی معمولاً دست به انتخاب گروهی نمی زند و براساس دریافت ها و سلیق شخصی سراغ یک بازی می روند.

اما این مصرف انفرادی چقدر مبتنی بر راهنمایی ها و رده بندی های رسمی است؟

همانطور که در نمودار بالا مشاهده می کنید در میان گیم های ایرانی تنها ۳۳ درصد در انتخاب و خرید بازی های دیجیتال به بحث رده (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بندی سنی توجه می کنند و باقی یا اصلاً توجهی ندارند و یا نهایتاً «تأخوری» به این مهم توجه می کنند. نکته مهم اما درباره این آمارهای رسمی درباره فرآیند انتخاب بازی از سوی گیمرها این است که این اطلاعات صرفاً محدود به بازار رسمی و تحت نظارت عرضه بازی های دیجیتال است که به گواه همین آمارهای رسمی تنها ۵ درصد از بازار گسترده این قبیل بازی ها را شامل می شود و در ۹۵ درصد دیگر اساساً خبری از رده بندی نیست که بحث توجه به آن موضوعیت داشته باشد!

سهم ویرین های رسمی؛ قانون چه می گوید؟

این رهاشدگی اجرایی در فرآیند عرضه بازی های دیجیتال البته تناسبی با مصوبات و قوانین ندارد. جهت یادآوری تنها به بازخوانی بخش هایی از «سیاست های حاکم بر برنامه ملی بازی های رایانه ای» که شورای عالی فضای مجازی آن را در تاریخ ۲۵ آذرماه ۱۳۹۴ مصوب کرده است را مرور می کنیم.

در ماده دوم این برنامه ملی و در بخش نگاهت نهادی، «حمایت از تولید و توزیع بازی های متناسب با نیاز تمامی اقشار و ستین جامعه مبتنی بر فرهنگ ایرانی اسلامی با اولویت بازی های فاخر، نوآورانه و خلاق، آموزشی، برخط و مبتنی بر تلفن همراه» جزو سیاست های حمایتی درج و نهاد متولی آن وزارت ارشاد اعلام شده است.

وزارت آموزش و پرورش، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان صداوسیما، سازمان بسیج مستضعفان، سپاه پاسداران انقلاب اسلامی و نیروی انتظامی در این بخش به عنوان «تهد همکار» معرفی شده اند.

جالب اینکه در ماده سوم این برنامه ملی صراحتاً آمده است: «سازمان صداوسیما و شهرداری ها با تأیید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نسبت به ارائه تخفیفات موثر برای تبلیغات بازی های رایانه ای ایرانی اقدام نمایند»

غیبت بازی های ایرانی در تلویزیون

این قانون یکساله هنوز بر زمینه مانده است: «متأسفانه صداوسیما تا جایی که بنده مطلع هستم همکاری لازم را با نهادی همچون بنیاد ملی بازی های رایانه ای و همین طور شرکت های بازی سازی به عمل نمی آورد. برای مثال برای یک تیزر ۳۰ ثانیه ای همان میزان هزینه ای که از یک برند معتبر گرفته می شود از یک شرکت مستقل بازی سازی که درآمدی ندارد هم گرفته می شود. طبیعتاً این موضوع باعث می شود بازی های ایرانی در تلویزیون خیلی دیده نشوند. این در صورتی است که انتظار می رود تمامی ارگان ها جهت پیشرفت این صنعت نوپا و جوان همکاری لازم را به عمل آورند»

این حرف ها را سپهر ترابی مطرح می کند. سردبیر ماه نامه «بازی نامه» بعنوان یکی از معدود رسانه های تخصصی در حوزه بازی های دیجیتال که تا حدودی خلا پرداختن به این جنس محصولات فرهنگی را در فضای رسانه های مکتوب پر کرده است.

«بازی نامه» از معدود رسانه های تخصصی در زمینه بازی های رایانه ای است

ترابی در گفتگو با خبرنگار مهر درباره نقش رسانه ها در معرفی بهتر بازی های دیجیتال به مخاطبان بالقوه خود، می گوید: موضوعی که همواره به آن باور دارم این است که مطبوعات و رسانه ها، عضو جدانشدنی از صنعت بازی سازی به شمار می روند. به نوعی می توان رسانه ها و مطبوعات، مخصوصاً رسانه های فعال در زمینه بازی را چرخ دنده بزرگی در صنعت بازی سازی دانست.

این فعال رسانه ای ادامه می دهد: رسانه ها بازتاب دهنده همه موضوعات این صنعت هستند. اگر نگاهی به صنعت بازی سازی دیگر کشورها مخصوصاً کشور آمریکا داشته باشیم، متوجه می شویم یکی از عواملی که باعث موفقیت و دیده شدن محصولات این کشورها شده است، رسانه ها هستند.

سردبیر «بازی نامه» معتقد است: وجود رسانه ها باعث می شود یک جو خبری قبل از ساخت یک بازی به راه بیافتد و از طرفی محصول موردنظر خیلی کامل معرفی شود. همکاری بین رسانه ها و بازی سازان یکی از مهم ترین موضوعاتی است که می تواند به صنعت بازی سازی ما کمک کند.

تبلیغ بازی ایرانی با «پوستر»!

در نبود تبلیغات و با توجه به بر زمین ماندن مصوبات شورای عالی فضای مجازی، فکر می کنید در حال حاضر توزیع کنندگان بازی های رایانه ای چه شرایطی را تجربه می کنند؟

«تا همین چند سال پیش بالغ بر ۱۰ شرکت توزیع در حوزه بازی های رایانه ای فعال بود که از آن ها امروز حدود ۳ یا ۴ شرکت هنوز پا بر جا است!» این درد دل مدیر شرکت «فن آوران نوین رسانه پاریسان (نیوتک)» از وضعیت بازار توزیع بازی های رایانه ای ایرانی است. شرکتی که همین ماه گذشته در گزاره برگ منتشر شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان شرکت برتر توزیع کننده بازی های رایانه ای غیرمبایلی معرفی شده بود.

صادق یاری در تشریح این وضعیت به خبرنگار مهر می گوید: بازی های رایانه ای در ایران حمایت می شود اما این حمایت چشم گیر نیست. به خصوص که بازی های رایانه ای ایرانی به شدت نیاز به تبلیغ دارند.

این فعال عرصه توزیع بازی های رایانه ای درباره جنس غالب تبلیغات در این بازار می گوید: ما تنها از پوستر برای تبلیغ استفاده می کنیم و هیچ کانال دیگری برای تبلیغ محصولات خود نداریم. مسیر تلویزیون که بسیار طولانی و گران است، برای استفاده از بیلورد هم باید هزینه بسیار زیادی کنیم.

یاری البته به ظرفیت رایگان تبلیغ در شبکه های اجتماعی و فضای مجازی هم اشاره می کند و در پاسخ به اینکه مگر بازی های خارجی به واسطه تبلیغ بازار ایران را قبضه کرده اند که بازی ایرانی برای رویارویی با آن نیازمند تبلیغ باشد، می گوید: گاهی تبلیغات بازی ها به صورت دهان به دهان اتفاق می افتد و این جنس تبلیغ بر روی یک بازی جهانی مانند کلتش آو کلنز بسیار گسترده است و جواب هم می دهد.

وی ادامه می دهد: نفس پرداخت مکرر رسانه ها به این قبیل بازی ها هم به نوعی حکم تبلیغ را پیدا می کند و در این زمینه هم برای بازی های ایرانی شاهد خلاه هستیم.

یاری به عنوان پیشنهاد برای تغییر این شرایط می گوید: طبیعتاً دولت باید از بنیاد ملی بازی ها حمایت کند و بنیاد هم به تبع از همه فعالان حوزه بازی ها حمایت کند. واقعیت این است که در حال حاضر از بازی سازان حمایت می شود اما از ناشران بازی ها هیچ حمایتی نمی شود. ناشرین در این شرایط دارند از بین می روند. مسئول موردنظر پاسخگو نمی باشد!

آنچه تا به اینجا مرور شد شرح و توصیفی از یک غفلت فراگیر بود. غفلت از ظرفیت تبلیغ برای معرفی و عرضه موثر بازی های رایانه ای در بازار داخلی. طبیعی است که برای یافتن پاسخ چرایی این وضعیت، سراغ مسئولان مرتبط هم رقتیم. از بنیاد ملی بازی های رایانه ای گرفته تا زیرمجموعه های (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مرتبط در سازمان صداوسیما بعد از انتظار یک هفته ای برای تکمیل این گزارش از هیچ یک از این بخش ها پاسخ درخوری دریافت نشد. به خصوص سازمان صداوسیما به عنوان اصلی ترین ظرفیت برای رفع این خلأ که جای خالی بازی های رایانه ای در کنسول برنامه های شبکه های مختلف آن بسیار مشهود است اما در تماس های مکرر با بخش های مختلف سازمان، صراحتاً اعلام شد که درباره جای خالی بازی های رایانه ای در پاکس «آگهی های بازرگانی سیما» تمایلی به پاسخگویی ندارند!

فعلاً آنچه می توان به عنوان نگاه رسمی به آن استناد کرد همان سیاست های کلی برنامه ملی بازی های رایانه ای است که از سوی شورای عالی فضای مجازی مصوب و ابلاغ شده! اما همین قانون هم روی زمین مانده است!



«بازی ایرانی» و «بترین ندارد» رقابت پوستری با غول های جهانی! (۹۵/۰۱/۲۵)

«بازی» یک فرصت است؛ سریع ترین و پربهره ترین ابزار «فرهنگ سازی» در دنیای مدرن که هر آنقدر دیگران به آن پرداخته و سودش را برده اند ما از آن غافل مانده ایم.

به گزارش گروه رسانه های خبرگزاری تسنیم، هنوز زبان باز نکرده است؛ تنها راه مکالمه اش با دیگران گریه است. اطرافیان هم گاهی کلافه می شوند. اینجاست که هر بهانه ای که نوزاد را آرام کند حکیم «معجزه» دارد. ترکیب نور، رنگ و موسیقی تیزرهای تبلیغاتی تلویزیونی غالباً خیلی زود به داد اطرافیان می رسد! معجزه تبلیغات پیش از هر زبان دیگری حواس انسان را به تسخیر خود در می آورد. کشش ناخودآگاه نوزادان و کودکان به رنگ و لمب آگهی های تبلیغاتی تلویزیون اما فقط یک تجربه مشترک نیست، نشانه ای است از تأثیرگذاری «تبلیغ» به ویژه از نوع دیداری و شنیداری بر ناخودآگاه مخاطب. بر همین مبنا هم تبلیغات حرف اول را در دنیای سیاست، اقتصاد و به خصوص فرهنگ ایفا می کند. تبلیغاتی که بیش از هر پارامتر دیگری به صورت ناخودآگاه بر نوع «مصرف» ما در تمامی حوزه ها تأثیر مستقیم می گذارند.

اشاره به اهمیت تبلیغ در حد مقدمه لازم بود و آنچه در این گزارش به دنبال آن هستیم یادآوری غفلت از این ظرفیت موثر در حوزه ای مهم، تأثیرگذار و حتی استراتژیک به نام «بازی های دیجیتال» است. سرگرمی روزآمد و فراگیری که به واسطه تلفن های همراه هوشمند حالا فراتر از کامپیوترها و کنسول های خانگی در دسترس هستند و طیف گسترده ای از جامعه را به خود مشغول کرده است.

گیمرهای ایرانی چگونه بازی می کنند؟

پیش از این و در گزارشی مشروح با عنوان «۲۳ میلیون گیمر ایرانی چه سلیقه ای دارند؟» به بهانه انتشار نخستین گزاره برگ جامع درباره وضعیت صنعت گیمر در ایران به جزئیاتی از علایق علاقمندان به بازی های دیجیتال در ایران اشاره کرده بودیم اما بد نیست برای شناخت بهتر کیفیت انتخاب گری این گروه کمی به عقب تر برویم و دفترچه «تمای باز ۱۳۹۴» شامل شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران را ورق بزنیم.

براساس اطلاعات آماری درج شده در این گزارش ۹۳ درصد از ۲۳ میلیون گیمر ایرانی ترجیح می دهند «تنها» بازی کنند و از این گروه ۵۹ درصد غروب تا نیمه شب برای بازی های دیجیتال وقت می گذارند. یکی از نکاتی که درباره این گزاره ها می توان مطرح کرد مصرف انفرادی است. این یعنی گیمرهای ایرانی معمولاً دست به انتخاب گروهی نمی زنند و براساس دریافت ها و سلیق شخصی سراغ یک بازی می روند.

اما این مصرف انفرادی چقدر مبتنی بر راهنمایی ها و رده بندی های رسمی است؟

همانطور که در نمودار بالا مشاهده می کنید در میان گیمرهای ایرانی تنها ۳۳ درصد در انتخاب و خرید بازی های دیجیتال به بحث رده بندی سنی توجه می کنند و باقی یا اصلاً توجهی ندارند و یا نهایتاً «تأخودی» به این مهم توجه می کنند.

نکته مهم اما درباره این آمارهای رسمی درباره فرآیند انتخاب بازی از سوی گیمرها این است که این اطلاعات صرفاً محدود به بازار رسمی و تحت نظارت عرضه بازی های دیجیتال است که به گواه همین آمارهای رسمی تنها ۵ درصد از بازار گسترده این قبیل بازی ها را شامل می شود و در ۹۵ درصد دیگر اساساً خبری از رده بندی نیست که بحث توجه به آن موضوعیت داشته باشد!

سهم ویشترین های رسمی؛ قانون چه می گوید؟

این رهاندگی اجرایی در فرآیند عرضه بازی های دیجیتال البته تناسبی با مصوبات و قوانین ندارد. جهت یادآوری تنها به بازخوانی بخش هایی از «سیاست های حاکم بر برنامه ملی بازی های رایانه ای» که شورای عالی فضای مجازی آن را در تاریخ ۲۵ آذرماه ۱۳۹۴ مصوب کرده است را مرور می کنیم.

در ماده دوم این برنامه ملی و در بخش نگاشت نهادی، «حمایت از تولید و توزیع بازی های متناسب با نیاز تمامی اقشار و سنین جامعه مبتنی بر فرهنگ ایرانی اسلامی با اولویت بازی های فاخر، نوآورانه و خلاق، آموزشی، برخط و مبتنی بر تلفن همراه» جزو سیاست های حمایتی درج و نهاد متولی آن وزارت ارشاد اعلام شده است.

وزارت آموزش و پرورش، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان صداوسیما، سازمان بسیج مستضعفان، سپاه پاسداران انقلاب اسلامی و نیروی انتظامی در این بخش به عنوان «نهاد همکار» معرفی شده اند.

جالب اینکه در ماده سوم این برنامه ملی صراحتاً آمده است: «سازمان صداوسیما و شهرداری ها با تأیید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نسبت به ارائه تخفیفات موثر برای تبلیغات بازی های رایانه ای ایرانی اقدام نمایند»

غیبت بازی های ایرانی در تلویزیون

این قانون یکساله هنوز بر زمینه مانده است! «متأسفانه صداوسیما تا جایی که بنده مطلع هستم همکاری لازم را با نهادی همچون بنیاد ملی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازی های رایانه ای و همین طور شرکت های بازی سازی به عمل نمی آورد. برای مثال برای یک تیزر ۳۰ ثانیه ای همان میزان هزینه ای که از یک برند معتبر گرفته می شود از یک شرکت مستقل بازی سازی که درآمدی ندارد هم گرفته می شود. طبیعتاً این موضوع باعث می شود بازی های ایرانی در تلویزیون خیلی دیده نشوند. این در صورتی است که انتظار می رود تمامی ارگان ها جهت پیشرفت این صنعت توپا و جوان همکاری لازم را به عمل آورند. این حرف ها را سپهر ترابی مطرح می کند، سردبیر ماه نامه «بازی نامه» بعنوان یکی از معدود رسانه های تخصصی در حوزه بازی های دیجیتال که تا حدودی خلا پرداختن به این جنس محصولات فرهنگی را در فضای رسانه های مکتوب پر کرده است.

«بازی نامه» از معدود رسانه های تخصصی در زمینه بازی های رایانه ای است. ترابی در گفتگو با خبرنگار مهر درباره نقش رسانه ها در معرفی بهتر بازی های دیجیتال به مخاطبان بالقوه خود، می گوید: موضوعی که همواره به آن باور دارم این است که مطبوعات و رسانه ها، عضو جداناپذیری از صنعت بازی سازی به شمار می روند به نوعی می توان رسانه ها و مطبوعات، مخصوصاً رسانه های فعال در زمینه بازی را چرخ دنده بزرگی در صنعت بازی سازی دانست.

این فعال رسانه ای ادامه می دهد: رسانه ها بازتاب دهنده همه موضوعات این صنعت هستند. اگر نگاهی به صنعت بازی سازی دیگر کشورها مخصوصاً کشور آمریکا داشته باشیم، متوجه می شویم یکی از عواملی که باعث موفقیت و دیده شدن محصولات این کشورها شده است، رسانه ها هستند. سردبیر «بازی نامه» معتقد است: وجود رسانه ها باعث می شود یک جو خبری قبل از ساخت یک بازی به راه بیافتد و از طرفی محصول موردنظر خیلی کامل معرفی شود. همکاری بین رسانه ها و بازی سازان یکی از مهم ترین موضوعاتی است که می تواند به صنعت بازی سازی ما کمک کند.

تبلیغ بازی ایرانی با «پوستر»!

در نبود تبلیغات و با توجه به بر زمین ماندن مصوبات شورای عالی فضای مجازی، فکر می کنید در حال حاضر توزیع کنندگان بازی های رایانه ای چه شرایطی را تجربه می کنند؟

«تا همین چند سال پیش بالغ بر ۶۰ شرکت توزیع در حوزه بازی های رایانه ای فعال بود که از آن ها امروز حدود ۳ یا ۴ شرکت هنوز پا بر جا است!» این درد دل مدیر شرکت «فن آوران نوین رسانه پارسین (نیوتک)» از وضعیت بازار توزیع بازی های رایانه ای ایرانی است. شرکتی که همین ماه گذشته در گزاره برگ منتشر شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان شرکت برتر توزیع کننده بازی های رایانه ای غیرمبایلی معرفی شده بود. صادق یاری در تشریح این وضعیت به خبرنگار مهر می گوید: بازی های رایانه ای در ایران حمایت می شود اما این حمایت چشم گیر نیست. به خصوص که بازی های رایانه ای ایرانی به شدت نیاز به تبلیغ دارند.

این فعال عرصه توزیع بازی های رایانه ای درباره جنس غالب تبلیغات در این بازار می گوید: ما تنها از پوستر برای تبلیغ استفاده می کنیم و هیچ کانال دیگری برای تبلیغ محصولات خود نداریم. مسیر تلویزیون که بسیار طولانی و گران است، برای استفاده از بیلبورد هم باید هزینه بسیار زیادی کنیم. یاری البته به ظرفیت رایگان تبلیغ در شبکه های اجتماعی و فضای مجازی هم اشاره می کند و در پاسخ به اینکه مگر بازی های خارجی به واسطه تبلیغ بازار ایران را قبضه کرده اند که بازی ایرانی برای رویارویی با آن نیازمند تبلیغ باشد، می گوید: گاهی تبلیغات بازی ها به صورت دهان به دهان اتفاق می افتد و این جنس تبلیغ بر روی یک بازی جهانی مانند کلتش آو کلتز بسیار گسترده است و جواب هم می دهد.

وی ادامه می دهد: نفس پرداخت مکرر رسانه ها به این قبیل بازی ها هم به نوعی حکم تبلیغ را پیدا می کند و در این زمینه هم برای بازی های ایرانی شاهد خلاه هستیم.

یاری به عنوان پیشنهاد برای تغییر این شرایط می گوید: طبیعتاً دولت باید از بنیاد ملی بازی ها حمایت کند و بنیاد هم به تبع از همه فعالان حوزه بازی ها حمایت کند. واقعیت این است که در حال حاضر از بازی سازان حمایت می شود اما از ناشران بازی ها هیچ حمایتی نمی شود. ناشرین در این شرایط دارند از بین می روند. مسئول موردنظر پاسخگو نمی باشد!

آنچه تا به اینجا مرور شد شرح و توصیفی از یک غفلت فراگیر بود. غفلت از ظرفیت تبلیغ برای معرفی و عرضه موثر بازی های رایانه ای در بازار داخلی. طبیعی است که برای یافتن پاسخ چرایی این وضعیت، سراغ مسئولان مرتبط هم رفتیم. از بنیاد ملی بازی های رایانه ای گرفته تا زیرمجموعه های مرتبط در سازمان صداوسیما. بعد از انتظار یک هفته ای برای تکمیل این گزارش از هیچ یک از این بخش ها پاسخ درخوری دریافت نشد.

به خصوص سازمان صداوسیما به عنوان اصلی ترین ظرفیت برای رفع این خلاه که جای خالی بازی های رایانه ای در کنساکتور برنامه های شبکه های مختلف آن بسیار مشهود است اما در تماس های مکرر با بخش های مختلف سازمان، صراحتاً اعلام شد که درباره جای خالی بازی های رایانه ای در پاکس «آگهی های بازرگانی سیما» تمایلی به پاسخگویی ندارند!

فعلاً آنچه می توان به عنوان نگاه رسمی به آن استناد کرد همان سیاست های کلی برنامه ملی بازی های رایانه ای است که از سوی شورای عالی فضای مجازی مصوب و ابلاغ شده! اما همین قانون هم روی زمین مانده است!

منبع: مهر

آغاز ثبت نام در نخستین نمایشگاه تجاری بازی ایران (۱۳۸۲-۹۵/۰۱/۲۵)

ثبت نام جهت حضور در نخستین نمایشگاه تجاری بازی در ایران آغاز شد.

به گزارش خبرنگار دنیای ارتباطات گروه فضای مجازی باشگاه خبرنگاران جوان؛ نمایشگاه TGC نخستین رویداد بین المللی تجاری صنعت بازی های رایانه ای در ایران بوده که با همکاری شرکت معتبر Game Connection فرانسه برگزار و پیش بینی می شود بیش از ۲ هزار نفر از فعالان داخلی و بین المللی این حوزه در آن حضور یابند.

این رویداد فرصت بزرگی برای فعالان حوزه بازی های رایانه ای کشورمان است تا در کنار آشنایی با تجربیات متخصصان داخلی و بین المللی، با ناشران و سرمایه گذاران بین المللی ملاقات کنند.

این رویداد قرار است ۹ و ۱۰ اردیبهشت ماه سال آتی در برج میلاد تهران برگزار شود و علاقه مندان برای حضور در بخش های مختلف این رویداد (دریافت غرفه، شرکت در کنفرانس ها و شرکت در کلاس های تخصصی) می توانند از طریق نشانی <http://www.tehrangamecon.com/register> اقدام به ثبت نام کنند.

بر اساس اعلام ستاد برگزاری نمایشگاه، برای ثبت نام زودهنگام در نمایشگاه (Early Bird) با استفاده از کد تخفیف EBTGC۲۰۱۷ می توانید از ۲۰ درصد تخفیف در نظر گرفته شده بهره مند شوید. علاقه مندان برای استفاده از این موقعیت دو ماه زمان دارند.

هم چنین با توجه به فضای محدود غرفه ای در مرکز همایش های برج میلاد اولویت جایگاه های بهتر غرفه ها برای مجموعه هایی است که زودتر نسبت به ثبت نام اقدام نمایند.

همچنین در صورتی که نسبت به نحوه ثبت نام، خرید غرفه، اسپانسرینگ در رویداد و دیگر مسایل سوال دارید می توانید با ایمیل contact@tehrangamecon.com تماس بگیرید.

منبع: روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای

نشست پژوهشی: افق بازی سازی رایانه ای در کشور (۱۳۸۲-۹۵/۰۱/۲۹)

سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی بر حمایت از اقتصاد دانش بنیان تاکید دارد و در بند ۲ این سیاست ها بر پیشسازی اقتصاد دانش بنیان و افزایش سهم تولید و صادرات محصولات و خدمات دانش بنیان و دستیابی به رتبه اول اقتصاد دانش بنیان در منطقه تاکید شده است.

پژوهش خبری صدا و سیما؛ شرکت های بازی سازی رایانه ای از نوع شرکت های دانش بنیان هستند. سازمان دانش بنیان سازمانی است که عمده ترین دارایی سرمایه های آن دانش است در این نوع سازمان ها هم افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد و دانش محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) انجام می شود. سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی بر حمایت از اقتصاد دانش بنیان تاکید دارد و در بند ۲ این سیاست ها بر پیشسازی اقتصاد دانش بنیان و افزایش سهم تولید و صادرات محصولات و خدمات دانش بنیان و دستیابی به رتبه اول اقتصاد دانش بنیان در منطقه تاکید شده است. اقتصاد دانش بنیان اقتصادی است که مستقیماً بر پایه تولید، توزیع و مصرف دانش و اطلاعات قرار گرفته است. در این نشست با حضور دکتر محمد حسین رضوانی، مسئول ارتباطات دانشگاهی بنیاد ملی بازی های رایانه ای و استاد دانشگاه به بررسی آینده پژوهی شرکت های بازی ساز رایانه ای در کشور پرداخته ایم.

لزوم نگاه واقعی به بازی سازان ایرانی با توجه به اقتصاد مقاومتی

دکتر محمد حسین رضوانی، مسئول ارتباطات دانشگاهی بنیاد ملی بازی های رایانه ای و استاد دانشگاه؛ نگاه رسانه ها به صنعت بازی های دیجیتال داخلی باید نگاهی از جنس فرصت باشد. نگاه واقعی به گیم باید شکل بگیرد. در بازی های خارجی، بازی آسیب های زیادی می زند، خدمات جسمی و روحی می زند، اما صنعت بازی در ایران و بر اساس اقتصاد مقاومتی، این نگاه را عوض خواهد کرد و بازی بر اساس سبک زندگی اسلامی ایرانی و فرهنگ اسلامی ایرانی باعث تقویت استقلال و همیت کشور است. می توانیم بازی سازی توحیدی و پاک را به جهانیان و مخاطبان معرفی کنیم. بازی سازی کالایی است که ثروت آفرین است.

وضع موجود کشور در بازی سازی

دکتر محمد حسین رضوانی، مسئول ارتباطات دانشگاهی بنیاد ملی بازی های رایانه ای و استاد دانشگاه؛ ۳۷۴ عنوان بازی صادراتی داریم. هر بازی صد و ده هزار بازدید داشته است. ۲۳ فروشگاه خارجی نشر پیدا کردند. یک میلیون و دویست و سی هزار دلار بازگشته است. اما ۱۴۲ میلیارد دلار تنها از طریق یک بازی خارجی آنلاین موسوم به کلش آو کلنز که محصول کشور فنلاند است از کشور عزیزمان خارج شده است.

قواید رشد بازی سازی داخلی در کشور

۱- استفاده از بازی برای کنترل مصرف گرای

مصرف گرایی را در کشور با این صنعت می توان کنترل کنیم. مدیریت درست و بهینه مصرف کردن لازم و ملزوم یکدیگر هستند.

۲- مصرف برند ایرانی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) استفاده از تولید داخلی و عرق ملی به تولید داخلی بسیار مهم است. گیمیر ایرانی باید بازی ایرانی مصرف کند. برای این صنعت نوبا باید بازی سازان ایرانی، بازی های باکیفیتی تولید کنند. باید چوری نشان داده شود که هرگز گیمیر ایرانی به سراغ بازی خارجی نرود. از لحاظ کیفیت و کمیت، هرگز بازی ایرانی نباید چیزی از محصولات خارجی کم داشته باشد.

۳- وظیفه رسانه ها معرفی بازی های خوب ایرانی به گیمرها
رسانه ها باید بازی های خوب ایرانی را به گیمرهای ایرانی معرفی کنند. کاربران ایرانی، بازی با کیفیت خارجی را با قیمت کمتر از ۶ هزار تومان می خرند که این موضوع برخلاف اقتصاد مقاومتی و تولید داخلی است. باید تعداد داندلود بازی های داخلی را با کاهش قیمت و افزایش کیفیت و افزایش کیفیت فرایند انجام بازی تقویت کنیم.

۴- بالا بودن توان داخلی در تولید محتوا
توان داخلی کشور در تولید محتوای بومی و درست برای بازی دیجیتال و تکنیک های فنی در سطح بالایی قرار دارد و بازی سازان ایرانی باید بدانند دستشان باز است که چه محتوایی را چه موقع و با چه فناوری به مخاطب تحویل دهند.

وضع موجود آموزش بازی سازی رایانه ای در ایران
دکتر محمد حسین رضوانی، مسئول ارتباطات دانشگاهی بنیاد ملی بازی های رایانه ای و استاد دانشگاه:

- ۱- ظرفیت مراکز آموزشی کم تر از نیروی انسانی مورد نیاز صنعت است.
- ۲- برخی مشکلات فنی بازی های داخلی ناشی از عدم وجود آموزش می باشد.
- ۳- در مقطع کارشناسی و دکتری هنوز رشته مستقل تاسیس نشده است.
- ۴- هیئت علمی مورد نیاز برای تاسیس رشته ها وجود ندارد.
- ۵- به دلیل عدم وجود رشته دانشگاهی، افراد نخبه وارد این صنعت نمی شوند.
- ۶- آموزش ها در سطح انستیتو و دانشگاه جامع علمی-کاربردی بیشتر جنبه فنی داشته و به بحث محتوایی کمتر پرداخته می شود.

ضعف های تیم های بازی سازی حال حاضر کشور

- دکتر محمد حسین رضوانی، مسئول ارتباطات دانشگاهی بنیاد ملی بازی های رایانه ای و استاد دانشگاه:
- ۱- آمار اظهار شده توسط تیم ها در خصوص تعداد متخصصین فنی و هنری کاملاً معیبر و واقعی بوده و دارای کم ترین انحراف از مقادیر محاسبه شده می باشد.
 - ۲- آمار اظهار شده توسط تیم ها در خصوص تعداد مدیران، طراحان و صداگذاران از اعتبار کافی برخوردار نیست و دارای انحراف قابل توجهی از مقادیر محاسبه شده می باشد. علل این پدیده:

وجود هم پوشانی در تخصص های فوق یا سایر تخصص های اصلی. به طور مثال شخصی که مشغول کار فنی یا هنری بازی است همزمان مدیریت تیم را نیز انجام می دهد. در خصوص طراحی و صداگذاری نیز چنین است.

- صداگذاری در بازی های ایرانی چندان مقوله جدی ای محسوب نمی گردد و برای آن متخصص حرفه ای وجود ندارد.
- ۳- تعداد طراحان متخصص در کشور بسیار اندک می باشد و تخصص لازم در این زمینه وجود ندارد. بسیاری از طراحان بازی به طور همزمان در تیم هنری یا فنی بازی نیز اشتغال دارند!

نیروی انسانی بازی سازی در افق ۱۴۰۴

- دکتر محمد حسین رضوانی، مسئول ارتباطات دانشگاهی بنیاد ملی بازی های رایانه ای و استاد دانشگاه:
- الف- در چشم انداز ۱۴۰۴ باید حداقل ده هزار نیروی انسانی در صنعت گیم کشور وجود داشته باشد.
- ب- کشور در بخش مدیریت تیم و طراحی بازی به شدت با کمبود نیروی متخصص روبرو است.
- ج- در بخش موسیقی و صداگذاری اگرچه با بحران نیرو مواجه نیستیم لیکن نیاز به تربیت اصولی نیرو در جهت افزایش کیفیت وجود دارد.
- د- در بخش مطالعات بازی تقریباً هیچ تلاشی برای آموزش صورت نگرفته است. برای تسهیل نفوذ فرهنگ بازی های رایانه ای در جامعه، ضروری است نیروهای ویژه با رویکرد مطالعات بازی تربیت شود.
- پژوهش خبری صدا و سیما // گروه رسانه

راهنمای بولتن

قالب محتوا

خبر



یادداشت



گزارش



مقاله



اطلاعیه



فراخوان



گفتگو



پیام مردمی



تصویری



شماره صفحه



مثبت +

منفی -

بی طرف 0

جهت گیری محتوا

عنوان خبر

منابع دیگر: منبع ۱ | منبع ۲ | منبع ۳ | ...

محل قرارگیری خلاصه خبر

محل قرارگیری

فراوانی خبر

بریده جراید در روزنامه

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در آینه مطبوعات

۱۳۹۵/۱۰/۲۹

