

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در آیینہ مطبوعات



APR 18 2017

سه شنبه ۲۹
فروردین

۱۳۹۶

اذان صبح ۴:۵۹ طلوع آفتاب ۶:۲۸ اذان ظهر ۱۳:۰۴ اذان مغرب ۱۹:۵۹



قیمت ارز مبادله ای (ریال)

▼ ۱	۳۲۴۳۸	دلار
▲ ۹۰	۳۴۵۴۵	یورو
▲ ۶۱	۴۰۷۵۳	پوند
▼ ۱۸۸	۲۹۷۷۰	سدین
▼ ۱	۸۸۳۲	درهم امارات
▲ ۲۸	۳۲۳۲۷	فرانک

قیمت ارز (تومان)

۳۷۴۹	دلار
۴۰۴۸	یورو
۴۷۳۰	پوند
۳۴۷۰	سدین
۱۰۲۹	درهم امارات
۱۰۴۰	لیبر ترکیه

قیمت طلا و سکه (تومان)

۱۱۸۵۴۰	یک گرم طلای ۱۸ عیار
۱۲۲۵۰۰۰	تمام سکه (طرح جدید)
۱۱۹۵۰۰۰	تمام سکه (طرح قدیم)
۷۰۰۰۰۰	نیم سکه
۳۸۶۰۰۰	ربع سکه

فهرست



۲	روزهای خوب برای بازی های رایانه ای داخلی در راه است	فارس
۲	باید از نرم افزارهای خارجی مالیات اخذ شود	ایمکس نیوز
۳	مشکل اساسی حوزه IT چیست؟	فردا
۴	مشکل اساسی حوزه IT چیست؟	تدوین
۴	معرفی یک بازی ایرانی در سال اقتصاد مقاومتی	خبرگزاری قرآن
۵	رقابت با بازی های موبایلی ایرانی در مسابقه ی بازی جام	باشگاه خبرنگاران
۵	بازی های لانه کرده در جیب ما/ هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	مرکز خبری مهر
۷	بازی های لانه کرده در جیب ما/ هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	بی بی سی
۹	بازی های لانه کرده در جیب ما/ هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	خبرگزاری فارس
۱۰	هزینه های میلیاردی بازی های موبایلی	چهارم
۱۲	هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	صابر
۱۴	بازی های لانه کرده در جیب ما/ هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	توتو
۱۵	بازار ۱۴۰ میلیارد تومانی بازی های موبایلی در ایران	خراسان
۱۶	بازی های لانه کرده در جیب ما/ هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	میلیت
۱۷	زمان و مکان برگزاری نمایشگاه بین المللی TGC تغییر کرد	ICT
۱۸	فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان ۲۰۱۷	artna
۱۸	فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان ۲۰۱۷	ZIMA
۱۹	فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان ۲۰۱۷	ایران
۱۹	فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان ۲۰۱۷	ایران

۲۰	فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان ۲۰۱۷	باشگاه خبرنگاران
۲۱	هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	مجموعه اطلاع رسانی دانا
۲۲	فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان ۲۰۱۷	سایت خبری جوان
۲۳	فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان ۲۰۱۷	مرکز توانمندسازی و شهروندگری گروه کارهای نوپای طوا
۲۳	هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	مشق
۲۵	هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	بازار
۲۶	هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	فکر
۲۸	هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	عبارت
۳۰	هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	دولت بهار
۳۱	هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی	مهر

تعداد محتوا : ۲۹



پایگاه خبری

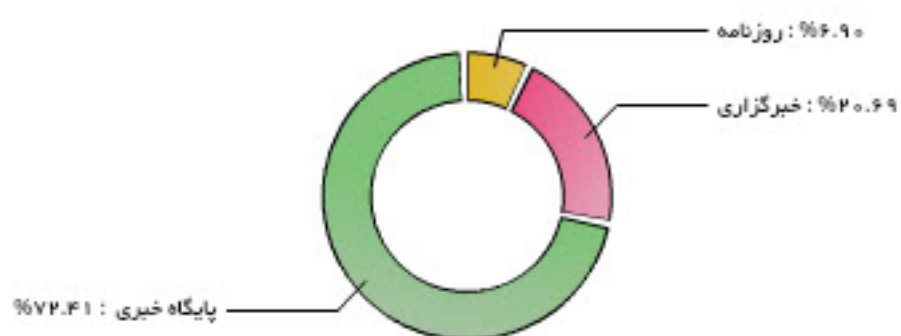
۲۱

خبرگزاری

۶

روزنامه

۲



معاون پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای: روزهای خوب برای بازی‌های رایانه‌ای داخلی در راه است

فرهنگ: معاون پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، وضعیت بازیسازی در ایران را بویژه در حوزه بازی‌های موبایلی، رو به پیشرفت توصیف کرد.

سید محمدعلی سیدحسینی به خبرنگار ما گفت: بازیسازان در حوزه بازی‌های موبایلی چه به لحاظ تعداد، تنوع و ژانر و چه به لحاظ کیفیت بازی‌ها در حال پیشرفت هستند.

او با بیان اینکه صادرات بازی‌های رایانه‌ای رو به رشد و امیدوارکننده است، خاطرنشان کرد: تولید و عرضه بازی‌های رایانه‌ای پیشرفت خوبی دارد و این نوید را می‌دهد که از طریق بازیسازی که صنعت کم‌هزینه‌ای در تولید است یعنی مواد خام چندانی را نمی‌طلبد و هزینه ایجاد شغل در این صنعت نسبت به دیگر صنایع بسیار پایین است، می‌توان به درآمدزایی رسید.

سیدحسینی از اقبال جوانان به این صنعت خبر داد و افزود: افراد خلاق جذب این صنعت شده‌اند که این نکته پتانسیل این حوزه را افزایش می‌دهد و نویدبخش روزهای خوبی برای صنعت بازیسازی است تا بتوانیم در صادرات بازی‌های رایانه‌ای نقش مؤثری داشته باشیم.



باید از نرم افزارهای خارجی مالیات اخذ شود (۱۳۹۴-۰۲/۰۱/۲۵)

یک کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: قانون اخذ عوارض از نرم افزار و بازی‌های رایانه‌ای خارجی باید تصویب شود. قاچاق دیجیتال بیش از آنکه به ضرر شرکت سازنده باشد به تولیدکننده داخلی آسیب می‌زند.

وایمکس نیوز- هادی جعفری با اشاره به ضرورت استفاده از پتانسیل نیروی انسانی و ظرفیت نرم افزاری در کشور، گفت: شرکت‌های دانش بنیان و استارت‌آپی پیش از آنکه در سخت افزار متمرکز باشند بر روی منابع نرم افزاری و فکرآفرینی که باعث خلق ثروت می‌شود، متمرکز هستند. وی در همین رابطه افزود: ایران با توجه به نیروهای جوان و پرتalگیره که دارای تحصیلات آکادمیک در این حوزه هستند نتوانسته است به خوبی این پتانسیل را به کار گیرد، در صورتی که نیروی جوان می‌تواند در پیشبرد اقتصاد سهم زیادی داشته باشد، به همین خاطر نیازمند به کارگیری این نیروها در بخش خصوصی هستیم که مستلزم حمایت جدی و تصحیح قوانین در راستای سهولت است.

این کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات با اشاره به نقش دولت در این زمینه، خاطر نشان کرد: دولت با سیاست‌های حمایتی می‌تواند شتاب بیشتری ایجاد کند اما علاوه بر آن به طور جدی نیازمند سرمایه‌گذاری خارجی هستیم.

جعفری در رابطه با بزرگ‌ترین مشکلات بخش خصوصی در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات، اظهار کرد: اولین قدم برای حل این مشکلات شناسایی گلوگاه‌ها و نقاط اصلی است. یکی از این مشکلات، بوروکراسی در ساختار نظام حاکمیت است و دولت نیازمند برخورد چابک در این حوزه است.

وی با بیان این که قاچاق تنها به صورت فیزیکی اتفاق نمی‌افتد، ادامه داد: قاچاق دیجیتال یکی از مشکلات اساسی حوزه II در کشور است. در این نوع قاچاق نرم افزارها و بازی‌های رایانه‌ای بدون این که عوارض قانونی برای ورود به کشور پرداخت کنند و حتی بدون آنکه عوارضی برایشان تعریف شده باشد، بازار را در اختیار می‌گیرند و زمینه را برای رقابت تولیدکنندگان داخلی تنگ می‌کند.

این کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات در همین رابطه افزود: قاچاق دیجیتال باعث می‌شود تولیدکننده داخلی مجبور به رقابت با بازی‌هایی باشد که برای ساخت آنها چند صد میلیون دلار هزینه شده است، اما در بازار داخل کشور با حداقل قیمت و حدود چند هزار تومان به فروش می‌رسد.

جعفری در پاسخ به این سوال که با توجه به ظرفیت بالای کشور در این زمینه چرا همچنان آمار بیکاری در میان فارغ التحصیلان رشته II بالاست، گفت: جواب این سوال در یک کلمه کپی رایت خلاصه می‌شود. تولیدکنندگان داخلی با شرایطی مواجهند که محصول چند میلیون دلاری به خاطر عدم وجود قانون کپی رایت در کشور به اندازه قیمت یک دی‌وی دی خام به فروش می‌رسد که ساده‌ترین مثال در این زمینه ویندوز است.

وی در همین رابطه افزود: قاچاق دیجیتال بیش از آنکه به ضرر کشور سازنده باشد به بازار و تولیدکننده داخلی آسیب می‌رساند. با وجود تلاش زیاد بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای هنوز نمایندگان مجلس به این نتیجه نرسیده‌اند که قانونی برای اخذ عوارض از ورود نرم افزار و بازی‌های رایانه‌ای به کشور تصویب کنند. این کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: بازی‌های رایانه‌ای بیش از آنکه بازی باشند می‌توانند اقتصاد یک کشور را در دست (اندامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) گیرند و تراکنش های مالی بسیار عظیم و فراتر از سینما در این حوزه وجود دارد. جعفری با اشاره به قوانین دست و پاگیری که در این حوزه نیاز به تصحیح دارند، خاطر نشان کرد: فعالیت های دانش بنیان از مالیات معافند اما این شرکت ها به دلیل این که هنوز از ریزه کاری اظهارنامه نویسی بی اطلاع هستند و همچنین این مساله که مالیات براساس تشخیص ممیز مالیاتی و به صورت سلیقه ای دریافت می شود، ممکن است در پرونده های مشابه یکی رای به اخذ داده شود و دیگری معاف باشد. وی در همین رابطه افزود: در صورتی که اداره امور مالیاتی و ممیزهای مالیاتی باید در مورد ضرورت حمایت از شرکت های دانش بنیان توجیه شوند. منبع: ایسنا



مشکل اساسی حوزه II چیست؟ (۹۵/۰۱/۲۵ - ۹۴/۱۵/۲۵)

یک کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: قاچاق دیجیتال بیش از آنکه به ضرر شرکت سازنده باشد به تولیدکننده داخلی آسیب می زند. قانون اخذ عوارض از نرم افزار و بازی های رایانه ای خارجی باید تصویب شود.

خبرگزاری ایسنا: یک کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: قاچاق دیجیتال بیش از آنکه به ضرر شرکت سازنده باشد به تولیدکننده داخلی آسیب می زند. قانون اخذ عوارض از نرم افزار و بازی های رایانه ای خارجی باید تصویب شود. هادی جعفری با اشاره به ضرورت استفاده از پتانسیل نیروی انسانی و ظرفیت نرم افزاری در کشور، گفت: شرکت های دانش بنیان و استارت آپی بیش از آنکه در سخت افزار متمرکز باشند بر روی منابع نرم افزاری و فکرآفرینی که باعث خلق ثروت می شود، متمرکز هستند. وی در همین رابطه افزود: ایران با توجه به نیروهای جوان و پرانگیزه که دارای تحصیلات آکادمیک در این حوزه هستند، نتوانسته است به خوبی این پتانسیل را به کار گیرد، در صورتی که نیروی جوان می تواند در پیشبرد اقتصاد سهم زیادی داشته باشد، به همین خاطر نیازمند به کارگیری این نیروها در بخش خصوصی هستیم که مستلزم حمایت جدی و تصحیح قوانین در راستای سهولت است. این کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات با اشاره به نقش دولت در این زمینه، خاطر نشان کرد: دولت با سیاست های حمایتی می تواند شتاب بیشتری ایجاد کند اما علاوه بر آن به طور جدی نیازمند سرمایه گذاری خارجی هستیم. جعفری در رابطه با بزرگ ترین مشکلات بخش خصوصی در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات، اظهار کرد: اولین قدم برای حل این مشکلات شناسایی گلوگاه ها و نقاط اصلی است. یکی از این مشکلات، بوروکراسی در ساختار نظام حاکمیت است و دولت نیازمند برخورد چابک در این حوزه است. وی با بیان این که قاچاق تنها به صورت فیزیکی اتفاق نمی افتد، ادامه داد: قاچاق دیجیتال یکی از مشکلات اساسی حوزه II در کشور است. در این نوع قاچاق نرم افزارها و بازی های رایانه ای بدون این که عوارض قانونی برای ورود به کشور پرداخت کنند و حتی بدون آنکه عوارضی برایشان تعریف شده باشد، بازار را در اختیار می گیرند و زمینه را برای رقابت تولیدکنندگان داخلی تنگ می کنند. این کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات در همین رابطه افزود: قاچاق دیجیتال باعث می شود تولیدکننده داخلی مجبور به رقابت با بازی هایی باشد که برای ساخت آنها چند صد میلیون دلار هزینه شده است، اما در بازار داخل کشور با حداقل قیمت و حدود چند هزار تومان به فروش می رسد. جعفری در پاسخ به این سوال که با توجه به ظرفیت بالای کشور در این زمینه چرا همچنان آمار بیکاری در میان فارغ التحصیلان رشته II بالاست، گفت: جواب این سوال در یک کلمه کپی رایت خلاصه می شود. تولیدکنندگان داخلی با شرایطی مواجهند که محصول چند میلیون دلاری به خاطر عدم وجود قانون کپی رایت در کشور به اندازه قیمت یک دی وی دی خام به فروش می رسد که ساده ترین مثال در این زمینه ویندوز است. وی در همین رابطه افزود: قاچاق دیجیتال بیش از آنکه به ضرر کشور سازنده باشد به بازار و تولیدکننده داخلی آسیب می رساند. با وجود تلاش زیاد بنیاد ملی بازی های رایانه ای هنوز نمایندگان مجلس به این نتیجه نرسیده اند که قانونی برای اخذ عوارض از ورود نرم افزار و بازی های رایانه ای به کشور تصویب کنند. این کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: بازی های رایانه ای بیش از آنکه بازی باشند می توانند اقتصاد یک کشور را در دست گیرند و تراکنش های مالی بسیار عظیم و فراتر از سینما در این حوزه وجود دارد. جعفری با اشاره به قوانین دست و پاگیری که در این حوزه نیاز به تصحیح دارند، خاطر نشان کرد: فعالیت های دانش بنیان از مالیات معافند اما این شرکت ها به دلیل این که هنوز از ریزه کاری اظهارنامه نویسی بی اطلاع هستند و همچنین این مساله که مالیات براساس تشخیص ممیز مالیاتی و به صورت سلیقه ای دریافت می شود، ممکن است در پرونده های مشابه یکی رای به اخذ داده شود و دیگری معاف باشد. وی در همین رابطه افزود: در صورتی که اداره امور مالیاتی و ممیزهای مالیاتی باید در مورد ضرورت حمایت از شرکت های دانش بنیان توجیه شوند.

مشکل اساسی حوزه II چیست؟ (۱۳۴۴-۹۵/۰۱/۲۵)

خبرگزاری ایستا: یک کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: قاچاق دیجیتال بیش از آنکه به ضرر شرکت سازنده باشد به تولیدکننده داخلی آسیب می زند. قانون اخذ عوارض از نرم افزار و بازی های رایانه ای خارجی باید تصویب شود.

هادی جعفری با اشاره به ضرورت استفاده از پتانسیل نیروی انسانی و ظرفیت نرم افزاری در کشور، گفت: شرکت های دانش بنیان و استارت آپی پیش از آنکه در سخت افزار متمرکز باشند بر روی منابع نرم افزاری و فکرآفرینی که باعث خلق ثروت می شود، متمرکز هستند.

وی در همین رابطه افزود: ایران با توجه به نیروهای جوان و پرتalیزه که دارای تحصیلات آکادمیک در این حوزه هستند نتوانسته است به خوبی این پتانسیل را به کار گیرد، در صورتی که نیروی جوان می تواند در پیشبرد اقتصاد سهم زیادی داشته باشد، به همین خاطر نیازمند به کارگیری این نیروها در بخش خصوصی هستیم که مستلزم حمایت جدی و تصحیح قوانین در راستای سهولت است.

این کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات با اشاره به نقش دولت در این زمینه، خاطر نشان کرد: دولت با سیاست های حمایتی می تواند شتاب بیشتری ایجاد کند اما علاوه بر آن به طور جدی نیازمند سرمایه گذاری خارجی هستیم.

جعفری در رابطه با بزرگ ترین مشکلات بخش خصوصی در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات، اظهار کرد: اولین قدم برای حل این مشکلات شناسایی گلوگاه ها و نقاط اصلی است. یکی از این مشکلات، بوروکراسی در ساختار نظام حاکمیت است و دولت نیازمند برخورد چابک در این حوزه است.

وی با بیان این که قاچاق تنها به صورت فیزیکی اتفاق نمی افتد، ادامه داد: قاچاق دیجیتال یکی از مشکلات اساسی حوزه II در کشور است. در این نوع قاچاق نرم افزارها و بازی های رایانه ای بدون این که عوارض قانونی برای ورود به کشور پرداخت کنند و حتی بدون آنکه عوارضی برایشان تعریف شده باشد، بازار را در اختیار می گیرند و زمینه را برای رقابت تولیدکنندگان داخلی تنگ می کند.

این کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات در همین رابطه افزود: قاچاق دیجیتال باعث می شود تولیدکننده داخلی مجبور به رقابت با بازی هایی باشد که برای ساخت آنها چند صد میلیون دلار هزینه شده است، اما در بازار داخل کشور با حداقل قیمت و حدود چند هزار تومان به فروش می رسد.

جعفری در پاسخ به این سوال که با توجه به ظرفیت بالای کشور در این زمینه چرا همچنان آمار بیکاری در میان فارغ التحصیلان رشته II بالاست، گفت: جواب این سوال در یک کلمه کپی رایت خلاصه می شود. تولیدکنندگان داخلی با شرایطی مواجهند که محصول چند میلیون دلاری به خاطر عدم وجود قانون کپی رایت در کشور به اندازه قیمت یک دی وی دی خام به فروش می رسد که ساده ترین مثال در این زمینه ویندوز است.

وی در همین رابطه افزود: قاچاق دیجیتال بیش از آنکه به ضرر کشور سازنده باشد به بازار و تولیدکننده داخلی آسیب می رساند. با وجود تلاش زیاد بنیاد ملی بازی های رایانه ای هنوز نمایندگان مجلس به این نتیجه نرسیده اند که قانونی برای اخذ عوارض از ورود نرم افزار و بازی های رایانه ای به کشور تصویب کنند.

این کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: بازی های رایانه ای بیش از آنکه بازی باشند می توانند اقتصاد یک کشور را در دست گیرند و تراکنش های مالی بسیار عظیم و فراتر از سینما در این حوزه وجود دارد.

جعفری با اشاره به قوانین دست وپاگیری که در این حوزه نیاز به تصحیح دارند، خاطر نشان کرد: فعالیت های دانش بنیان از مالیات معافند اما این شرکت ها به دلیل این که هنوز از ریزه کاری اظهارنامه نویسی بی اطلاع هستند و همچنین این مساله که مالیات براساس تشخیص ممیز مالیاتی و به صورت سلیقه ای دریافت می شود، ممکن است در پرونده های مشابه یکی رای به اخذ داده شود و دیگری معاف باشد.

وی در همین رابطه افزود: در صورتی که اداره امور مالیاتی و ممیزهای مالیاتی باید در مورد ضرورت حمایت از شرکت های دانش بنیان توجیه شوند.



معرفی یک بازی ایرانی در سال اقتصاد مقاومتی (۱۳۴۴-۹۵/۰۱/۲۵)

گروه شبکه های اجتماعی: بازی «چهره شیطانی» یک بازی ماجراجویی توهمی با محوریت داستان است که شخصیت اصلی با روی دیگر خود یعنی قسمت شیطانی اش روبرو می شود.

به گزارش خبرگزاری بین المللی قرآن (ایکنا)، بازی «چهره شیطانی» در سبک ماجراجویی اول شخص توسط مؤسسه ماسک ابدی برای سنین بالای ۱۸ سال تهیه و در تیراژ ۱۲۵۰۰ نسخه منتشر شده است. همچنین سازندگان در این بازی از موتور یونیتی استفاده کرده اند.

بازی چهره شیطانی، یک بازی ماجراجویی توهمی با محوریت داستان است که در آن شخصیت اصلی باید با روی دیگر خود یعنی قسمت شیطانی اش روبرو شود که در این راه به تاجر پا به قسمت های بسیار تاریک و پلید ذهنش می گذارد؛ در این راه بازیکن به دنبال بازگشایی قسمت هایی از ذهن شخصیت اصلی می رود که همیشه سعی داشت به فراموشی سپارد.

گیم پلی بازی بر اساس اتفاقات عجیب و غریبی است که در حین بازی توسط جلد شیطانی شخصیت اصلی رخ می دهد. بازیکن با مواردی بسیار عجیب رو به رو می شود که فقط توسط یک اهریمن واقعی امکان پذیر است. این بازی در حال حاضر رده بندی سنی مثبت ۱۸ را از بنیاد ملی بازی های رایانه ای دریافت کرده و به زودی برای رایانه های شخصی در بازار ایران عرضه می شود.

روایت داستان به این صورت است که زندگی دکتر هومن تدبیری بعد از ورشکستگی و اخراج از کار، به هم می ریزد و حتی همسرش هم او را ترک می کند. او که تنها شده، در افکارش خاطراتی را بیاد می آورد که پیش از آن از یادآوری آنها وحشت داشته است.

این بازی توسط ۷ نفر و در مدت ۱۱ ماه ساخته شده است. همچنین بازی ۴ مرحله ای اصلی دارد و داستان و نحوه ی روایت آن مهم ترین (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) رکن بازی است. سعی شده است بازی با وجود برخی پیچیدگی‌ها کمترین ابهام را برای گیمر به همراه داشته باشد و در صورت بازی کردن مجدد، نکات جدیدی توسط گیمر کشف شود.

سازندگان بازی در حال انجام مذاکرات برای عرضه در خارج از کشور و همچنین دوبله انگلیسی و ایجاد تغییر جزئی روی بازی هستند تا انتشار بازی در خارج از کشور تسهیل شود.



رقابت با بازی های موبایلی ایرانی در مسابقه ی بازی جام (۱۳۹۴-۱۳۹۵)

جشنواره ی ملی بازی های موبایلی ایرانی (بازی جام) با رویکرد حمایت از تولید ملی و توسعه دهندگان ایرانی، همچنین ترویج استفاده از تولیدات ملی و جهت دهی بازیکنان بازی های دیجیتال آنلاین، به سمت بازی های ایرانی برگزار می شود.

به گزارش خبرنگار حوزه دنیای ارتباطات گروه فضای مجازی باشگاه خبرنگاران جوان: این نخستین بار است که مسابقه ی بازی های ویدیویی تنها برای بازی های موبایلی ایرانی راه اندازی می شود.

در این مسابقه پنج بازی موبایلی مگنيس، پرسیتی، شاهین، فوتبال رانر و جدل بر روی سرعت انتخاب شده اند و داوطلبان شرکت در مسابقه باید در این بازی ها با یک دیگر به رقابت بپردازند.

جشنواره ی ملی بازی های موبایلی ایرانی با حمایت ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز وابسته به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و همچنین بنیاد ملی بازی های رایانه ای برگزار می شود. ارزش جوایز نقدی و غیر نقدی این مسابقات در حال حاضر بیش از ۵۰ میلیون تومان است.

هدف برگزار کنندگان درگیر کردن بیش از ۵۰۰ هزار بازیکن در این مسابقه است تا علاوه بر آشنایی مخاطبان با بازی های ایرانی، نسبت به بازی های بومی در بین شرکت کنندگان تگرش مثبت ایجاد شود.

علاقه مندان جهت شرکت در این مسابقه و کسب اطلاعات بیشتر می توانند به پایگاه اینترنتی <http://bazijam.ir> مراجعه نمایند.

منبع: روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای



گزارش تحلیلی مهر؛ بازی های لانه کرده در جیب ما / هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۱۳۹۴-۱۳۹۵)

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدانیم گیمرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

خبرگزاری مهر- گروه فرهنگ: نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحورکننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منویی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیمرهای ایرانی هم با استقبال از بازی های لانه کرده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند.

درآمد جهانی بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶.۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۲۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است. همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی نادیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لانه کرده اند چیست؟! (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیراً منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۲۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۲۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۲۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، امریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد؛ «تقریباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پوشش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می کردند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفاً پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفاً اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۲۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی

بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند.

اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند.

همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده، را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند.

فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد. از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است.

رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اینترنت است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد.

با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کانال های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند.

در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجهی است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۳ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفا سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند، تشکیل می دهند.

قارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراق بر سایه فراگیری بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلا همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه قرار به آسانی امروز نیست!



بازی های لانه کرده در جیب ما / هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۱۳۶۶/۰۱/۰۸-۰۸۵۴)

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کفایت بدائیم گیرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

خبرگزاری مهر- گروه فرهنگ: نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسجورکننده در جهان سرگرمی ها شده است! بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منویی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیرهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند.

درآمد جهانی بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶.۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است. همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی نادیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لانه کرده اند چیست؟

سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیرا منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰.۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴.۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۳۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶.۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، آمریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد! «تقریبا ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پویای آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می کردند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفاً پرداخت برای بازی ها را در برمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفاً اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۴۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی

بخشی دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند.

اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند.

همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده، را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند.

فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترسی به نظر نمی رسد. از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ تویت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است.

رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اترقیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترسی به نظر نمی رسد.

با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کانال های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند.

در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجه ای است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است.

بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۳ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند، تشکیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فراگیر بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه فرار به آسانی امروز نیست!



بازی های لانه کرده در جیب ما / هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۱۰۰۵۴-۱۶/۰۱/۲۵)

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدانیم گیم های ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش گروه رسانه های خبرگزاری تسنیم، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تهیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحورکننده در جهان سرگرمی ها شده است! بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منویی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیم های ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند.

درآمد جهانی بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است. همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی نادیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لانه کرده اند چیست؟

سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیرا منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۳۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، امریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقریبا ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پوشش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می کنند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفا پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفا اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۲۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند.

اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند. همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند.

فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساسا فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه بازی های امری در دسترس به نظر نمی رسد. از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است.

رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اترقیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساسا فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه بازی های امری در دسترس به نظر نمی رسد.

با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کانال های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند.

در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجهی است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است.

بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۳ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند تشکیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فراگیر بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه فرار به آسانی امروز نیست!

منبع: مهر

هزینه های میلیاردی بازی های موبایلی (۱۱۵۱-۱۰۶۱/۲۵)

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافی است بدانیم گیمرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بوده. گزارش مهر، بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تمییه کرد تا سنگ بنای عمراتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسجورکننده در جهان سرگرمی ها شده است. بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منوئی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیمرهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند.

همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی نادیده ماند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لانه کرده اند چیست؟ سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیرا منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۳۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، امریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقریبا ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پوشش آماری خود در سال ۹۴ را در تیرور ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می کردند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفا پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفا اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۳۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی

بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند.

اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند.

همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده، را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند.

از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریبا به همین میزان است.

رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اترقیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساسا فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد.

با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متوالی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کاتال های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند.

در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجهی است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) عرضه شده در این بازار است.

بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۳ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند تشکیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فراگیر بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه قرار به آسانی امروز نیست!



بازی های لانه کرده در جیب ما / هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۱۳۹۱/۰۱/۰۵)

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کفایت بداثیم گیرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش صابرنیوز، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسجورکننده در جهان سرگرمی ها شده است! بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منویی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیرهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند.

درآمد جهانی بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است. همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی نادیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لانه کرده اند چیست؟

سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیراً منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۳۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، آمریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقریباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پوشش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می کردند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفا پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفا اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۲۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی

بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند.

اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند.

همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند.

فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساسا فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد. از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریبا به همین میزان است.

رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اترقیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساسا فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد.

با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کاتالوگ های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند.

در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجهی است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است.

بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۳ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفا سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند، تشکیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فراگیر بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلا همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه قرار به آسانی امروز نیست!

منبع: مهر

بازی های لانه کرده در جیب ما / هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی

بازی های موبایلی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند. بازدید صفحه اول ارسال به دوستان نسخه چاپی

گروه اجتماعی «تیتریک»، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود. بازی ساده «مار» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمرانی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحورکننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منویی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیمهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند. همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تازیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لانه کرده اند چیست؟

سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیرا منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۲۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۲۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۲۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، امریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقریبا ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پوشش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می خردند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفا پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفا اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۲۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی

بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند. اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند. همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده، را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند. از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است. رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اترقیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد. با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کاتالوگ های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند. در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجه ای است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است.

بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۲ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند تشکیل می دهند.

اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فراگیر بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نیاشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه فرار به آسانی امروز نیست! انتهای پیام/



خراسان

بازار ۱۴۰ میلیارد تومانی بازی های موبایلی در ایران

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران کافی است بدانید گیرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش مهر، حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منوایی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیرهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند. مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) به تازگی گزارش ویژه ای با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که به طور میانگین حدود ۳۰ دقیقه در روز بازی می کنند. در این گزارش به آمارهای مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، آمریکای شمالی و ژاپن بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند.

براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: تقریباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که به طور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفاً پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

هرچند مرکز دایرک نتایج پویش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می کنند. از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند، رایج ترین نوع بازی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ها در میان بازی بازان هستند این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند اینترنت سیم کارت و پس از آن ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اطرافیان است. فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها ست از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و بیشتر بازی های عرضه شده در کاتال های رسمی و مجاز، از نشان اسرا برخوردارند.



بازی های لانه کرده در جیب ما / هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۹۵/۰۱/۲۵)

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدانیم گیمرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش ملیت به نقل از مهر، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تهیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحورکننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منویی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیمرهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند. درآمد جهانی بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است. همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی نادیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لانه کرده اند چیست؟

سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیراً منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۲۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، امریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقریباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پوشش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می کنند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفاً پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفاً اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۲۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی

بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند.

اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند. همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده، را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند.

فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد. از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است.

رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اترقیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد. با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کاتالوگ های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند. در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجه ای است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است.

بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۳ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند تشکیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فراگیر بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه قرار به آسانی امروز نیست!



زمان و مکان برگزاری نمایشگاه بین المللی TGC تغییر کرد (۱۳۹۴-۱۳۹۵)

زمان و مکان برگزاری نمایشگاه بین المللی Tehran Game Convention به عنوان نخستین نمایشگاه تجاری بازی در کشور تغییر کرد. تیم برگزاری نمایشگاه برای برگزاری بهتر و درخور شان صنعت بازی سازی کشورمان؛ تصمیم گرفت تا این نمایشگاه را با تاخیری دو ماهه برگزار کند. بدین جهت تاریخ برگزاری این رویداد از ۹ و ۱۰ اردیبهشت ماه به ۱۵ و ۱۶ تیر ماه موکول شد.

همچنین مکان برگزاری نیز به دلیل پر بودن مرکز همایش های برج میلاد به مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تغییر کرده است که مکان برگزاری جدید فضای غرفه سازی بیش تری را برای رویداد فراهم می کند.

با توجه به تعویق زمان برگزاری، مهلت استفاده از تخفیف ۲۰ درصدی برای ثبت نام زود هنگام نیز تمدید شده و علاقه مندان تا پایان اردیبهشت (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) ماه می توانند با استفاده از کد EBTGC۲۰۱۷ از این تخفیف استفاده کنند. لازم به ذکر است از ۶۰ کنفرانس تخصصی که قرار است در این رویداد ارائه شود، تاکنون حدود ۵۰ سخنرانی نهایی شده که از بین آن ها ۴۰ سخنران غیر ایرانی هستند. متخصصان بازی های رایانه ای کشورمان در حوزه های فنی، طراحی، هنری، مدیریت و بازاریابی که علاقه مند به سخنرانی در این رویداد هستند می توانند طرح های سخنرانی خود را از طریق سایت رویداد ارسال کرده تا توسط هیئت مشاوران نمایشگاه مورد بررسی قرار گیرد. نمایشگاه بین المللی TGC به طور مشترک توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای و مجموعه گیم کانکشن فرانسه برگزار می شود و هدف آن اتصال و آشنایی فعالان بین المللی صنعت بازی سازی با بازی سازان و محصولات ایرانی است. علاقه مندان جهت کسب اطلاعات پیش تر نسبت به نحوه ی مشارکت در این رویداد می توانند به نشانی www.tehrangamecon.com مراجعه نمایند.


artina

بسته حمایتی برای ۳ غرفه و ۸ بازدیدکننده تجاری؛ فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷ (۱۳۹۶/۰۱/۲۵-۲۶)

آرتنا، بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق روال هر ساله، پائون ایران را در بزرگ ترین نمایشگاه بازی اروپا یعنی گیمز کام آلمان تشکیل می دهد که شرکت های بازی سازی نیز می توانند با استفاده از بسته های حمایتی در این نمایشگاه حضور داشته باشند.

به گزارش سرویس انیمیشن «آرتنا»، در پائوینی که برای ایران در نظر گرفته شده امکان حضور سه شرکت ایرانی با غرفه های ۱۵ متری همانند سال گذشته وجود دارد.

شرکت های متقاضی غرفه باید موارد زیر را به پست الکترونیک امور بین الملل بنیاد به نشانی contact@ireg.ir ارسال نمایند: محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد. مشخص کردن نمایندگی شرکت برای حضور در نمایشگاه که به زبان انگلیسی نیز مسلط باشد.

براساس بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان غرفه در نمایشگاه گیمز کام آلمان، از هزینه اجاره غرفه ی ۱۵ متری که ۲۴۰۰ یورو است، نیمی از آن یعنی ۱۲۰۰ یورو توسط بنیاد پرداخت می شود و مابقی به عهده شرکت متقاضی خواهد بود.

همچنین بنیاد کمک هزینه ی ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل را به یک نفر از اعضای شرکت متقاضی پرداخت خواهد کرد.

علاوه بر غرفه، بنیاد از ۸ متقاضی که تنها می خواهند بازدید تجاری از نمایشگاه گیمز کام آلمان داشته باشند نیز حمایت می کند. افراد علاقه مند برای استفاده از این حمایت بایستی موارد زیر را به ایمیل contact@ireg.ir ارسال نمایند:

محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد.

بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان بازدید تجاری؛ ارائه ی بلیت تجاری (Business Pass) نمایشگاه و همچنین کمک هزینه ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل خواهد بود.

متقاضیان جهت ارسال درخواست های خود تا روز دوشنبه ۴ اردیبهشت ماه فرصت دارند تا موارد خواسته شده را ارسال کنند. پس از آن درخواست ها در شورای ارزیابی، متشکل از نخبگان صنعت کشور و نماینده ی بازیسازان ارزیابی و انتخاب خواهند شد.


ZIMA

فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷ (۱۳۹۶/۰۱/۲۵-۲۶)

بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق روال هر ساله، پائون ایران را در بزرگ ترین نمایشگاه بازی اروپا یعنی گیمز کام آلمان تشکیل می دهد که شرکت های بازی سازی نیز می توانند با استفاده از بسته های حمایتی در این نمایشگاه حضور داشته باشند.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در پائوینی که برای ایران در نظر گرفته شده امکان حضور سه شرکت ایرانی با غرفه های ۱۵ متری همانند سال گذشته وجود دارد.

شرکت های متقاضی غرفه باید موارد زیر را به پست الکترونیک امور بین الملل بنیاد به نشانی contact@ireg.ir ارسال نمایند: محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد.

مشخص کردن نمایندگی شرکت برای حضور در نمایشگاه که به زبان انگلیسی نیز مسلط باشد. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) براساس بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان غرفه در نمایشگاه گیمز کام آلمان، از هزینه اجاره غرفه ی ۱۵ متری که ۲۴۰۰ یورو است، نیمی از آن یعنی ۱۲۰۰ یورو توسط بنیاد پرداخت می شود و مابقی به عهده شرکت متقاضی خواهد بود. همچنین بنیاد کمک هزینه ی ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل را به یک نفر از اعضای شرکت متقاضی پرداخت خواهد کرد. علاوه بر غرفه، بنیاد از ۸ متقاضی که تنها می خواهند بازدید تجاری از نمایشگاه گیمز کام آلمان داشته باشند نیز حمایت می کند. افراد علاقه مند برای استفاده از این حمایت بایستی موارد زیر را به ایمیل contact@ireg.ir ارسال نمایند: محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد. بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان بازدید تجاری؛ ارائه ی بلیت تجاری (Business Pass) نمایشگاه و همچنین کمک هزینه ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل خواهد بود. متقاضیان جهت ارسال درخواست های خود تا روز دوشنبه ۴ اردیبهشت ماه فرصت دارند تا موارد خواسته شده را ارسال کنند. پس از آن درخواست ها در شورای ارزیابی، متشکل از نخبگان صنعت کشور و نماینده ی بازیسازان ارزیابی و انتخاب خواهند شد.



فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷ (۱۳۹۵-۰۲/۰۱/۲۵)

بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق روال هر ساله، پائین ایران را در بزرگ ترین نمایشگاه بازی اروپا یعنی گیمز کام آلمان تشکیل می دهد که شرکت های بازی سازی نیز می توانند با استفاده از بسته های حمایتی در این نمایشگاه حضور داشته باشند.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در پائینوی که برای ایران در نظر گرفته شده امکان حضور سه شرکت ایرانی با غرفه های ۱۵ متری همانند سال گذشته وجود دارد.

شرکت های متقاضی غرفه باید موارد زیر را به پست الکترونیک امور بین الملل بنیاد به نشانی contact@ireg.ir ارسال نمایند: محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند. ارسال برنامه حضور به زبانان گلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد. مشخص کردن نماینده ی شرکت برای حضور در نمایشگاه که به زبان انگلیسی نیز مسلط باشد. براساس بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان غرفه در نمایشگاه گیمز کام آلمان، از هزینه اجاره غرفه ی ۱۵ متری که ۲۴۰۰ یورو است، نیمی از آن یعنی ۱۲۰۰ یورو توسط بنیاد پرداخت می شود و مابقی به عهده شرکت متقاضی خواهد بود.

همچنین بنیاد کمک هزینه ی ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل را به یک نفر از اعضای شرکت متقاضی پرداخت خواهد کرد. علاوه بر غرفه، بنیاد از ۸ متقاضی که تنها می خواهند بازدید تجاری از نمایشگاه گیمز کام آلمان داشته باشند نیز حمایت می کند. افراد علاقه مند برای استفاده از این حمایت بایستی موارد زیر را به ایمیل contact@ireg.ir ارسال نمایند:

محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند. ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد. بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان بازدید تجاری؛ ارائه ی بلیت تجاری (Business Pass) نمایشگاه و همچنین کمک هزینه ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل خواهد بود.

متقاضیان جهت ارسال درخواست های خود تا روز دوشنبه ۴ اردیبهشت ماه فرصت دارند تا موارد خواسته شده را ارسال کنند. پس از آن درخواست ها در شورای ارزیابی، متشکل از نخبگان صنعت کشور و نماینده ی بازی سازان ارزیابی و انتخاب خواهند شد.



فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷ (۱۳۹۵-۰۲/۰۱/۲۵)

بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق روال هر ساله، پائین ایران را در بزرگ ترین نمایشگاه بازی اروپا یعنی گیمز کام آلمان تشکیل می دهد که شرکت های بازی سازی نیز می توانند با استفاده از بسته های حمایتی در این نمایشگاه حضور داشته باشند.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در پائینوی که برای ایران در نظر گرفته شده امکان حضور سه شرکت ایرانی با غرفه های ۱۵ متری همانند سال گذشته وجود دارد.

شرکت های متقاضی غرفه باید موارد زیر را به پست الکترونیک امور بین الملل بنیاد به نشانی contact@ireg.ir ارسال نمایند: محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبانان گلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) مشخص کردن نماینده ی شرکت برای حضور در نمایشگاه که به زبان انگلیسی نیز مسلط باشد. براساس بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان غرفه در نمایشگاه گیمز کام آلمان، از هزینه اجاره غرفه ی ۱۵ متری که ۲۴۰۰ یورو است، نیمی از آن یعنی ۱۲۰۰ یورو توسط بنیاد پرداخت می شود و مابقی به عهده شرکت متقاضی خواهد بود. همچنین بنیاد کمک هزینه ی ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل را به یک نفر از اعضای شرکت متقاضی پرداخت خواهد کرد. علاوه بر غرفه، بنیاد از ۸ متقاضی که تنها می خواهند بازدید تجاری از نمایشگاه گیمز کام آلمان داشته باشند نیز حمایت می کند. افراد علاقه مند برای استفاده از این حمایت بایستی موارد زیر را به ایمیل contact@ireg.ir ارسال نمایند: محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد. بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان بازدید تجاری؛ ارائه ی بلیت تجاری (Business Pass) نمایشگاه و همچنین کمک هزینه ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل خواهد بود. متقاضیان جهت ارسال درخواست های خود تا روز دوشنبه ۴ اردیبهشت ماه فرصت دارند تا موارد خواسته شده را ارسال کنند. پس از آن درخواست ها در شورای ارزیابی، متشکل از نخبگان صنعت کشور و نماینده ی بازی سازان ارزیابی و انتخاب خواهند شد.



فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷ (۹۴/۱۱/۲۵ تا ۹۴/۱۲/۲۵)

بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق روال هر ساله، پانویین ایران را در بزرگ ترین نمایشگاه بازی اروپا یعنی گیمز کام آلمان تشکیل می دهد که شرکت های بازی سازی نیز می توانند با استفاده از بسته های حمایتی در این نمایشگاه حضور داشته باشند.

به گزارش خبرنگار حوزه دنیای ارتباطات گروه فضای مجازی باشگاه خبرنگاران جوان؛ در پانوینی که برای ایران در نظر گرفته شده امکان حضور سه شرکت ایرانی با غرفه های ۱۵ متری همانند سال گذشته وجود دارد.

شرکت های متقاضی غرفه باید موارد زیر را به پست الکترونیک امور بین الملل بنیاد به نشانی contact@ireg.ir ارسال نمایند: محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد. مشخص کردن نماینده ی شرکت برای حضور در نمایشگاه که به زبان انگلیسی نیز مسلط باشد. براساس بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان غرفه در نمایشگاه گیمز کام آلمان، از هزینه اجاره غرفه ی ۱۵ متری که ۲۴۰۰ یورو است، نیمی از آن یعنی ۱۲۰۰ یورو توسط بنیاد پرداخت می شود و مابقی به عهده شرکت متقاضی خواهد بود. همچنین بنیاد کمک هزینه ی ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل را به یک نفر از اعضای شرکت متقاضی پرداخت خواهد کرد. علاوه بر غرفه، بنیاد از ۸ متقاضی که تنها می خواهند بازدید تجاری از نمایشگاه گیمز کام آلمان داشته باشند نیز حمایت می کند. افراد علاقه مند برای استفاده از این حمایت بایستی موارد زیر را به ایمیل contact@ireg.ir ارسال نمایند: محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد. بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان بازدید تجاری؛ ارائه ی بلیت تجاری (Business Pass) نمایشگاه و همچنین کمک هزینه ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل خواهد بود. متقاضیان جهت ارسال درخواست های خود تا روز دوشنبه ۴ اردیبهشت ماه فرصت دارند تا موارد خواسته شده را ارسال کنند. پس از آن درخواست ها در شورای ارزیابی، متشکل از نخبگان صنعت کشور و نماینده ی بازی سازان ارزیابی و انتخاب خواهند شد.

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدانیم گیم های ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش شبکه اطلاع رسانی راه دانا: به نقل از خبرایرانی، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود. بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحورکننده در جهان سرگرمی ها شده است! بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منویی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیم های ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند. همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تازیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لایه کرده اند چیست؟

سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیرا منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۲۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۲۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۲۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، آمریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقریباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پوشش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می خردند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفا پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفاً اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۲۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی

بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند. اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند. همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده، را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند. از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است. رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اترقیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد. با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کانال های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند. در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجهی است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است.

بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۲ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند تشکیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراق بر سایه فراگیر بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه فرار به آسانی امروز نیست!



فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷ (۱۳۹۶-۱۳۹۷)

بسج پرس - بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق روال هر ساله، پایوپن ایران را در بزرگ ترین نمایشگاه بازی اروپا یعنی گیمز کام آلمان تشکیل می دهد که شرکت های بازی سازی نیز می توانند با استفاده از بسته های حمایتی در این نمایشگاه حضور داشته باشند.

به گزارش بسج پرس؛ در پایوپن که برای ایران در نظر گرفته شده امکان حضور سه شرکت ایرانی با غرفه های ۱۵ متری همانند سال گذشته وجود دارد. شرکت های متقاضی غرفه باید موارد زیر را به پست الکترونیک امور بین الملل بنیاد به نشانی contact@ireg.ir ارسال نمایند: محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد. مشخص کردن نمایندگی شرکت برای حضور در نمایشگاه که به زبان انگلیسی نیز مسلط باشد.

براساس بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان غرفه در نمایشگاه گیمز کام آلمان، از هزینه اجاره غرفه ی ۱۵ متری که ۲۴۰۰ یورو است، نیمی از آن یعنی ۱۲۰۰ یورو توسط بنیاد پرداخت می شود و مابقی به عهده شرکت متقاضی خواهد بود.

همچنین بنیاد کمک هزینه ی ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل را به یک نفر از اعضای شرکت متقاضی پرداخت خواهد کرد. علاوه بر غرفه، بنیاد از ۸ متقاضی که تنها می خواهند بازدید تجاری از نمایشگاه گیمز کام آلمان داشته باشند نیز حمایت می کند. افراد علاقه مند برای استفاده از این حمایت بایستی موارد زیر را به ایمیل contact@ireg.ir ارسال نمایند:

محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد.

بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان بازدید تجاری؛ ارائه ی بلیت تجاری (Business Pass) نمایشگاه و همچنین کمک هزینه ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل خواهد بود.

متقاضیان جهت ارسال درخواست های خود تا روز دوشنبه ۴ اردیبهشت ماه فرصت دارند تا موارد خواسته شده را ارسال کنند. پس از آن (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) درخواست ها در شورای ارزیابی، متشکل از نخبگان صنعت کشور و نماینده ی بازیسازان ارزیابی و انتخاب خواهند شد.



مرکز تخصصی و تخصصی
گسترش و توسعه ی نوآوری

فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷ (۱۵۳۲-۹۶/۰۱/۲۵)

بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق روال هر ساله، پائون ایران را در بزرگ ترین نمایشگاه بازی اروپا یعنی گیمز کام آلمان تشکیل می دهد که شرکت های بازی سازی نیز می توانند با استفاده از بسته های حمایتی در این نمایشگاه حضور داشته باشند.

در پائونی که برای ایران در نظر گرفته شده امکان حضور سه شرکت ایرانی با غرفه های ۱۵ متری همانند سال گذشته وجود دارد. شرکت های متقاضی غرفه باید موارد زیر را به پست الکترونیک امور بین الملل بنیاد به نشانی contact@ireg.ir ارسال کنند: محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبانان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد.

مشخص کردن نماینده شرکت برای حضور در نمایشگاه که به زبان انگلیسی نیز مسلط باشد.

براساس بسته حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان غرفه در نمایشگاه گیمز کام آلمان، از هزینه اجاره غرفه ی ۱۵ متری که ۲۴۰۰ یورو است، نیمی از آن یعنی ۱۲۰۰ یورو توسط بنیاد پرداخت می شود و مابقی به عهده شرکت متقاضی خواهد بود.

همچنین بنیاد کمک هزینه ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل را به یک نفر از اعضای شرکت متقاضی پرداخت خواهد کرد.

علاوه بر غرفه، بنیاد ۸ متقاضی که تنها می خواهند بازدید تجاری از نمایشگاه گیمز کام آلمان داشته باشند نیز حمایت می کند. افراد علاقه مند برای استفاده از این حمایت بایستی موارد زیر را به ایمیل contact@ireg.ir ارسال کنند:

محصول یا محصولاتی که برای عرضه می خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تنظیم نمایند باشد.

بسته ی حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان بازدید تجاری: ارائه بلیت تجاری (Business Pass) نمایشگاه، همچنین کمک هزینه ۶۰۰ یورویی بابت هزینه بلیت پرواز و هتل خواهد بود.

متقاضیان جهت ارسال درخواست های خود تا روز دوشنبه ۴ اردیبهشت ماه فرصت دارند تا موارد خواسته شده را ارسال کنند. پس از آن درخواست ها در شورای ارزیابی، متشکل از نخبگان صنعت کشور و نماینده بازی سازان ارزیابی و انتخاب خواهند شد.



مرکز تخصصی و تخصصی
گسترش و توسعه ی نوآوری

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۱۸۰۹-۹۶/۰۱/۲۵)

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدانیم گیمرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش مشرق، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسجورکننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با تنوعی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیمرهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند.

همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی نادیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لایه کرده اند چیست؟ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیراً منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۲۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۲۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۲۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، امریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد؛ «تقریباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پوشش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می کردند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفاً پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفاً اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۳۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی

بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند.

اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند.

همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده، را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند.

از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است.

رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اترقیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد. با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کانال های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند. در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجه ای است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است.

بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۳ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) مختلف سنی را دارند، تشکیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فراگیری بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلا همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه قرار به آسانی امروز نیست!

منبع: خبرایرانی



هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۱۳۹۸-۹۵/۰۱/۲۵)

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیت بداتیم گیمهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش صبحانه، به نقل از خبرایرانی، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود. بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحورکننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منویی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم قاصده چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیمهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند.

همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تادیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لانه کرده اند چیست؟

سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیرا منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۲۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، امریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقریبا ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پویش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می کنند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفا پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفاً اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۲۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی

بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند.

اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند.

همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده، را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند.

از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۸۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است.

رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اینترنت است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد.

با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کاتالوگ های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند.

در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجه ای است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است.

بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۳ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند تشکیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت تهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فراگیر بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه قرار به آسانی امروز نیست!



هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۱۳۹۴-۹۵/۰۱/۲۵)

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کفایت بداثیم گیمرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش قدس آنلاین، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسجورکننده در جهان سرگرمی ها شده است! بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منویی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیم‌های ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند. همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی نادیده ماند. این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد. اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لایه کرده اند چیست؟

سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیرا منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۳۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، امریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقریبا ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پویش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می کنند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفا پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفا اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۲۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۲۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی

بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند.

اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند.

همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده، را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند.

از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریبا به همین میزان است.

رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اطرافیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساسا فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کانال های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند. در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجهی است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است.

بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۲ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفا سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند تشکیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فراگیر بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلا همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه فرار به آسانی امروز نیست!

منبع: خبرایرانی



هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۱۳۹۴-۹۵/۰۱/۲۵)

به گزارش عصر امروز، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تمییه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحورکننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منویی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم قاصه چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیمرهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند.

همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تازیده اند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لانه کرده اند چیست؟ سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیرا منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۲۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، آمریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقریبا ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پوشش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می کردند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفاً پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفاً اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۳۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی

بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند.

اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند.

همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده، را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند.

از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴ ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است.

رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اترقیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد.

با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کاتالوگ های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند.

در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجهی است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است.

بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۳ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند، تشکیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فراگیر بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه فرار به آسانی امروز نیست!

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۱۳۹۵-۹۶-۱۳۹۶)

دولت بهار: برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدانیم گیم‌های ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش دولت بهار، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت توکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تمییه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحورکننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منویی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیم‌های ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند.

همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تازیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعا نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لایه کرده اند چیست؟

سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیرا منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۲۰ دقیقه در روز بازی می کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۲۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۲۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، امریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقریبا ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پوشش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می خردند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفا پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این یا صرفا اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۲۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی

بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند. اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند. همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده، را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند. از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است. رده بندی به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اترقیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد. با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کانال های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند. در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجه ای است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است.

بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۲ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند تشکیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراق بر سایه فراگیری بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه فرار به آسانی امروز نیست! منبع: خبرایرانی



هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۱۳۹۵-۱۳۹۴)

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدانیم گیم های ایرانی فقط در طول سال ۹۴ نزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش سایت خبری رازق: نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدیم و سرمان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود. بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمرانی را بگذارد که امروز تبدیل به کالخی بلندمرتبه مسجورکننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقیب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند. حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت واداشته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با تنوعی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیم های ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده اند. همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده ها مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی نادیده ماند. این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد. اما اهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعاً نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لانه کرده اند چیست؟ سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم در مقایسه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای نوین کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیراً منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰۶ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار دارد. مطابق همین گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا معادل ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که بطور میانگین حدود ۳۰ دقیقه در روز بازی می کنند.» در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۲۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۲۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، امریکای شمالی و ژاپن به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقریباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.» ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران چندان مرکز دایرک نتایج پوشش آماری خود در سال ۹۴ را در تیروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشتی نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی های موبایلی بازی می کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می خردند. چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟ با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفاً پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۳ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند. وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران ۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه ای که در گزارش برای «بازیکنان ایرانی» اعلام شده، مختص به گروهی است که در گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ درصد از جمعیت گروه اول را تشکیل می دهند. این با صرفاً اهل بازی موبایلی هستند و یا در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند. نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۲۹ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که درگیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند. روحیات بازی بازان موبایلی بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابر پیمایش آماری صورت گرفته در این مرکز، از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند رایج ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند. اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستند. همچنین اصلی ترین مکان بازی کردن بازی بازان موبایلی، پس از منزل شخصی، منزل دوستان و اقوام است و پس از به تنهایی بازی کردن، بازی بازان موبایلی، بازی کردن با خانواده، را به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهند. از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴، ۵۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است. رده بندی به امید رعایت این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «رایج ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اطرافیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد. با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کانال های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند. در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده بندی اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجهی است. همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناچیز و قابل چشم پوشی در میان بازی های موبایلی رسمی عرضه شده در بازار ایران داشته اند اما سهم ۱۳ درصدی بازی هایی که «توصیه نمی شود» نشان دهنده لزوم دقت در استفاده از بازی های عرضه شده در این بازار است. بیشترین سهم در این رده بندی مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۳ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند، تشکیل می دهند. فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فراگیر بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بهره برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقه مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه قرار به آسانی امروز نیست!

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

۱۳۹۶/۰۱/۲۹

