

۱۳۹۶/۰۱/۲۹

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در آینه مطبوعات



روابط عمومی

APR 18 2017

سه شنبه ۲۹

فروردین

۲۵

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

قیمت ارز مبلاطه‌ای (ریال)		
▼ ۱	۲۲۴۳۸	دلار
▲ ۹+	۲۴۵۴۵	یورو
▲ ۶۱	۴۷۷۵۳	پوند
▼ ۱۸۸	۲۹۷۷۰	صهیین
▼ ۱	۸۸۳۲	درهم امارات
▲ ۲۸	۲۲۲۲۷	فرانک

قیمت ارز (تومان)		
۳۷۴۹	دلار	۳۷۴۹
۴۰۴۸	یورو	۴۰۴۸
۴۷۳۰	پوند	۴۷۳۰
۳۴۷۰	صهیین	۳۴۷۰
۱۰۲۹	درهم امارات	۱۰۲۹
۱۰۴۰	لیر ترکیه	۱۰۴۰

قیمت طلا و سکه (تومان)		
یک گرم طلای ۱۸ عیار	۱۱۸۵۴۰	
تمام سکه (طرح جدید)	۱۲۲۵۰۰۰	
تمام سکه (طرح قدیم)	۱۱۹۵۰۰۰	
نیم سکه	۷۰۰۰۰	
ربع سکه	۳۸۵۰۰۰	

فهرست

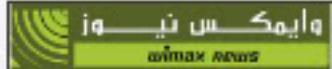
۱

روزهای خوب برای بازی های رایانه ای داخلی در راه است



۲

باید از نرم افزارهای خارجی مالیات اخذ شود



۳

مشکل اساسی حوزه IT چیست؟



۴

مشکل اساسی حوزه IT چیست؟



۵

معرفی یک بازی ایرانی در سال اقتصاد مقاومتی



۶

رقابت با بازی های موبایلی ایرانی در مسابقه ی بازی جام



۷

بازی های لانه کرده در جیپ ها/ هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



۸

بازی های لانه کرده در جیپ ها/ هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



۹

بازی های لانه کرده در جیپ ها/ هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



۱۰

هزینه های میلیاردی بازی های موبایلی



۱۱

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



۱۲

بازی های لانه کرده در جیپ ها/ هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



۱۳

بازار 140 میلیارد تومانی بازی های موبایلی در ایران



۱۴

بازی های لانه کرده در جیپ ها/ هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



۱۵

زمان و مکان برگزاری نمایشگاه بین المللی TGC تغییر کرد



۱۶

فراغون حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان 2017



۱۷

فراغون حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان 2017



۱۸

فراغون حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان 2017



۱۹

فراغون حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان 2017



۲۰

فراغون حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان 2017



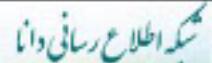
پاکستان خبرنگاران

۲۰

فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان ۲۰۱۷

۲۱

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



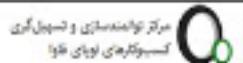
۲۲

فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان ۲۰۱۷



۲۳

فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمزکام آلمان ۲۰۱۷



۲۴

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



۲۵

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



۲۶

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



۲۸

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



۳۰

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



۳۱

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی



تعداد محتوا : ۲۹



پایگاه خبری

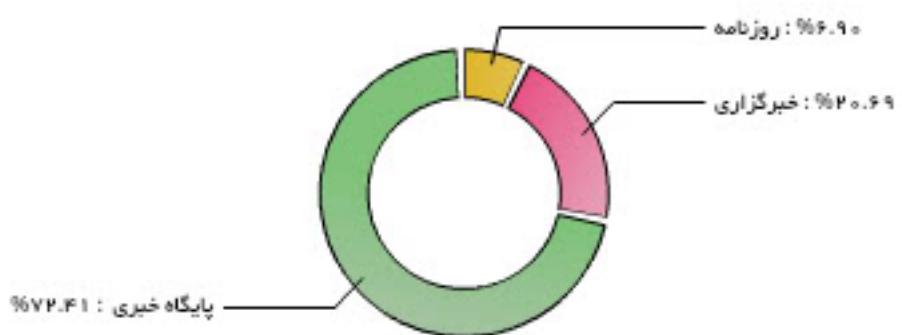
۲۱

خبرگزاری

۶

روزنامه

۲



معاون پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای: روزهای خوب برای بازی های رایانه ای داخلی در راه است

فرهنگ: معاون پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، وضعیت بازی سازی در ایران را بویژه در حوزه بازی های موبایلی، رو به پیشرفت توصیف کرد.

سید محمدعلی سیدحسینی به خبرنگار ما گفت: بازی سازان در حوزه بازی های موبایلی چه به لحاظ تعداد، تنوع و زانر و چه به لحاظ کیفیت بازی ها در حال پیشرفت هستند.

او با بیان اینکه صادرات بازی های رایانه ای رو به رشد و امیدوار کننده است، خاطرنشان کرد: تولید و عرضه بازی های رایانه ای پیشرفت خوبی دارد و این نوید رامی دهد که از طریق بازی سازی که صنعت کم هزینه های در تولید است یعنی مواد خام چندانی رانمی طلب و هزینه ایجاد شغل در این صنعت نسبت به دیگر صنایع بسیار پایین است، می توان به درآمدزایی رسید.

سیدحسینی از اقبال جوانان به این صنعت خبر داد و افزود: افراد خلاقی جذب این صنعت شده اند که این نکته پتانسیل این حوزه را افزایش می دهد و توسعه دادن روزهای خوبی برای صنعت بازی سازی است تا بتوانیم در صادرات بازی های رایانه ای نقش مؤثری داشته باشیم.



باید از نرم افزارهای خارجی مالیات اخذ شود (۱۴۰۳-۰۶/۰۱/۰۵)

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

وایمکس نیوز - هادی جعفری باشاره به خسروت استفاده از پتانسیل نیروی انسانی و ظرفیت نرم افزاری در کشور، گفت: شرکت های دانش بنیان و استارت آپی بیش از آنکه در ساخت افزار متمرکز باشند بروی متابع نرم افزاری و فکر افزایی که باعث خلق تروت می شود، متوجه هستند وی در همین رابطه افزود: ایران با توجه به نیروهای جوان و برانگیزه که دارای تحصیلات آکادمیک در این حوزه هستند، توانسته 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 شدن کرد: دولت با سیاست های حمایتی می تواند شتاب پیشتری ایجاد کند اما علاوه بر آن به طور جدی نیازمند سرمایه گذاری خارجی هستیم.

جهفری در رابطه با بزرگ ترین مشکلات بخش خصوصی در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات، اظهار کرد: اولین قدم برای حل این مشکلات شناسایی گلواه ها و نقاط اصلی است. یکی از این مشکلات، بوروکراسی در ساختار نظام حاکمیت است و دولت نیازمند برخورد چاپک 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 IT 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 تولید کنندگان داخلی تنگ می کنند.

این کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات در همین رابطه افزود: قاچاق دیجیتال باعث می شود تولید کننده داخلی مجبور به رقابت با بازی هایی باشد که برای ساخت آنها چند صد میلیون دلار هزینه شده است، اما در بازار داخلی 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 امار بیکاری در میان فارغ التحصیلان رشته IT بالاست، گفت: جواب این سوال در یک کلمه کمی رایت خلاصه می شود. تولید کنندگان داخلی با شرایطی مواجهند که محصول چند میلیون دلاری به خاطر عدم وجود قانون کمی رایت در کشور به اندازه قیمت یک دی وی دی خام به فروش می رسد که ساده ترین مثال در این زمینه ویدنو است.

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

(ادامه خبر ...) گیرند و تراکنش های مالی بسیار عظیم و فراتر از سینما در این حوزه وجود دارد. جنگی با اشاره به قوانین دست و پاگیری که در این حوزه نیاز به تصحیح دارد، خاطر نشان کرد: فعالیت های دانش بنیان از مالیات معاف نداشت 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؟

یک کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: قاجاق 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: قاجاق 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 جنگی با اشاره به ضرورت استفاده از پتانسیل تبروی انسانی و ظرفیت نرم افزاری در کشور، گفت: شرکت های دانش بنیان و استارت آپی پیش از آنکه در سخت افزار متمرکز باشند بروی منابع نرم افزاری و فکر افزایی که باعث خلق تروت می شود متمرکز هستند.

وی در همین رابطه افزود: ایران با توجه به نیروهای جوان و پرائیزی که دارای تحصیلات آکادمیک در این حوزه هستند، توانسته 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 پیشرفتی ایجاد کند اما علاوه بر آن به طور جدی نیازمند سرمایه گذاری خارجی هستیم. جنگی در رابطه با بزرگ ترین مشکلات بخش خصوصی در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات، اظهار کرد: اولین قدم برای حل این مشکلات شناسایی گلواه ها و نقاط اصلی است، یکی از این مشکلات، بوروکراسی در ساختار نظام حاکمیت است و دولت نیازمند برخورد جاگز در این حوزه است.

وی با بیان این که قاجاق تنها به صورت فیزیکی اتفاق نمی افتد ادامه داد: قاجاق دیجیتال یکی از مشکلات اساسی حوزه II در کشور است. در این نوع قاجاق 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 تگ می کنند.

این کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات در همین رابطه افزود: قاجاق 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.

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

وی در همین رابطه افزود: قاجاق 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.

جنگی با اشاره به قوانین دست و پاگیری که در این حوزه نیاز به تصحیح دارد، خاطر نشان کرد: فعالیت های دانش بنیان از مالیات معاف نداشت 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؟

خبرگزاری اینستا: یک کارشناس حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: قاجاق دیجیتال بیش از آنکه به ضرر شرکت مازنده باشد به تولیدکننده داخلی آسیب می‌زند. قانون اخذ عوارض از نرم افزار و بازی های رایانه ای خارجی را باید تصویب شود.

هادی جهانی با اشاره به ضرورت استفاده از پتانسیل نیروی انسانی و طرفیت نرم افزاری در کشور، گفت: شرکت های دانش بنیان و استارت آپی بیش از آنکه در ساخت افزار متمرکز باشند بررسی منابع نرم افزاری و فکر افزایی که باعث خلق تروت می شود، متمرکز هستند.

وی در همین رابطه افزود: ایران با توجه به نیروهای جوان و پتانسیل کشوری این حوزه هستند، توانسته است به خوبی این پتانسیل را به کار گیرد، در صورتی که نیروی جوان می تواند در پیشمرد اقتصاد سهم زیادی داشته باشد، به همین خاطر نیازمند به کارگیری این نیروها در بخش خصوصی هستیم که مستلزم حمایت جدی و تصمیع قوانین در راستای مهولات 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 پیشتری ایجاد کند اما علاوه بر آن به طور جدی تیازمند سرمایه گذاری خارجی هستیم.

جهانی 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 تیازمند برخورد چاپک در این حوزه است.

وی با بیان این که قاجاق تنها به صورت فیزیکی اتفاق نمی افتد، ادامه داد: قاجاق دیجیتال یکی از مشکلات اساسی حوزه II در کشور است. در این نوع قاجاق 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: قاجاق 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 داخلی کشور با حداقل قیمت و حدود چند هزار تومان به فروش می رسد.

جهانی در پاسخ به این سوال که با توجه به طرفیت بالای کشور در این زمینه چرا همچنان آمار بیکاری در میان فارغ التحصیلان رشته II بالا است، گفت: جواب این سوال در یک کلمه کمی رایت خالصه می شود. تولیدکنندگان داخلی با شرایط مواجهند که محصول چند میلیون دلاری به خاطر عدم وجود قانون کمی رایت در کشور به اندازه قیمت یک دی وی دی خام به فروش می رسد که ساده ترین مثال در این زمینه ویدئو است.

وی در همین رابطه افزود: قاجاق 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.

جهانی با اشاره به قوانین دست و پاگیری که در این حوزه نیاز به تصمیع 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 یک رای به اخذ داده شود و دیگر 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

گروه شبکه های اجتماعی؛ بازی «جهله شیطانی»، یک بازی ماجراجویی توهین با محوریت داستان است که شخصیت اصلی با روی دیگر خود یعنی قسمت شیطانی اش روبرو می شود.

به گزارش خبرگزاری بین المللی قرآن (ایکتا)، بازی «جهله شیطانی» در سبک ماجراجویی اول شخص توسط مؤسسه ماسک ابدی برای سینهای بالای ۱۸ سال تهیه و در تیراز ۱۲۵۰ نسخه منتشر شده است. همچنین سازندهای در این بازی از موتور یونیتی استفاده کرده اند.

بازی «جهله شیطانی»، یک بازی ماجراجویی توهین 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 تاچار با به قسمت های بسیار تاریک و پلید ذهنش می گذرد؛ در این راه بازیکن به دنبال بازگشایی قسمت هایی از ذهن شخصیت اصلی می رود که همیشه سعی داشت به فراموشی بسپارد.

گیم پلی بازی بر اساس اتفاقات عجیب و غریب 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 ثبت 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 هومون 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 بیش 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 ای روایت آن مهم ترین (ادامه دارد...)

(ادامه خبر...) و کن 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 دوله انگلیسی و ایجاد تغییر جزئی روی بازی هستند تا انتشار بازی در خارج از کشور تسهیل شود.



باشگاه خبرنگاران

رقابت با بازی‌های موبایلی ایرانی در مسابقه‌ی بازی جام (۱۳۹۲-۹۲/۰۱/۲۲)

جشنواره‌ی ملی بازی‌های موبایلی ایرانی (بازی جام) با رویکرد حمایت از تولید ملی و توسعه دهنده‌گان ایرانی، همچنین ترویج استفاده از تولیدات ملی و جهت دهنی بازیکنان بازی‌های دیجیتال آنلاین، به سمعت بازی‌های ایرانی برگزار می‌شود.

به گزارش خبرنگار حوزه دنیای ارتباطاتگرده فضای مجازی باشگاه خبرنگاران جوان؛ این نخستین بار است که مسابقه‌ی بازی‌های ویدیویی تنها بازی‌های موبایلی ایرانی راه اندازی می‌شود.

در این مسابقه پنج بازی موبایلی مکنیکی، پرسنلی، شاهین، فوتال ران و جدل بر روی سرعت انتخاب شده اند و داوطلبان شرکت در مسابقه باید در این بازی‌ها با یک دیگر به رقابت بپردازند.

جشنواره‌ی ملی بازی‌های موبایلی ایرانی با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های تزم و هوت ساز وابسته به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و همچنین بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برگزار می‌شود. ارزش جوایز نقدی و غیر نقدی این مسابقات در حال حاضر بیش از ۵۰ میلیون تومان است.

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

علاقة مندان جهت شرکت در این مسابقه و کسب اطلاعات بیشتر می‌تواند به پایگاه اینترنتی <http://bazijam.ir> مراجعه نمایند.
منبع: روابط عمومی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای



گزارش تحلیلی مهر؛ بازی‌های لانه گرده در جیب ما / هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۹۲/۰۱/۲۲)

برای درک فراگیری بازی‌های موبایلی در ایران تنها کافیست بدایم گیمرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ تزدیک به ۱۶۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه گرده اند!

خبرگزاری مهر- گروه فرهنگ- نقطعه چشمک زن در میانه صفحه را بینا می‌کردیم و چب و راست فرمان می‌دادیم به مارکوتاهی که هرچه به خوردش می‌دادیم، قد می‌کشید و کارمان دشوارتر می‌شد. بازی آنقدر ادامه بینا می‌کرد تا در حصار خود اسیر می‌شدیم و سرمان به سنگ می‌خورد و بعد تماماً 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 ۱۹۷۶ بر روی بخشی هایی تلفن تولیدی خود تعمیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کالخی بلندمرتبه مسحورکننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می‌شود که حتی از رقب قدر خود یعنی

کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از نظر گرددش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سیک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت و ادانته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منوی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله جدیانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی تدارد 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 توروز ۹۶ بود که مرکز حقیقتات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را بر رویکرد بروزی و ضمیم بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده های مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیاده مات.

این گزارش که به نوعی می‌توان آن را نخستین گزارش اماری جامع دریاره و ضمیم بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می‌تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران تیازمتن 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 گرده 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 تقلیل از مرکز 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 ۴۰ 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 تیزو (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 است. براساس این گزارش ها، چن، امریکای شمالی و زاین 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 ۷۶ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک تایج پویش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشت 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 خورند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده اید؟

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 دربر گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۲ 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 در چمیت گروه اول را تشکیل می دهند. این با صرفاً اهل بازی موبایلی هستند و با در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنایی 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.

روجایات 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 ندارند.

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. این گذرا این بازی های رایانه ای 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 تیز 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 بازان، گرفتن فایل بازی از اطرافیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذاعن 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 های رایانه ای به طور متوسط، 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 دسترسی اسرا به بازی 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 یوشی 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 پندي ماتند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالانی 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.

فاز 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 فرآیند بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فضاهمه به آن مشمولیو و شاید اگر به فکر پهنه برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقة مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه قرار به آستانی امروز نیست!

بیان

بازی های لانه گرده در جیب ما / هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۱۷۶-۱۷۵)

برای درک فرآیند بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدانیم گیمرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ تزدیک به ۱۶۰ 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 خوردن می دادیم، قد می کشد و کارمن دشوارتر می شد. بازی آنقدر آدامه 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 سمان «Snake» را شرکت توکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برشی گوشی های تلفن تولیدی خود تعمیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه سسحور کننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیش گرفته اند و هم از نظر فرآیندی استفاده و هم از نظر گردن 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 داشتن و محظوظ هم بازی سازان را به رقابت و ادانته و مخاطبان از هر گروه سنی و بازی سلیقه ای، با منوی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایل هم قاسله چنانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی تدارد و گیمرهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ازانه 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. همچنان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد پرسنی وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده های مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تاریخ دارد.

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

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

سهیم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ازانه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به تقلیل از مراکز متبر 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 ۴۰ 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 همشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیزو (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 سهیم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخلصی نموده است. براساس این گزارش ها، چن، امریکای شمالی و زاین 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 ۹۶ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۶ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴ رقمی معادل ۱۳۹ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سهیم بازیکنان موبایلی در ایران هرچند دایرک تایج پیش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشت نسی 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 خورند.

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

(دامنه خبر ...) با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۶ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های ساخت 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، ۲۲ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب ساخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

و ضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران ۱۶ 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 در چمیت گروه اول را تشکیل می دهد. 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 ۳ 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.

روجایات بازی بازان موبایلی بخش دیگر 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 دهد. 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. این عرضه این بازی ها امری در دسترسی به نظر نمی رسد و تنها ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴ ۶۵ 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 بازان، گرفتن قابیل 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 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 برخود 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 ناجیز و قابل چشم یوشه 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 ۲۰ 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 مشروط آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت تهقیقه در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فرآیندی بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فضلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر پنهان برداری و مدیریت آن نباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقة 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

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدانیم گیمرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ تزدیک به ۱۶۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش گروه رسانه های خبرگزاری تسنیو، نقطه چشمک تن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مارکوتاهی که هرچه به خودش می دادیم، قد می کشید و کارمن دشوارتر می شد بازی آنقدر آدامه 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 تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحور گشته در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقب قدر خود معنی کسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گرددش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان زنگارتگ شده که نه فقط از نظر سیک و قالب که حتی در داستان و محظوظ هم بازی سازان را به رقابت و ادانته و مخاطبان از هر گروه سنتی و با هر سلیقه ای، با منوی 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 ازانه 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 مبالغ ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است. همچنان با تعطیلات توروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش پیش روی بازی سازان فردا نیز پیش روی مخصوص وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده های مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیاده نادیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش اماری 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 تیزآمد مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

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

سهیم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیم

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه امار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند امار جهانی به تقلیل از مراکز متبر 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 توین کرده است. براساس گزارش اماری شرکت Superdata که اخیراً منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۶.۸ 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 نیزوو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶.۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع مبالغ ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخصیم زده است. براساس این گزارش ها، چن، امریکای شمالی و زاین 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 سنتی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پیش اماری خود در سال ۹۴ را در توروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشت نسی 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 خرند.

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 ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۲ 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 در جمیعت 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 بازیکنان ایرانی که در گزارش برای «خرید» بازی های می کنند، در جامعه اماری «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.

روجایات 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 راجع ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند. این آمار در حالی است که تنها ۷۶ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارند.

اینترنت سیم کارت و پس از آن اینترنت ADSL، راجع 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 های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی های امری در دسترس به نظر نمی رسد. این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کند. به تعبیری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۸۴۵۶ عنوان بازی، بازی کرده است. 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: «راجع ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای 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 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 کالا 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 توجیه است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناجیز 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 توجیه از بازی های موبایلی را کمکان بازی های موبایلی را تقویت می کند. اگر به تفکیک جذب گروه های مختلف سنی را دارند، تشکیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مژده دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فرآیندی بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بپردازی و مدیریت آن تباشیم 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 آستانی امروز نیست!

منبع: تهران



هزینه های میلیاردی بازی های موبایلی (۱۴۰۰-۹۶/۰۱/۰۱)

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

تفصیل چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مارکوتاهی که هرجه به خودش 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 سنج می خورد و بعد تماماً این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه تختستن بازی های موبایلی بود. به گزارش مهر، بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت توکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برشی گوشی های تلفن تولیدی خود تعمیه کرد تا سنج بنایی عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحور کننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقبی قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فرآیندی این استفاده و هم از منظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صفت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی های چنان رنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت و ادانته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منوی متنوع برای سرگرمی مواجه می شوند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیمز های ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهایی 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 میهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تأثیر داشده اند.(ادامه دارد...)

(ادامه خبر) این گزارش که به توعی می‌توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی‌های موبایلی در ایران قلمداد کرد می‌تواند تصویری روشن از اتجاه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران نیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد. اما اهم داده‌های این گزارش جامع جیبست و واقعاً نسبت مابا بازی‌های موبایلی که در جیب‌های بسیاری از مالانه کرده‌اند چیست؟ سهم بازی‌های موبایلی از بازار جهانی گیج

در مقادیه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی‌های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به تقلیل از مراکز معتبر درج شده که در نوع خود قابل توجه است. در این بخش تصریح شده است: «پلتفرم موبایل در سال‌های اخیر کاربران بسیاری را به عرصه بازی‌های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای توسعه کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیراً منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی‌های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۳۴۸ 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 می‌کنند.»

در همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم لشاره شده و به تقلیل از سایت شرکت معتبر نیزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی‌ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد جهانی بازی‌های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد، ۲۱ میلیارد دلار تخصیص زده است. براساس این گزارش‌ها، چن، امریکای شمالی و زاین به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی‌های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده‌اند.» براساس این گزارش وضعیت بازار بازی‌های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «قریباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۶ دقیقه بازی کرده‌اند. همچنین درآمد بازی‌های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیون تومان برآورد می‌شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران هرچند مرکز دایرک تایج پیش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می‌توان برداشت نسبی از شرایط امروز این بازار در ایران هم به دست آورد. براساس داده‌های این گزارش، بیست میلیون و پانصد هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی‌های موبایلی بازی می‌کنند که از این میان تنها ۳۰ درصد بازی می‌خرند.

چندن برازی‌های موبایلی هزینه کرده اند؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی‌های موبایلی کرده‌اند. این عدد فارغ از هزینه‌های سخت افزار بوده و صرفاً پرداخت برای بازی‌ها را دربر گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۲ هزار تومان برای بازی‌های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده‌اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

۱۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از این رقم هزینه‌ای 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 در جمیعت گروه اول را تشکیل می‌دهند. این با صرفاً اهل بازی موبایلی هستند و با در قیاس با سایر پلتفرم‌های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی‌ها دارند.

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

روجایات بازی بازان موبایلی

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

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

همچنین اصلی ترین مکان بازی 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 می‌دهند.

از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می‌کنند. به تعبیری می‌توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴ ۹۶۵ عنوان بازی، بازی کرده‌اند. این مقدار به تفکیک گروه‌های سنی و جنسی 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 بازی‌های موبایلی برای بازان، گرفتن فایل بازی از اطرافیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرایند عرضه بازی‌های رایانه‌ای به طور عام و بازی‌های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی‌ها امری در دسترس به نظر نمی‌رسد.

با این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال‌ها است از سوی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی‌های دیجیتال در ایران باشد، بازی‌های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی‌های عرضه شده در کانال‌های رسمی و مجاز، تشنان اسرا بر خود دارند.

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

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

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

بیشترین سهم در این رده بندی 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 دارد، تشکیل می دهدند.

فأرخ 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 فضلا همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر پرده برداری و مدیریت آن تباشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرانجام همچون «ماری» ما را در حلقة مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه فرار به آسانی امروز نیست!



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

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدایم گیمرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ تزدیک به ۱۶۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش صابر نیوز، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مار کوتاهی که هرچه به خودش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد بازی انقدر 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 تحسین بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت توکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برشی گوشی های تلفن تولیدی خود تعمیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحور کننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا جند سالی می شود که حتی از رقب 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 زنگارتگ شده که نه فقط از نظر سیک و قالب که حتی در داستان و محظوظ بازی سازان را به رقابت و ادانته و مخاطبان از هر گروه سنی و یا هر سلیقه ای، با منوی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله بندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی تدارد و گیمرهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهایی 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. هم‌مان 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 های مهم این گزارش در سایه تطبیلی فضایی رسانه ای کشور تا حدود زیادی تادیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را تحسین 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 تیازماند مدیریت استه را پیش روی ما قرار دهد.

اما لهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعاً نسبت ما با بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لانه گرده اند چیست؟

سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیج

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 معترض 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 ۴۰ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمین 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 تیزو (Newzoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۲۶.۹ 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، 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: «تفصیلاً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۶ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۶ 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 پیش آماری خود در سال ۹۶ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشت نسی 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 خرند.(ادامه دارد ...)

(دامنه خبر ...) چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟ با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۶ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفا پرداخت برای ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۲ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

وضیعت 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 درصدیت 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 برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند راچ ترین نوع بازی ها در میان بازی بازان هستند این آمار در حالی است که 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 راچ 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 راچ 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. بازار این بازی ها امری در دسترس به نظر نمی رسد این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تبییری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴ ۸۶ 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: «راچ ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای 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 های رایانه ای 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 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 توجیهی است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناجیز 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 توجیهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند، تشكیل می دهند.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشهود آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فرآیندی بازی های موبایل در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیو و شاید اگر به فکر بپردازی 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 گرده در جیب ما / هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی

بازی های موبایلی از رقب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیش گرفته اند و هم از نظر فرآیندی 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 «تیریک»، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مارکوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می کشید و کارمن دشوارتر می شد. بازی آنقدر آنها بینا می کرد تا در حصار خود اسری می شدیم و سرمهان به سنگ می خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه تحسین بازی های موبایلی بودبازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت توکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برقی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحور گشته در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایل حالا چند سالی می شود که حتی از رقب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیش گرفته اند و هم از نظر فرآیندی 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 رنگارتگ شده که نه فقط از نظر سیک و قالب که حتی در داستان و محظا هم بازی سازان را به رقابت و ادانته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منوی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم قابل جذبیت با شرایط حاکم بر بازار جهانی تدارد و گیمزهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ازانه 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 و ضمیم بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده های مهم این گزارش در سایه تطبیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تابیده ماند. این گزارش که به نوعی می توان آن را تحسین 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 تیازمند مدیریت است را پیش روی ما قرار دهد.

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

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ازانه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معنی در تون خود قابل توجه است. در این بخش تصویر 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 توسعه کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیراً منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا رقمی معادل ۴۰ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمین 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 معنی تیوز (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 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: «تقريباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۶ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۶ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴ رقمی معادل ۱۳۹ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران هرچند مرکز دایرک تابع پیش آماری خود در سال ۹۶ را در توروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشت نسی 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 ۳ درصد بازی می خرند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه گرده ای؟ با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۶ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفاً پرداخت برای ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۲ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۶ هزینه گرده اند. وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

با این 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 در چمیت 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 ۳ درصدی بازیکنانی که اقدام به «خرید» بازی ها می کنند، در جامعه آماری «بازی بازان» این سهم به ۲۹.۴ درصد کاهش پیدا کرده و این می تواند به معنای این واقعیت باشد که بازی بازان، که در گیمز بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روجایات بازی بازان موبایلی بخش دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایل 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 و این 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، راه بیکار این نوع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهد. از این جمیع آماری ۶۵ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعییری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴ ۵۶۵ 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 بازان، گرفتن قابل بازی از اطرافیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذاعن 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 مسوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده بندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کالال 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 توجیه است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناجیز و قابل چشم یوشه 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 دارد. تشکیل می دهد. اصلی ترین واقعیت نهفته در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فرآیند بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر پهنه 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 آستانی امروز نیست! انتها پایان /

خلاصه

بازار ۱۴۰ میلیارد تومانی بازی های موبایلی در ایران

برای درک فرآیندی بازی های موبایلی در ایران کافی است بدانید گیمزهای 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 زنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی میان را به رقابت وادانه و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منوی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی تاریخ و گیمزهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم قضاهاش 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، در آمد سال ۹۴ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را تیز 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 ۹۴ است که به طور میانگین حدود ۳۰ دقیقه در روز بازی می کنند. این گزارش به آمارهای مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت متینر نیوزو (Newszoo) درآمد جهانی این بازی ها در سال ۹۴، 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 است. براساس این گزارش ها، چین، امریکای شمالی و ژاپن بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۹۴ 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 بازیکنان موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که به طور میانگین روزانه ۷۶ 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، ۲۲ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

هرچند مرکز دایرک تابع پویش آماری خود در سال ۹۴ را در توروز ۹۶ میلیون نفر 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 خرند. از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند، رایج ترین نوع بازی (ادامه دارد...)

خرسان

(ادامه خبر ...) ها در میان بازی بازان هستند این آمار در حالی است که تنها ۷۱ درصد از بازی بازان، به اینترنت دسترسی دارنداینترنت سیم کارت و پس از آن ADSL، رایج ترین روش های دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان هستندازین جامعه آماری ۶۵ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می گذردراچ ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اطلاعاتی 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 رسدبا این همه اما نظام رده بندی اسرا که سال هاست از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرای 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 کالال های رسمی و مجاز، از نشان اسرا برخوردارند.

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

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدانیم گیمزهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ تزدیک به ۱۶۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه گرده 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 خودش 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 سیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هشتمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت توکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برقی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلند مرتبه مسحور گشته در چهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیش گرفته اند و هم از نظر فراگیری استفاده و هم از منظر گردنی مالی تبدیل به یکی از معدهای اصلی صنعت فرهنگ در چهل امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان زنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محنتها هم بازی سازان را به رقابت و ادانته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منوی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیمزهای 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. همچنان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد برسی و وضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده های همین این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تازده 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 تیازمند 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 سیاری از ما لانه گرده اند چیست؟

سهیم 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 سیاری را به عرصه بازی های دیجیتال افزوده و درآمد این صنعت را وارد مرحله ای تونی کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیراً منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰ 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 باریکان 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 نیزو (Newzoo) [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، 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 ۹۶ در کشور وجود داشته که بطور میانگین ۷۶ 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 ۹۶ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشت نسی 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 ۲۰ درصد بازی می خرند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه گرده ای؟ با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی (ادامه دارد...)

(دامنه خبر ...) کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های ساخت 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 ساخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

و ضمیمه 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» ۹۵ درصد توجه شده و در واقع ۹۵ درصد گروه اول را تشکیل می دهد. 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 در گیری بیشتری با پلتفرم موبایل دارند، بیشتر برای دسترسی رایگان به بازی ها تلاش می کنند.

روحیات بازی بازان موبایلی
بعضی دیگری از گزارش مرکز دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایل اختصاص دارد. بنابر یعنی این 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 های دسترسی می دهد. 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 آمری در دسترس به نظر نمی رسد. رسانی این بازی ها این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تبییری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴ ۸۶ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است.

رده پندی 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 اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها آمری در دسترس به نظر نمی رسد. با این همه اما نظام رده پندی اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده پندی بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کمال های رسمی و مجاز، نشان اسرا بر خود دارند. در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده پندی 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 ناجیز 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 پندی 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 می کنند که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند. تشکیل می دهند.

فارغ از داده های امدادی بسیار جالب دیگری که می توانید مشاهده کنید، اصلی ترین واقعیت تهقیقه در پس از این اعداد و ارقام، اشارف بر سایه قراگیری بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بپردازی و مدیریت آن تنشیم روزی گام به گام طویل تر شود و سرتاجام همچون «ماری» ما را در حلقة مسیری که خود پیموده ایم اسیر کند. آن روز پیدا کردن راه قرار به آستانی امروز نیست!



زمان و مکان برگزاری نمایشگاه بین المللی TGC تغییر کرد

< 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 درخواست شان صنعت بازی سازی کشورمان؛ تصمیم گرفت تا این نمایشگاه را با تأخیری دو ماهه برگزار کند. بدین جهت تاریخ برگزاری این رویداد از ۹ و ۱۰ اردیبهشت ماه به ۱۵ و ۱۶ اردیبهشت ماه تغییر کرد.

همچنین مکان برگزاری این رویداد از دلیل پر بودن مرکز همایش های برج میلاد به مرکز همایش های بین المللی صنا و سیما تغییر کرده است که مکان برگزاری جدید فضای غرفه سازی بیشتری را برای رویداد فراهم می کند. با توجه به تعویق زمان برگزاری، مهلت استفاده از تخفیف ۲۰ درصدی برای ثبت نام زودهنگام نیز تمدید شده و علاقه مندان تا پایان اردیبهشت (دامنه 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 ۵ سخنرانی نهایی شده که از بین آن ها ۴۰ سخنران غیر ایرانی
هستند. مخصوصاً 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 آشنازی
فعالان بین المللی صنعت بازی سازی با زائران و محصولات ایرانی است.
علاقة مندان چهت کسب اطلاعات بیشتر نسبت به نحوه مشارکت در این رویداد می توانند به تشریف www.tehrangamecon.com مراجعه نمایند.



بسته حمایتی برای ۳ غرفه و ۸ بازدیدگرندۀ تجاری؛ فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷

آرتما: بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق روال هر ساله، پاویون 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 اینیشن «آرتنا»، در پاویونی 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 تشریف contact@ircg.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 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 ۱۵ متری که ۲۴۰۰ یورو است،
نیمی از آن یعنی ۱۲۰۰ یورو توسعه بنیاد پرداخت می شود و مابقی به عهده شرکت متقاضی خواهد بود.

همچنین بنیاد کمک هزینه ۶۰۰ یورویی باید 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 پایستی موارد زیر را به ایمیل contact@ircg.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 حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان بازدید تجاری؛ ارائه ای بلیت تجاری (Business Pass) نمایشگاه و همچنین کمک هزینه ۶۰۰ یورویی باید 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، مشکل از نخبگان صنعت کنسرس و نماینده ی بازیسازان ارزیابی و انتخاب خواهد شد.



فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷

بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق روال هر ساله، پاویون 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 پاویونی 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 تشریف contact@ircg.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 شرکت برای حضور در نمایشگاه که به زبان انگلیسی نیز مسلط باشد.(ادامه دارد ...)

(از ادامه خبر...) براساس بسته‌ی حمایتی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برای متقاضیان غرفه در نمایشگاه گیمز کام آلمان، از هزینه‌ی اجاره غرفه‌ی ۱۵ متری که ۲۴۰۰ یورو است، نیمی از آن یعنی ۱۲۰۰ یورو توسط بنیاد پرداخت می‌شود و مابقی به عهده شرکت متقاضی خواهد بود. همچنین بنیاد کمک هزینه‌ی ۶۰۰ یورویی بابت هزینه‌ی پلیت پرواز و هتل را به یک تن از اعضاei شرکت متقاضی پرداخت خواهد کرد. علاوه بر غرفه، بنیاد از ۸ متقاضی که تنها می‌خواهند بازدید تجاری از نمایشگاه گیمز کام آلمان داشته باشند تیز حمایت می‌کند. افراد علاقه‌مند برای استفاده از این حمایت پایستی موارد زیر را به ایمیل contact@ircg.ir ارسال نمایند: محصول یا مخصوصاتی که برای عرضه می‌خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی، این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهد تنظیم نمایند باشد. پسته هی حمایتی بیناد می بازی های رایانه ای برای متقاضیان بازدید تجاری؛ از راههایی بلیط تجاری (Business Pass) نمایشگاه و همچنین کمک هزینه ۶۰۰ پیوروبی با بت هزینه بلیط پرواز و هتل خواهد بود متقاضیان چهت 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، مشکل از تغییرگان صنعت کشور و نماینده هی بازسازان ارزیابی و انتخاب خواهد شد.

امنیتی کائنات

فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷

بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق روال هر ساله، پایه یون ایران را در بزرگ ترین تعاشگاه بازی اروپا یعنی گیمز کام آلمان تشکیل می دهد که شرکت های بازی سازی تیز مر، توانند با استفاده از سسته های حمایت در این تعاشگاه حضور داشته باشند.

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

شرکت های متقاضی غرفه باید موارد زیر را به پست الکترونیک امور بنیاد به نشانی contact@ircg.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 اینها به عنوان اهداف حضور در نمایشگاه که به زبان انگلیسی نیز مسلط باشد براساس بسته های 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 تپیک از آن یعنی ۱۲۰۰ یورو توسط بنیاد پرداخت می شود و مابقی به عهده شرکت متقاضی خواهد بود.

همچنین بنیاد کمک هزینه‌ی ۰۰۰ یورویی بایت هزینه بلیت پرواز و هتل را به یک نفر از اعضای شرکت متقاضی پرداخت خواهد کرد. علاوه بر عرفقه، بنیاد از ۸ متقاضی که تنها می‌خواهند بازدید تجاری از تماشگاه گیمز کام آلمان داشته باشند تیز حمایت می‌کند. افراد علاقه مند برای استفاده از این حمایت باستی موارد زیر را به ایمیل contact@ircg.ir ارسال تعاوند:

محصول یا مخصوصاتی که برای رفته می خواهند در تماشگاه 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. پسته های حمایتی بنیاد ملی رایانه ای برای متقدیان بازدید تجاری؛ ارائه های بلیت تجاری (Business Pass) تماشگاه و همچنین کمک هزینه ۰۰۰ عیوبوی بایت هزینه بلیت پرواز و هتل خواهد بود.

متقدیان چهت 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، مشکل از تغیگان صنعت کشور و نعاینده های بازی سازان ارزیابی و انتخاب خواهند شد.

فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷

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

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

شرکت های متقاضی غرفه باید موارد زیر را به پست الکترونیک امور بنیاد به نشانی contact@ircg.ir ارسال نمایند:
محصول یا مخصوصاتی، که برای عرضه می خواهند در تماشگاه ارائه دهند.

ارسال پرتابه حضور به زبان گلپی، این پرتابه باید شامل اهداف حضور، بر تامه دقیق و جلسات بالقوه ای که می خواهند تطبیق توانید باشد. ادامه دارد...

(ادامه خبر ...) مشخص کردن نماینده ای شرکت برای حضور در نمایشگاه که به زبان انگلیسی نیز مسلط باشد، براساس سنته ای حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقدیان غرفه در نمایشگاه گیمز کام آلمان، از هزینه اجاره غرفه ای ۱۵ متری که ۲۴۰۰ بورو است، نیمی از آن یعنی ۱۲۰۰ بورو توسط بنیاد پرداخت می شود و مابقی به عهده شرکت متقدی خواهد بود.

همچنین بنیاد کمک هزینه ای ۶۰۰ بورویی بایت هزینه بلیط پرواز و هتل را به یک نفر از اعضای شرکت متقدی پرداخت خواهد کرد، علاوه بر غرفه، بنیاد از ۸ متقاضی که تنها می خواهد بازدید تجاری از نمایشگاه گیمز کام آلمان داشته باشند نیز حمایت می کند، افراد علاقه مند برای استفاده از این حمایت باستی موارد زیر را به ایمیل contact@ircg.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، سنته ای حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقدیان بازدید تجاری؛ ارائه ای بلیط تجاری (Business Pass) نمایشگاه و همچنین کمک هزینه ۶۰۰ بورویی بایت هزینه بلیط پرواز و هتل خواهد بود.

متقدیان جهت ارسال درخواست های خود تا روز دو شنبه ۴ اردیبهشت ماه فرصت دارند تا موارد خواسته شده را ارسال کنند، پس از آن درخواست ها در شورای ارزیابی، مشکل از نخیگان صنعت کشور و نماینده ای بازی سازان ارزیابی و انتخاب خواهند شد.

نمایشگاه خبرنگاران

فرآخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷

۲۰

بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق روال هر ساله، باوبون 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 سنته های ای حمایتی در این نمایشگاه حضور داشته باشند.

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

شرکت های متقدی غرفه باید موارد زیر را به پست الکترونیک امور بین الملل بنیاد به نشانی contact@ircg.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 شرکت برای حضور در نمایشگاه که به زبان انگلیسی نیز مسلط باشد.

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

همچنین بنیاد کمک هزینه ای ۶۰۰ بورویی بایت هزینه بلیط پرواز و هتل را به یک نفر از اعضای شرکت متقدی پرداخت خواهد کرد، علاوه بر غرفه، بنیاد از ۸ متقاضی که تنها می خواهد بازدید تجاری از نمایشگاه گیمز کام آلمان داشته باشند نیز حمایت می کند، افراد علاقه مند برای استفاده از این حمایت باستی موارد زیر را به ایمیل contact@ircg.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، سنته ای حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقدیان بازدید تجاری؛ ارائه ای بلیط تجاری (Business Pass) نمایشگاه و همچنین کمک هزینه ۶۰۰ بورویی بایت هزینه بلیط پرواز و هتل خواهد بود.

متقدیان جهت ارسال درخواست های خود تا روز دو شنبه ۴ اردیبهشت ماه فرصت دارند تا موارد خواسته شده را ارسال کنند، پس از آن درخواست ها در شورای ارزیابی، مشکل از نخیگان صنعت کشور و نماینده ای بازی سازان ارزیابی و انتخاب خواهند شد.

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی

برای درک فراغتی بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدانیم گیمرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ تزدیک به ۱۶۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش شبکه اطلاع رسانی راه دانا: به نقل از خبر ایرانی، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مارکوتاهی که هرجه به خودش می دادیم، قد می کشید و کارهای 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 همراه هوشمند از تجربه نخستین بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت توکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برقی گوشی های تلفن تولیدی خود تعمیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحور گشته در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقب قدر خود معنی کسول های بازی های دیجیتال پیش گرفته اند و هم از نظر فراغتی استفاده و هم از منظر گرددش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان رنگارتگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت و ادانته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منوی 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 ازانه 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 و ضمیم بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده های مهم این گزارش در سایه تطبیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تاریخ 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 تیازمند مدیریت است را پیش روی ما قرار دهد.

اما لهم 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 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 توسعه کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیراً منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا رقمی معادل ۴۰ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمیش 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 نیزو (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 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: «تقريباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۶ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۶ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴ رقمی معادل ۱۳۹ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترتیب سنتی بازیکنان موبایلی در ایران هرچند مرکز دایرک تابع پیش آماری خود در سال ۹۶ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشت نسی 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 خرند.

قدرت برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟ با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۶ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۷۰۰ 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، ۲۲ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۶ هزینه کرده اند. وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

با این 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 در چمیت گروه اول را تشکیل می دهند. این با صرف 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 ۲۹.۴ 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 موبایل 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 و این 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 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، راه به دیگر انواع بازی کردن دسته جمعی ترجیح می دهد. از این جمجمه آماری ۶۵ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعییری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴ ۵۶۵ 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: «راجع ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازان، گرفتن قابل 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 آمری 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 بسیاری تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کالال 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 توجیهی است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناجیز و قابل چشم یوشه 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 توجیهی از بازی های موبایلی را کمکاً بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارد. تشکیل می دهد.

فارغ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت تهافت در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فرآیندی بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بپردازی و مدیریت آن تباشیم 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!



فراخوان حمایت از شرکت های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز کام آلمان ۲۰۱۷

بسیج پرس - بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق روال هر ساله، پاویون 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 بسیج پرس؛ در پاویونی 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@ircg.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 شرکت برای حضور در نمایشگاه که به زبان انگلیسی نیز مسلط باشد.
براساس بسته های حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان غرفه در نمایشگاه گیمز کام آلمان، از هزینه اجاره غرفه ۱۵ متری که ۲۴۰۰ یورو است، نیزی از آن یعنی ۱۲۰۰ یورو تو سط بینیاد پرداخت می شود و مابقی به عهده شرکت متقاضی خواهد بود.

همچنین بنیاد کمک هزینه ۶۰۰ یورویی بایت 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@ircg.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 های حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای متقاضیان بازدید تجاری؛ ارائه ای بلیت تجاری (Business Pass) نمایشگاه و همچنین کمک هزینه ۶۰۰ یورویی بایت هزینه بلیت پرواز و هتل خواهد بود.
متقاضیان جهت ارسال درخواست های خود تا روز دو شنبه ۴ اردیبهشت ماه فرصت دارند تا موارد خواسته شده را ارسال کنند. پس از آن (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) درخواست‌ها در شورای ارزیابی، متشکل از نخبگان صنعت کشور و نماینده‌ی بازسازان ارزیابی و انتخاب خواهند شد.

مرکز اسناد ملی و اسناد پاره
کتابخانه ملی ایران



فراخوان حمایت از شرکت‌های بازی سازی برای حضور در نمایشگاه گیمز‌کام آلمان ۲۰۱۷ (۱۴۰۶-۰۶/۰۱/۲۸)

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای طبق روال هر ساله، پایه‌یون ایران را در بزرگ ترین نمایشگاه بازی اروپا یعنی گیمز‌کام آلمان تشکیل می‌دهد که شرکت‌های بازی سازی نیز می‌توانند با استفاده از بسته‌های حمایتی در این نمایشگاه حضور داشته باشند.

در پایه‌یونی که برای ایران در نظر گرفته شده امکان حضور سه شرکت ایرانی با غرفه‌های ۱۵ متری همانند سال گذشته وجود دارد. شرکت‌های متقاضی غرفه باید موارد زیر را به پست الکترونیک امور بین‌الملل بنیاد به شناسی contact@ircg.ir ارسال کنند:

محصول یا محصولاتی که برای عرضه می‌خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.
ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه‌ای که می‌خواهند تنظیم نمایند باشد.

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

براساس بسته حمایتی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برای متقاضیان غرفه در نمایشگاه گیمز‌کام آلمان، از هزینه اجاره غرفه‌ی ۱۵ متری که ۲۴۰۰ یورو است، نیزی از آن یعنی ۱۲۰۰ یورو توسعه بنیاد پرداخت می‌شود و مابقی به عهده شرکت متقاضی خواهد بود.

همچنین بنیاد گمک هزینه ۶۰۰ یورویی باید 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 می‌خواهند بازدید تجاری از نمایشگاه گیمز‌کام آلمان داشته باشند نیز حمایت می‌کند. افراد علاقه‌مند برای استفاده از این حمایت بایستی موارد زیر را به ایمیل contact@ircg.ir ارسال کنند:

محصول یا محصولاتی که برای عرضه می‌خواهند در نمایشگاه ارائه دهند.

ارسال برنامه حضور به زبان انگلیسی. این برنامه باید شامل اهداف حضور، برنامه دقیق و جلسات بالقوه‌ای که می‌خواهند تنظیم نمایند باشد.
بسته‌ی حمایتی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برای متقاضیان بازدید تجاری؛ ارائه بلیت تجاری (Business Pass) نمایشگاه، همچنین گمک هزینه ۶۰۰ یورویی باید هزینه بلیت پرواز و هتل خواهد بود.

متقاضیان جهت ارسال درخواست‌های خود تا روز دوشنبه ۴ اردیبهشت ماه فرست دارند تا موارد خواسته شده را ارسال کنند. پس از آن درخواست‌ها در شورای ارزیابی، متشکل از نخبگان صنعت کشور و نماینده‌ی بازی سازان ارزیابی و انتخاب خواهند شد.



هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی (۱۴۰۶-۰۶/۰۱/۲۸)

برای درک فرآگیری بازی‌های موبایلی در ایران تنها کافیست بدایم گیمز‌های ایرانی فقط در طول سال ۹۴ تزدیک به ۱۴۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده‌اند.

به گزارش مشرق، تقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می‌کردیم و چپ و راست فرمان می‌دادیم به مارکوتاها که هرچه به خوردش می‌دادیم، قد می‌کشید و کارمان دشوارتر می‌شد. بازی آنقدر ادامه پیدا می‌کرد تا در حصار خود اسیر می‌شدیم و سرمان به سنگ می‌خورد و بعد تمام! این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن‌های همراه هوشمند از تجربه تخستن بازی‌های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت توکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی‌های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحور کننده در جهان سرگرمی‌ها شده است؛ بازی‌های موبایلی حالا چند سالی می‌شود که حتی از رقب قدر خود یعنی کنسول‌های بازی‌های دیجیتال پیشی گرفته‌اند و هم از نظر فرآگیری استفاده و هم از نظر گردش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده‌اند.

حالا دیگر جهان این بازی‌ها را نگارنگ شده که نه فقط از نظر سیک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت و ادانته و مخاطبان از هر گروه سنتی و با هر سلیقه‌ای، با منوی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی‌های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیمز‌های ایرانی هم با استقبال از بازی‌های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه‌ای را پیش روی بازی سازان قرار داده‌اند.

همزمان با تعطیلات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه‌ای را با رویکرد بررسی وضعیت بازی‌های رایانه‌ای در ایران منتشر کرد که داده‌ها می‌همم این گزارش در سایه تعطیلی فضایی رسانه‌ای کشور تا حدود زیادی تأثیرده ماند.

این گزارش که به نوعی می‌توان آن را تخستن گزارش آماری جامع درباره وضعیت بازی‌های موبایلی در ایران قلمداد کرد می‌تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران تیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده‌های این گزارش جامع چیست و واقعاً نسبت‌ها با بازی‌های موبایلی که در جیب‌های بسیاری از ما لانه کرده‌اند 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 تقلیل از مرکز 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 ۴۰ 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 تیزو (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 است. براساس این گزارش ها، چن، 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 ۷۶ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک تایج پیش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشت 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 خورند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده اید؟

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 دربر گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۲ 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 در چمیت گروه اول را تشکیل می دهدن. این با صرفاً اهل بازی موبایلی هستند و با در قیاس با سایر پلتفرم های بازی دیجیتال، علاقه بیشتری به این دست بازی ها دارند.

نکته جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنایی 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.

روجایات 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 این دست بازی ها 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 دهدن.

از این جامعه آماری ۵۶ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تبییری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴ ۹۵ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است.

رده پنديز به امید رعایت

به این گزاره درج شده در بخشی از گزارش آماری دایرک توجه کنید: «راجح ترین روش دسترسی به بازی های موبایلی برای بازان، گرفتن فایل بازی از اطرافیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذعان به این واقعیت است که فرایند 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 کالاهای 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 توجیهی 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 هایی 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 کمکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) مختلف سئی را دارند، تشکیل می‌دهند

فارغ از داده‌های آماری بسیار جالب دیگری که می‌توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت تهمته در پس از این اعداد و ارقام، اشاره بر سایه فراگیر بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه‌ای که فضلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بفرموده باشید این راه فرار به آستانه امروز نیست!

منبع: خبر ابرانی



هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی

برای درک فراگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بداتیم گیمزهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ تزدیک به ۱۶۰ میلیارد تومان در این بازار هزینه کرده اند!

به گزارش صحنه، به نقل از خبر ابرانی، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مارکوتاهی که هرچه به خودش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد بازی انقدر 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 نخستین بازی های موبایلی بود بازی ماده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت توکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی پرخی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذاشد که امروز تبدیل به کالخی بلند مرتبه مستحور گشته در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند مالی 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 زنگاری شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت و ادانته و مخاطبان از هر گروه سئی و با هر سلیقه ای، با منوی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم

بر بازار جهانی تدارد و گیمزهای 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 و ضمیم بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده های مهم این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تا دیده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را نخستین گزارش آماری جامع درباره وضیعت بازی های موبایلی در ایران قلمداد کرد می تواند تصویری روشن از آنچه امروز به عنوان بخش مهمی از صنعت سرگرمی در ایران تیازمند 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؟

سهیم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیج

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه امار و ارقام مربوط به وضیعت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مرکز متبر 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 ۴۰ 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 تیزو (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 تخلصی نموده 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 وضیعت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقرباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۶ 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 میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سئی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک تایج پویش آماری خود در سال ۹۶ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشت نسیی 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 خونند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بداتیم 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،

(ادامه خبر ...) و ضعیت 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 در جمیعت گروه اول را تشکیل می دهد. 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 بازیکناتی 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.

روجایات بازی بازان موبایلی

بخشن 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 ندارند.

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 دهد. از این جامعه آماری ۶۵ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعییری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴ ۶۵ عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است. رده پنديز 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 اساساً فرآیندی نظارت پذیر نیست و تعریف و تبیین نظامی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی های آمری در دسترسی به نظر نمی رسد. با این همه اما نظام رده پنديز اسرا که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجزایی شده تا متولی اصلی رده پنديز 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 مجلز، نشان اسرا بر خود دارند. در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظارت نظام رده پنديز اسرا به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این فرآیند رسمی، حاوی نکات جالب توجیهی است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناجیز 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 پنديز مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۲۰ سال است و این یعنی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی موبایلی را سهندی بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند، تشکیل می دهد.

فأرخ از داده های آماری بسیار جالب دیگری که می توانید مشروح آن را در متن کامل گزارش دایرک مطالعه کنید، اصلی ترین واقعیت تهقیقه در پس از این اعداد و ارقام، انتراف بر سایه فرآیندی بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فضلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بدهیم بردازی و مدیریت آن تباشیم 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 (۱۸۰۹۰۵-۰۱/۲۵)

برای درک فرآگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدایم گیمزهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ ترددیک 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 چب و راست فرمان می دادیم به مارکوتاھی که هرچه به خودش 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 تحسینی بازی های موبایلی بود.

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



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

حالا دیگر جهان این بازی ها چنان زنگارنگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت و ادانته و مخاطبان از هر گروه سنی و یا هر سلیقه ای، با منوی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله جنابی با شرایط حاکم بر بازار جهانی تدارد و گیمزهای ایرانی هم با استقبال از بازی های ارائه شده در این پلتفرم فضاهای تازه ای را پیش روی بازی سازان قرار داده است.

همزمان با تطبیقات 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 میهم این گزارش در سایه تطبیقی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تاریده ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را تحسین 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 تیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

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

سهیم 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 تقلیل از مراکز متبر 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 توسعه کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیراً منتشر شده، در آمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۳۴۸ 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 معنیت نیزو (Newzoo) [۱] 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 است. براساس این گزارش ها، چن، امریکای شمالی و زاین 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 ۹۶ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۶ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴، رقمی معادل ۱۳۹ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پیویش آماری خود در سال ۹۶ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشت نسی 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 ۲۰ درصد بازی می خورند.

چقدر برای های موبایلی هزینه کرده ایم؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۶ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فاخرج از هزینه های سخت افزار بوده و صرفاً پرداخت برای ها را دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۲ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۶ 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 در جمیعت گروه اول را تشکیل می دهدن. این با صرف اهل بازی موبایلی هستند و با 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 به 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

بعض 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 نداورند 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 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 ۶۵ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تبییری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۶ ۵۵ عنوان بازی، بازی کرده است. 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: «راجح ترین روش دسترسی به اینترنت توسط بازی بازان، گرفتن فایل بازی از اطرافیان است.» این گزاره بهترین شاهد مثال برای اذاعن 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 نظالمی برای نظارت و هدایت بازار عرضه این بازی ها امری در دسترس به نظر تمیز 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 اجرای 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 برخود 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 توجیه است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناجیز 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 کمکاً بازی های ساده و صرفا سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارند، تشکیل می دهند.

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

منبع: خبر ایرانی

دانلود

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی

به گزارش عصر امروز، نقطه چشمک زن در میانه صفحه را پیدا می کردیم و چپ و راست فرمان می دادیم به مارکوتاهی که هرچه به خوردش می داریم، 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 تحسینی بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت توکیا 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 مسحور کننده در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فرآیندی استفاده و هم از منظر گرددش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند.

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

همزمان با تطبیقات نوروز ۹۶ بود که مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) گزارش ویژه ای را با رویکرد بررسی و ضعیت بازی های رایانه ای در ایران منتشر کرد که داده های مهم این گزارش در سایه تطبیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تأثیر داشته اند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را تحسین 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 تیازمند مدیریت است، را پیش روی ما قرار دهد.

اما اهم داده های گزارش جامع جیست 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 گیج

در مقدمه گزارش دایرک و پیش از ازانه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به تقلیل 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 ۴۰ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمینی ۲۶۸ 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 تقلیل از سایت شرکت معتبر تیزو (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 تخصیص زده شده است. براساس این گزارش ها، چین، امریکای شمالی و زاین به ترتیب بیشترین درآمد را از بازی های موبایلی در سال ۲۰۱۶ کسب کرده اند. براساس این گزارش وضعیت بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار جهانی دارد: «تقريباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۶ 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.»

تrockیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران

هرچند مرکز دایرک نتایج پیش آماری خود در سال ۹۴ را در توروز ۹۶ منتشر کرد اما به استثناء 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 خونند.

چقدر برای بازی های موبایلی هزینه کرده اید؟

با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های ساخت افزار بوده و صرفاً پرداخت برای بازی ها را دربر گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۲ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب ساخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کرده اند.

و ضعیت 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 در چمیت گروه اول را تشکیل می دهد. 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

بعضی 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 ندارند.

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 دهد.

از این جامعه آماری ۶۵ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعییری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴ ۸۵ 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 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 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 توجیهی است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناجیز 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 توجیهی از بازی های موبایلی را کمکاً بازی موبایلی را دارند. سایه ای 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 فرآیندی بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فضلاً همه به آن مشغولی و شاید اگر به فکر بپردازی 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 آستانی امروز نیست!

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی

دولت بهار؛ برای درک فرآگیری بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدانیم گیمرهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ تزدیک 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 مارکوتاهی که هرچه به خودش می دادیم، قد می کشید و کارمان دشوارتر می شد. بازی انقدر 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 هشمند از تجربه تخستن بازی های موبایلی بود.

بازی ساده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت توکیا در سال ۱۹۷۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنای عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحور گشته در جهان سرگرمی ها شده است؛ بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقب قدر خود معنی کسول های بازی های دیجیتال پیشی گرفته اند و هم از نظر فرآگیری 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 رنگارتگ شده که نه فقط از نظر سبک و قالب که حتی در داستان و محتوا هم بازی سازان را به رقابت و ادانته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منوی 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 ازانه 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 و ضعیت بازی های ریانه ای در ایران منتشر کرد که داده های مهم این گزارش در سایه تطبیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تاریخ ماند.

این گزارش که به نوعی می توان آن را تخستن 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 تیازمند مدیریت است را پیش روی ما قرار دهد.

اما لهم داده های این گزارش جامع چیست و واقعاً تسبیت 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 ازانه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از مراکز معنی در تون خود قابل توجه است. در این بخش تصویر 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 توسعه کرده است. براساس گزارش آماری شرکت Superdata که اخیراً منتشر شده، درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا رقمی معادل ۴۰ میلیارد دلار برآورد شده که بیشترین سهم را نیز قاره آسیا با درآمد تخمیش 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 معنی تیوزو (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 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: «تقريباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۶ در کشور وجود داشته که بطور میانگین روزانه ۷۶ دقیقه بازی کرده اند. همچنین درآمد بازی های موبایلی در ایران در سال ۹۴ رقمی معادل ۱۳۹ میلیون تومان برآورد می شود.»

ترتیب سنتی بازیکنان موبایلی در ایران هرچند مرکز دایرک تابع پیش آماری خود در سال ۹۶ را در توروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشت نسی 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 خرند.

قدرت برای بازی های موبایلی هزینه کرده ایم؟ با این وجود اما جالب است بدانید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۶ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۷۰۰ 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، ۲۲ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۶ هزینه کرده اند.

وضعیت هزینه کرد بازیکنان موبایلی در ایران

با این 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 در چمیت گروه اول را تشکیل می دهند. این با صرف 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 ۲۹.۴ 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.

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

(دامنه خبر) - از میان بازی های موبایلی بازی هایی که برای بازی کردن احتیاجی به اتصال به اینترنت ندارند و این 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، راه بدهیگر اند. این جامعه آماری ۶۵ درصد هر روز و به طور متوسط، هر ۱۰ روز، ۲۱ نوبت بازی می کنند. به تعییری می توان گفت به طور متوسط، بازی بازان موبایلی، در سال ۹۴ ۵۶۵ 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 بازان، گرفتن قابل بازی از اطرافیان است.» این گزاره بیشترین شاهد مثال برای اذاعن 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 آمری 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 بالش، بازی های موبایلی را هم تحت نظارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کالاهای 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 توجیه است.

همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی ناجیز و قابل چشم یوشه 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 توجیه از بازی های موبایلی را کمکاً کنند و صرفاً سرگرم کنند 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 تهافت در پس از این اعداد و ارقام، اشراف بر سایه فرآیندی بازی های موبایلی در بازار صنایع فرهنگی ایران و جهان است. سایه ای که فعلاً همه به آن مشغولیم و شاید اگر به فکر بپردازی و مدیریت آن تباشیم 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: خبر ایرانی

هزینه میلیاردی برای سرگرمی موبایلی

برای درک فرآیندی بازی های موبایلی در ایران تنها کافیست بدایم گیمزهای ایرانی فقط در طول سال ۹۴ تزدیک به ۱۶۰ 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 مارکوتاهی که هرچه به خوردش می دادیم، قد می گشتید و گارمان دشوارتر می شد. بازی انقدر ادامه پیدا می کرد تا در حصار خود اسیر می شدم و سرمهان به سنگ می خورد و بعد تمام این تجربه مشترک بسیاری از کاربران این روزهای تلفن های همراه هوشمند از تجربه تحسین بازی های موبایلی بود. بازی ماده «ماری» یا همان «Snake» را شرکت نوکیا در سال ۱۹۹۷ بر روی برخی گوشی های تلفن تولیدی خود تعبیه کرد تا سنگ بنایی عمارتی را بگذارد که امروز تبدیل به کاخی بلندمرتبه مسحور گشته در جهان سرگرمی ها شده است: بازی های موبایلی حالا چند سالی می شود که حتی از رقب قدر خود یعنی کنسول های بازی های دیجیتال پیش گرفته اند و هم از نظر فرآیندی استفاده و هم از منظر گرددش مالی تبدیل به یکی از مدعیان اصلی صنعت فرهنگ در جهان امروز شده اند. حالا دیگر چنان 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 و ادانته و مخاطبان از هر گروه سنی و با هر سلیقه ای، با منوی متنوع برای سرگرمی مواجه هستند. در این شرایط بازار داخلی بازی های موبایلی هم فاصله چندانی با شرایط حاکم بر بازار جهانی ندارد و گیمزهای 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 تعلیلات توژر 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 همین این گزارش در سایه تعطیلی فضای رسانه ای کشور تا حدود زیادی تأثیرگذار شده اند. در این راستا گزارش که به نوعی می توان آن را تخصیص 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 جیست و واقعاً تسبیت می بازی های موبایلی که در جیب های بسیاری از ما لانه کرده اند چیست؟ سهم بازی های موبایلی از بازار جهانی گیمدر مقدمه گزارش دایرک و پیش از ارائه آمار و ارقام مربوط به وضعیت بازی های موبایلی در ایران، چند آمار جهانی به نقل از (دامنه 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 اخیرا منتشر شده درآمد سال ۲۰۱۶ بازی های موبایلی در دنیا، رقمی معادل ۴۰ 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 ۲۰ دقیقه در روز بازی می کنند.^{۱۰} همین مقدمه به گزارش مرجع دیگری هم اشاره شده و به نقل از سایت شرکت معتبر نیوز (News ۰۰) درآمد چهاری این بازی ها در سال ۲۰۱۶، رقمی معادل ۳۶.۹ میلیارد دلار برآورد شده که در واقع معادل ۳۷ درصد کل درآمد بازی های دیجیتال است و سهم قاره آسیا را نیز از این درآمد ۲۱ میلیارد دلار تخصیص 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.^{۱۱} براساس این گزارش وضعیت بازار بازی های موبایلی در ایران هم شرایط مشابهی با بازار چهاری دارد: «تقربا ۲۰۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکنان 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 رقمی معادل ۱۳۶ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان برآورد می شود.^{۱۲} ترکیب سنی بازیکنان موبایلی در ایران هرچند مرکز دایرک تایپ پویش آماری خود در سال ۹۴ را در نوروز ۹۶ منتشر کرد اما به استناد همین گزارش می توان برداشت نسی 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 خرند. چقدر برای بازی های موبایلی هزینه ایم؟ این وجود اما جالب است بدایید بازیکنان ایرانی تنها در سال ۹۴ در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را صرف بازی های موبایلی خریدار این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و صرفاً پرداخت برای بازی ها دربرمی گیرد. این به معنای آن است که به طور متوسط، بازیکنان موبایلی خریدار در ایران، ۲۲ هزار تومان برای بازی های موبایلی (بدون احتساب سخت افزار) در سال ۹۴ هزینه کردند و اندواعیت هزینه کرده اند و ضعیفی هزینه کرده اند. براساس داده های این گزارش با عنوان «بازی بازان» توصیف شده و در واقع ۹۵ در جمیعت گروه اول را تشکیل می دهد. 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. تکنیک جالب اینکه برخلاف سهم ۳۰ درصدی بازیکنانی که اقدم 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. روایتی از گزارش معرفی دایرک به تحلیل رفتارشناسی بازی بازان موبایلی اختصاص دارد. بنابراین میتوان این همانند 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 دولستان 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 ۵۵ 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 عنوان بازی، بازی کرده اند. این مقدار به تفکیک گروه های سنتی و جنسیتی مختلف نیز تقریباً به همین میزان است. در رده پنديه 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 اذاعن به این واقعیت است که فرآیند عرضه بازی های رایانه ای به طور عام و بازی های موبایلی به طور خاص اساساً فرآیندی تفکارت پذیر تیست و تعریف و تبیین نظامی برای تنظرات و هدایت بازار عرضه این بازی ها آمری در دسترس به نظر نمی رسید. این همه اما نظام رده پنديه اسراء که سال ها است از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تعریف و اجرایی شده تا متولی اصلی رده پنديه بازی های دیجیتال در ایران باشد، بازی های موبایلی را هم تحت نظرارت دارد و اکثر بازی های عرضه شده در کانال های رسمی و مجاز، نشان اسراء بر خود دارند. در سال ۹۴ هم بازی های موبایلی بسیاری تحت نظرارت نظام رده پنديه اسراء به بازار عرضه شده که توجه به ترکیب آماری رده های مختلف این بازی های فرآیند رسمی، خواهی نکات جالب توجهی است. همانطور که از آمار درج شده در گزارش دایرک مشهود است، هرچند بازی های بالای ۱۸ سال سهمی تاجیز 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 پنديه مانند بازی های دیجیتال عرضه شده برای کنسول های بازی و پلتفرم های بازی دیگر، از آن بازی های مناسب برای بالای ۳ سال است و این بعضی حجم قابل توجهی از بازی های موبایلی را کماکان بازی های ساده و صرفاً سرگرم کننده که قابلیت جذب گروه های مختلف سنی را دارد، 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 فرآیند 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



۳

۴



بروز رسانی

عنوان خبر

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

محل قرارگیری خلاصه خبر

ثبت

منفی

بی طرف

جهت گیری محتوا

فراآنی خبر

۵

بریده جراید در روزنامه

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای
در آیینه مطبوعات

۱۳۹۶/۰۱/۲۹

