

بهمن ۹۵ تا تیر ۹۶

# انعکاس اخبار برگزاری رویداد TGC



روابط عمومی

# فهرست



|    |                                                                                                                                           |                                                            |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| ۲  | امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه                                                              | خبربان                                                     |
| ۳  | گیمرهای ایرانی چگونه بازی می کنند؟                                                                                                        | گایه                                                       |
| ۴  | امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه                                                              | روزگارما                                                   |
| ۴  | راهنمای دریافت مجوز فروشگاه مجازی یا الکترونیکی بازی های رایانه ای اعلام شد                                                               | خبرگزاری قرآنی<br>International Quran News Agency          |
| ۵  | تپسل حامی رسمی نخستین رویداد بین المللی صنعت بازی سازی ایران                                                                              | اخبار رسمی                                                 |
| ۶  | حضور 2300 نفری فعالان صنعت بازی، رویدادی باشکوه را رقم زد                                                                                 | زیما                                                       |
| ۶  | امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه                                                              | گیمهای                                                     |
| ۷  | امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه                                                              | ایفوز اکونومیست                                            |
| ۸  | امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه                                                              | خبرگزاری دانشگاه قدس اسلامی آقا<br>Azad News Agency (AZNA) |
| ۸  | بازی سازان در دومین دوره مسابقات IMGA خاورمیانه ثبت نام کنند                                                                              | ICT                                                        |
| ۹  | اولین مانیتور خمیده گیمینگ جهان در نخستین نمایشگاه صنعت بازی تهران                                                                        | جامع نیوز<br>JameNews                                      |
| ۱۰ | بازی سازان در دومین دوره مسابقات IMGA خاورمیانه ثبت نام کنند/امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه | ایران گیمز                                                 |
| ۱۱ | امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه                                                              | سخت افزار                                                  |
| ۱۱ | امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه                                                              | گیمپلایر                                                   |
| ۱۲ | پلی به موفقیت؛ با برخی شتاب دهنده های ایرانی در حوزه گیم بیشتر آشنا شوید                                                                  | خبرگزاری آریا                                              |
| ۱۵ | امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه                                                              | سخت افزار                                                  |

تعداد محتوا : ۱۶



خبرگزاری

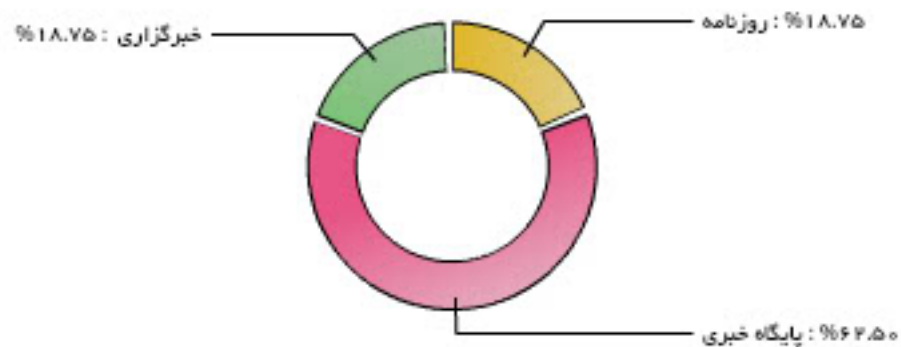
۳

پایگاه خبری

۱۰

روزنامه

۳



## امکان درخشش بازی‌سازان ایرانی در مسابقه بین‌المللی بازی‌های موبایل خاورمیانه

برگزار شده‌ی آن در MENA، ۱۰۰ بازی برای قضاوت ارسال شدند که ۸ برنده از میان ۴۳ نامزد برگزیده شدند.

معیارهایی که بازی‌های نامزد شده در مسابقات براساس آنان قضاوت می‌شوند عبارتند از:

- کیفیت گیم‌پلی - کیفیت روایت داستان - کیفیت نوآوری - کیفیت طراحی - بهترین دستاورد فنی - بهترین بازی چندنفره

بازی‌های منتشر شده و منتشر نشده می‌توانند در مسابقه شرکت کنند. بازی‌های منتشر شده می‌بایست دارای یک آیکون، توضیحات درباره‌ی بازی، ویدیویی از گیم‌پلی، لینک صفحه‌ی بازی در یک مارکت‌هایی چون گوگل‌پلی یا اپ‌استور و کدهای دسترسی به بازی باشند (در صورتی که بازی رایگان نباشد).

بازی‌های منتشر نشده نیز می‌بایست تمامی موارد ذکر شده برای بازی‌های منتشر شده را دارا باشند به‌جز اینکه چون بازی منتشر نشده است، می‌بایست ۲۰ عدد کد، دمو یا دسترسی به بازی نیز توسط سازنده ارسال شود که روی پلتفرم‌های اندروید، iOS، ویندوز و HTML ۵ قابل اجرا باشد. توجه به این‌که در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، کشورمان ایران بیش‌ترین و فعال‌ترین بازی‌سازان موبایلی را داراست، پیش‌بینی می‌شود با حضور فعال و پر تعداد بازی‌های ایرانی در این مسابقه شانس کسب مقام توسط بازی‌سازان ایرانی بسیار بالا باشد.

مسابقات بین‌المللی بازی‌های موبایل (International Mobile Game Awards به اختصار IMGAs) امسال برای دومین بار مسابقات خود را در منطقه‌ی MENA (خاورمیانه و شمال آفریقا) برگزار می‌کند.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، این دوره مسابقات از سال ۱۳۸۴ آغاز شده و قدیمی‌ترین دوره مسابقات جهانی بازی‌های موبایل است.

از سال پیش یعنی سال ۱۳۹۵ این دوره مسابقات که به‌صورت سالانه با شرکت صدها شرکت و استودیوی بازی‌سازی پلتفرم موبایل برگزار می‌شود؛ به کشور چین، کشورهای آسیای جنوب شرقی و کشورهای منطقه‌ی MENA نیز آمد و برندگان هر دوره از مسابقات برگزار شده در این مناطق، در مسابقه‌ی بین‌المللی برگزار شده در سان‌فرانسیسکو نیز شرکت داده می‌شوند. از ۱ خردادماه سال جاری، زمان ارسال آثار و بازی‌ها برای شرکت در دومین دوره‌ی مسابقات IMGAs در منطقه‌ی MENA آغاز شده و تا ۳۱ مرداد ماه نیز ادامه دارد. نامزدها و بازی‌های انتخاب شده از میان تمامی آثار ارسالی در تاریخ ۱۷ مهر اعلام می‌شوند و دوره‌ی دوم مسابقات نیز در تاریخ ۱۹ آبان در کشور عمان برگزار می‌شود که بازی‌های ارسالی توسط هیات داوران مجرب IMGAs قضاوت خواهند شد.

در دوره‌ی پیشین IMGAs و اولین دوره‌ی



«بازی ایرانی» ویتترین ندارد

# گیمرهای ایرانی چگونه بازی می کنند؟

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

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

□ سهم ویتترین های رسمی: قانون چه می گوید؟

این نهاددگی اجرایی در فرایند عرضه بازی های دیجیتال البته تناسبی با مصوبات و قوانین ندارد. جهت پادآوری تنها به بازخوانی بخش هایی از «سیاست های حاکم بر برنامه ملی بازی های رایانه ای» که شورای عالی فضای مجازی آن را در تاریخ ۲۵ آذرماه ۱۳۹۴ مصوب کرده است را مرور می کنیم. در ماده دوم این برنامه ملی و در بخش نگاشت نهادی، «حمایت از تولید و توزیع بازی های متناسب با نیاز تملی افشار و ستین جامعه مبتنی بر فرهنگ ایرانی اسلامی با اولویت بازی های فاخر، نوآورانه و خلاق، آموزشی، برخط و مبتنی بر تلفن همراه» جزو سیاست های حمایتی درج شده است. وزارت آموزش و پرورش، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان صداوسیما، سازمان بسیج مستضعفان، سپاه پاسداران انقلاب اسلامی و نیروی انتظامی در این بخش به عنوان «نهادهای همکار» معرفی شده اند. جالب اینکه در ماده سوم این برنامه ملی صراحتاً آمده است: «سازمان صداوسیما و شهرداری ها با تأیید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نسبت به ارائه تخفیفات موثر برای تبلیغات بازی های رایانه ای ایرانی اقدام نمایند».

□ غیبت بازی های ایرانی در تلویزیون

این قانون یکساله هنوز بر زمینه مانده

هنوز زبان باز نکرده است؛ تنها راه مکالمه اش با دیگران گریه است. اطرافیان هم گاهی کلافه می شوند. اینجاست که هر بهانه ای که نوزاد را آرام کند حکم «معجزه» دارد. ترکیب نور، رنگ و موسیقی تیزرهای تبلیغاتی تلویزیونی غالباً خیلی زود به داد اطرافیان می رسد! معجزه تبلیغات پیش از هر زبان دیگری حواس انسان را به تسخیر خود می آورد. کشش ناخودآگاه نوزادان و کودکان به رنگ و لعاب آگهی های تبلیغاتی تلویزیون اما فقط یک تجربه مشترک نیست. نشانه ای است از تأثیرگذاری «تبلیغ» به ویژه از نوع دیداری و شنیداری بر ناخودآگاه مخاطب. بر همین مبنا هم تبلیغات حرف اول را در دنیای سیاست، اقتصاد و به خصوص فرهنگ ایفا می کند. تبلیغاتی که بیش از هر پاراستر دیگری به صورت ناخودآگاه بر نوع «صرف» ما در تملی حوزه ها تأثیر مستقیم می گذارند. اشاره به اهمیت تبلیغ در حد مقدمه لازم بود و آنچه در این گزارش به دنبال آن هستیم پادآوری غفلت از این ظرفیت موثر در حوزه های مهم، تأثیرگذار و حتی استراتژیک به نام «بازی های دیجیتال» است. سرگرمی روزآمد و فراگیری که به واسطه تلفن های همراه هوشمند حالا فراتر از کاسیوها و کنسول های خانگی در دسترس هستند و طیف گسترده ای از جامعه را به خود مشغول کرده است. سهم تبلیغات از این بازار گسترده چیست؟ گیمر ایرانی بر چه مبنایی دست به انتخاب میان گزینه های موجود می زند؟ سهم بازی های ایرانی در میان این گزینه ها چیست؟

□ گیمرهای ایرانی چگونه بازی می کنند؟

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

است: «متسقانه صداوسیما تا جایی که بنده مطلع هستم همکاری لازم را با نهادهای همچون بنیاد ملی بازی های رایانه ای و همین طور شرکت های بازی سازی به عمل نمی آورد. برای مثال برای یک تیزر ۲۰ ثانیه ای همان میزان هزینه ای که از یک برند معتبر گرفته می شود از یک شرکت مستقل بازی سازی که درآمدی ندارد هم گرفته می شود. طبیعتاً این موضوع باعث می شود بازی های ایرانی در تلویزیون خیلی دیده نشوند. این در صورتی است که انتظار می رود تمامی ارگان ها جهت پیشرفت این صنعت نوپا و جوان همکاری لازم را به عمل آورند».

این حرف ها را سپهر تری مطرح می کند، مدیرمسئول مانامه «بازینامه» بعنوان یکی از معدود رسانه های تخصصی در حوزه بازی های دیجیتال که تا حدودی خلا برداشتن به این جنس محصولات فرهنگی را در فضای رسانه های مکتوب بر کرده است.

□ تبلیغ بازی ایرانی یا «پوستر»؟  
در نمود تبلیغات و با توجه به بر زمین ماندن مصوبات شورای عالی فضای مجازی، فکر می کنید در حال حاضر توزیع کنندگان بازی های رایانه ای چه شرایطی را تجربه می کنند؟

«تا همین چند سال پیش بالغ بر ۱۰ شرکت توزیع در حوزه بازی های رایانه ای فعال بود که از آن ها امروز حدود ۳ یا ۴ شرکت هنوز پا بر جا است». این درد دل مدیر شرکت «هن آوران نوین» رسانه پارسیان (نیونک) از وضعیت بازار توزیع بازی های رایانه ای ایرانی است. شرکتی که همین ماه گذشته در گزاره برگ منتشر شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان شرکت برتر توزیع کننده بازی های رایانه ای غیرمبایلی معرفی شده بود صادق باری در تشریح این وضعیت به خبرنگار مهر می گوید: بازی های رایانه ای در ایران حمایت می شود اما این حمایت چشم گیر نیست. به خصوص که بازی های رایانه ای ایرانی به شدت نیاز به تبلیغ دارند. این فعال عرصه توزیع بازی های رایانه ای درباره جنس غالب تبلیغات در این بازار می گوید ما تنها از پوستر برای تبلیغ استفاده می کنیم و هیچ کاتال دیگری برای تبلیغ محصولات خود نداریم. مسیر تلویزیون که بسیار طولانی و گران است، برای استفاده از بیلبورد هم باید هزینه

بسیار زیادی کنیم. یاری البته به ظرفیت رایگان تبلیغ در شبکه های اجتماعی و فضای مجازی هم اشاره می کند و در پاسخ به اینکه مگر بازی های خارجی به واسطه تبلیغ بازار ایران را فیه کرده اند که بازی ایرانی برای روبرویی با آن نیازمند تبلیغ باشد می گوید: گاهی تبلیغات بازی ها به صورت دهان به دهان اتفاق می افتد و این جنس تبلیغ بر روی یک بازی جهانی مانند کلس او کلنز بسیار گسترده است و جواب هم می دهد. وی ادامه می دهد: نفس پرداخت مکرر رسانه ها به این قبیل بازی ها هم به نوعی حکم تبلیغ را پیدا می کند و در این زمینه هم برای بازی های ایرانی شاهد خلا هستیم. یاری به عنوان پیشنهاد برای تغییر این شرایط می گوید: طبیعتاً دولت باید از بنیاد ملی بازی ها حمایت کند و بنیاد هم به تبع از همه فعالان حوزه بازی ها حمایت کند. واقعیت این است که در حال حاضر از بازی سازان حمایت می شود اما از ناشران بازی ها هیچ حمایتی نمی شود. ناشرین در این شرایط دارند از بین می روند.

□ مسئول موردنظر پاسخگو نمی باشد

آنچه تا به اینجا مرور شد شرح و توصیفی از یک غفلت فراگیر بود. غفلت از ظرفیت تبلیغ برای معرفی و عرضه موثر بازی های رایانه ای در بازار داخلی، طبیعتاً است که برای یافتن پاسخ چرایی این وضعیت، سراغ مسئولان مرتبط هم رفتیم. از بنیاد ملی بازی های رایانه ای گرفته تا زیرمجموعه های مرتبط در سازمان صداوسیما. بعد از انتظار یک هفته ای برای تکمیل این گزارش از هیچ یک از این بخش ها پاسخ در خوری دریافت نشد. به خصوص سازمان صداوسیما به عنوان اصلی ترین ظرفیت برای رفع این خلا که جای خالی بازی های رایانه ای در کنفکتور برنامه های شبکه های مختلف آن بسیار مشهود است اما در تملی های مکرر با بخش های مختلف سازمان، صراحتاً اعلام شد که درباره جای خالی بازی های رایانه ای در پاکس «آگهی های بازگانی سیما» تمایلی به پاسخگویی ندارند! فعلاً آنچه می توان به عنوان نگاه رسمی به آن استناد کرد همان سیاست های کلی برنامه ملی بازی های رایانه ای است که از سوی شورای عالی فضای مجازی مصوب و ابلاغ شده اما همین قانون هم روی زمین مانده است!

بازی سازان در دومین دوره مسابقات IMGA خاورمیانه ثبت نام کنند

## امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه

- کیفیت گیم پلی
- کیفیت روایت داستان
- کیفیت تئوری
- کیفیت طراحی
- بهترین دستبورد فنی
- بهترین بازی چند نفره



مسابقات بین المللی بازی های موبایل (International Mobile Game Awards) به اختصار (IMGA) امسال برای دومین بار مسابقات خود را در منطقه MENA (خاورمیانه و شمال آفریقا) برگزار می کند.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، این دوره مسابقات از سال ۱۳۸۲ آغاز شده و قدیمی ترین دوره مسابقات جهانی بازی های موبایل است. از سال پیش یعنی سال ۱۳۹۵ این دوره مسابقات که به صورت مسالته با شرکت چندین شرکت و استودیوی بازی سازی و پلتفرم موبایل برگزار می شود به کشور چین، کشورهای آسیای جنوب شرقی و کشورهای منطقه MENA نیز امتداد و برپا شدن هر دوره از مسابقات برگزار شده در این مناطق در مسابقه بین المللی برگزار شده در سال فرستاده می شود.

از ۱ خردادماه سال جاری، زمان ارسال آثار و بازی های ایرانی شرکت در دومین دوره مسابقات IMGA در منطقه MENA آغاز شده و تا ۳۱ مرداد ماه نیز ادامه دارد. نامزدها و بازی های انتخاب شده از میان تمامی آثار رسالی در تاریخ ۱۷ مهر اعلام می شوند و دوره دوم مسابقات نیز در تاریخ ۱۹ آبان در کشور عمان برگزار می شود که بازی های ارسالی توسط هیات داوران مجرب IMGA قضاوت خواهند شد. در دوره پیشین IMGA اولین دوره ی برگزار شده ی آن در MENA، ۱۰۰ بازی برای قضاوت ارسال شدند که ۴۴ نامزد از میان ۲۲ نامزد برگزیده شدند.

معیارهایی که بازی های نامزد شده در مسابقات براساس آن قضاوت می شوند عبارتند از:

بازی های منتشر شده و منتشر نشده می توانند در مسابقه شرکت کنند. بازی های منتشر شده می بایست دارای یک آپکون، توضیحات در باره بازی، ویدئویی از گیم پلی، لینک صفحه ی بازی در یکساز گتهایی چون گوگل پلی یا اپ استور و کدهای دسترسی به بازی باشند. در صورتی که بازی رایگان باشند بازی های منتشر نشده نیز می بایست تمامی موارد ذکر شده برای بازی های منتشر شده را دارا باشند به جز اینکه چون بازی منتشر نشده است.

می بایست ۲۰ عدد کد، دو یا دسترسی به بازی نیز توسط سازنده از سال شود که روی پلتفرم های آندروید، iOS و ویندوز و HTML5 قابل اجرا باشند.

با توجه به این که در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا کشورمان ایران بیشترین و فعال ترین بازی سازان موبایلی را دارا است، پیش بینی می شود با حضور فعال و پر تعداد بازی های ایرانی در این مسابقه شناسایی مقام توسط بازی سازان ایرانی بسیار بالا باشد.

بازی سازان جهت ثبت بازی خود در این رقابت می توانند از طریق این صفحه اقدام کنند.



International Quran News Agency

## راهنمای دریافت مجوز فروشگاه مجازی یا الکترونیکی بازی های رایانه ای اعلام شد (۱۳۹۵-۰۹-۰۹ تا ۱۳۹۵-۰۹-۰۹)

گروه شبکه های اجتماعی: فروشگاه های مجازی یا الکترونیکی بازی های رایانه ای، می توانند از بنیاد ملی بازی های رایانه ای مجوز فعالیت فروشگاه را کسب کنند؛ مخاطبان این مجوز می توانند براساس این راهنمایی جهت دریافت مجوز اقدام کنند.

به گزارش خبرگزاری بین المللی قرآن (ایکنا)، فروشگاه های مجازی یا الکترونیکی بازی های رایانه ای برای دریافت مجوز فروشگاه آنلاین بازی، می بایست به سامانه [ebazi.org](http://ebazi.org) مراجعه کنند. در منوی بالای صفحه، گزینه داندود را کلیک کرده و در صفحه باز شده فرم های مربوط به فروشگاه را داندود کنند. برای دریافت مجوز فروشگاه آنلاین بازی سه فرم را بایستی به دقت پر کنند. دو فایل ضوابط صدور مجوز و مدارک مورد نیاز را نیز می توانند جهت راهنمایی های بیش تر در این بخش دریافت کنند.

مراحل صدور مجوز تأسیس، راه اندازی و فعالیت فروشگاه الکترونیکی یا مجازی بازی های رایانه ای عبارت از: دریافت مستندات متقاضی از جمله مدارک مورد نیاز برای احراز صلاحیت های متقاضی و طرح جامع عملیاتی تأسیس و راه اندازی فروشگاه الکترونیکی یا مجازی برای صدور یا تمدید مجوز؛ دریافت و بررسی گزارشات ثبت دامنه فروشگاه مجازی بازی های رایانه ای در مرکز رسانه های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ بررسی صلاحیت های متقاضی در معاونت نظارت و ارزشیابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای و صدور یا تمدید مجوز تأسیس و راه اندازی و فعالیت برای متقاضی دارای صلاحیت است. تمامی ضوابط و مقررات و نکات لازم توجه در پنج فصل در فایل یا فرم ضوابط صدور مجوز درج شده که هر فصل دارای چند ماده بوده و شامل مواردی چون وظایف و اختیارات نهاد معاونت نظارت بر تأسیس و فعالیت فروشگاه های مجازی بازی، مشخصات فردی لازم برای کسب مجوز و صلاحیت، نحوه صدور مجوز فروشگاه آنلاین بازی و دیگر موارد می شود.

بعد از فرم ضوابط صدور مجوز، فرم تمامی مدارک مورد نیاز و مشخصات فردی شخص دارای صلاحیت در میان فرم ها قرار دارد که شما را از تمامی مدارک و شرایط لازم برای کسب مجوز مطلع می سازد و مطالعه این فرم نیز برای تکمیل مدارک و پر کردن سه فرم دیگر ضروری است.

اولین فرمی که می بایست پر شود، فرم تعهدنامه محضری است. این فرم جهت دریافت مشخصات فردی شما چون نام و نام خانوادگی، شماره شناسنامه و محل صدور آن و دیگر مواردی چون مشخصات سایت یا تارنمای فروشگاه شما است. با پر کردن این فرم، شما متعهد می شوید که بازی های مجاز را تهیه کرده و به فروش برسانید و قوانین جاری کشور در خصوص حقوق مالکیت مادی و معنوی تمامی بازی های رایانه ای را رعایت کنید. در انتهای فرم تعهدنامه محضری، شما می بایست محل مشخص شده را امضا کنید و درخواست گواهی امضا را نیز پر کنید و به صورت حضوری به دفتر ثبت اسناد رسمی رجوع کنید تا درخواست گواهی امضا شما نیز تأیید شود. با امضای تعهدنامه محضری، رسماً متعهد می شوید که از تمامی دستورالعمل ها و شیوه نامه صادره بنیاد ملی بازی های رایانه ای آگاه هستید و موضوعات شان را در فروش بازی ها اعمال می کنید.

در ادامه فرم شماره یک برای ثبت نام، مشخصات و اطلاعات مسئولین یا فروشندگان فروشگاه است و مدیر مسوول فروشگاه نیز باید مشخص شده باشد تا مشخصات وی در این فرم ثبت شود. فرد تکمیل کننده این فرم باید از طرح جامع تأسیس فروشگاه نیز مطلع باشد که در فرم با عنوان «طرح جامع عملیاتی تأسیس و راه اندازی فروشگاه الکترونیکی» آمده است.

فرم شماره ی دو، آخرین فرمی است که باید توسط متقاضی تکمیل شود. این فرم از متقاضی مشخصات کامل فردی وی (چه مدیر (اندامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) مسئول و چه عضو هیئت مؤسس را طلب می کند که از دیگر موارد بیشتری برای تعیین مشخصات فرد تهیه شده و فرد تکمیل کننده باید اطلاعاتی چون وضعیت نظام وظیفه خود و شغل فعلی و شغل قبلی خود را در فرم درج کند. علاوه بر مشخصات فردی، خلاصه سوابق شغلی، خلاصه فعالیت های فرهنگی و هنری، محصولات یا تولیدات فرهنگی و هنری، تخصص ها و مهارت ها و فعالیت های اجتماعی فرد نیز باید در فرم شماره دو درج شوند. آخرین بخش موجود در این فرم، بخش توضیحات اضافه است که در صورت نیاز باید تکمیل شود.

متقاضیان در صورت داشتن هرگونه سوال یا پیگیری روند صدور مجوز، می توانند با پست الکترونیکی [Nezarat@ebazi.org](mailto:Nezarat@ebazi.org) مکاتبه کرده و یا با شماره ۸۸۳۱۰۲۲۲ داخلی ۲۲۱ تماس بگیرند.



## اخبار رسمی

### تپسل حامی رسمی نخستین رویداد بین المللی صنعت بازی سازی ایران (۱۳۹۶-۹۵/۱۰/۲۶)

تپسل به عنوان هوشمندترین بستر تبلیغات دیجیتال در ایران، حامی رسمی اولین رویداد بین المللی صنعت بازی سازی ایران (tgc) بود.

به گزارش روابط عمومی تپسل، TGC (Tehran Game Convention) با همکاری بنیاد ملی بازی های رایانه ای و GameConnection فرانسه به عنوان نخستین رویداد تجاری (B2B) بین المللی صنعت بازی سازی ایران برگزار شد.

این نمایشگاه ۱۵ و ۱۶ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صداوسیما برگزار بود. هدف اصلی این رویداد، برقراری ارتباط میان فعالان صنعت بازی سازی ایران با سرمایه گذاران و ناشران بین المللی و ایجاد فرصت ورود بازی سازان ایرانی به بازارهای جهانی بود.

تپسل با در اختیار داشتن شبکه گسترده ای از رسانه های دیجیتال و ارائه انواع تبلیغات مختلف روی این رسانه ها نیازهای تبلیغات دیجیتال مشتریان خود را برآورده می کند. هم چنین تپسل با ارائه هوشمند تبلیغات، جریان درآمدی پایداری را بدون آسیب رساندن به تجربه ی کاربری برای ناشران تبلیغات فراهم می کند. مزیت اصلی تپسل استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی برای شناخت کاربران و ارائه تبلیغات مناسب به آن هاست.

TGC فرصت خوبی برای تپسل بود که از ویژگی ها و خدمات جدیدش رونمایی کند. تپسل با شعار "Smart advertise, Smart Monetize" در این رویداد حضور پیدا کرد و کمپینی با نام Smartize به ناشران خود ارائه کرد. در این کمپین، ضمن معرفی خدمات جدید تپسل (مثل اضافه شدن تبلیغات هم نما، Native، امکان نمایش تبلیغات در بستر iOS، ارائه کمپین های جامع دیجیتال، افزوده شدن امکان پشتیبانی فنی آن لاین و ...) طرح های حمایتی برای بازی سازان و ناشران تبلیغات دیده شده است. بکتوری نیز به عنوان ارائه دهنده خدمات ابری به ناشران بازی و اپلیکیشن های موبایل در ایران در این کمپین در کنار تپسل قرار گرفت تا با ارائه بسته های پیشنهادی ویژه ای، توسعه دهندگان را از اولین لحظه تولید اپلیکیشن همراهی کند.

تپسل هم چنین با هدف افزایش سطح آگاهی عمومی از تبلیغات دیجیتال، از محصول جدید خود، کالج تپسل، در TGC رونمایی کرد و امکان یادگیری مدون دیجیتال مارکتینگ به صورت رایگان را فراهم کرده است.

تپسل به همکاری با برترین اپلیکیشن های ایرانی مفتخر است و حضور بیش از ۱۷ ناشر تپسل در TGC، استفاده از نشان تپسل در این غرفه ها و پذیرایی با اسمارتیز، باعث حضور پررنگ تر این شبکه ی تبلیغاتی شده بود و شرکت کنندگان داخلی و خارجی را کنجکاو و مشتاق به آشنایی با تپسل کرده بود.

در روز اول این رویداد، سبحان قروغی مدیرعامل تپسل در نشست «چالش های یک ناشر بازی در حوزه ی جذب مخاطب و بازاریابی» اظهار داشت: ما در تپسل از بازی سازان مستقل حمایت می کنیم و تلاش داریم هزینه های زیرساختی و تبلیغاتی آن ها را کاهش دهیم.

او هم چنین گفت: برای حل چالش جذب کاربر که بازی سازان با آن مواجه هستند، تنها استفاده از روش هایی که مورد استفاده بازی های مشابه و رقیب است، کافی نیست. باید روش های خلاقانه ی دیگری هم به کار برد. علاوه بر این روش ها، شبکه های تبلیغاتی هم می توانند در این زمینه به کمک بازی سازان بیایند. ما تجربه ی گرفتن صدهزار نصب فعال را در یک روز داریم.

روز دوم، جواد عابدی از بکتوری در نشستی با موضوع «چرا و چگونه یک بازی چندنفره بسازیم؟» حضور پیدا کرد که در آن با تحلیل فضای بازی ها در ایران و جهان، پتانسیل صنعت بازی سازی در ایران را مورد ارزیابی قرار داد و به راه حل هایی با استفاده از پلتفرم های ابری برای پیاده سازی این بازی ها پرداخت.

محمود واعظی (وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات)، رضا صالحی امیری (وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی) و حسن کریمي قدوسی (رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای) در TGC از غرفه ی تپسل در این نمایشگاه بازدید کردند.

وزیر ارتباطات در بازدید از غرفه تپسل گفت: جای این کاری که شما می کنید (ایجاد درآمد مستقل برای بازی سازان) در سایر بخش ها خالی است. از دیگر مهمانان غرفه تپسل در این نمایشگاه می توان به پیر کارد مدیر ارشد GameConnection فرانسه و آقای حیدری، رئیس سازمان سینمایی اشاره کرد.

## حضور ۲۳۰۰ نفری فعالان صنعت بازی، رویدادی باشکوه را رقم زد (۱۳۹۵-۱۲/۰۶/۲۳)

بیانیه مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در مراسم اختتامیه تی جی سی:

حضور ۲۳۰۰ نفری فعالان صنعت بازی، رویدادی باشکوه را رقم زد

حسن کریمی قدوسی بیانیه و سخنرانی خود را در آیین اختتامیه رویداد ۲۰۱۷ TGC بدین صورت آغاز کرد: بالاخره تمام شد! این اولین قدم بازی سازان داخلی برای جهانی شدن بود. ما هیچ وقت فکر نمی کردیم که سال گذشته که تصمیم گرفتیم این رویداد را برگزار کنیم، در طول این یک سال این همه پستی و بلندی ها را تجربه کنیم. اما با حضور ۲۳۰۰ نفری شما در رویداد این خستگی از بدن ما بیرون رفت و رویدادی باشکوه رقم خورد.

تقریباً می توان گفت تمام بازی سازان کشور وارد این همایش شدند. این نوید خوبی است چرا که نشان می دهد ما کارمان را درست انجام داده ایم. در این همایش بازی سازان ما متوجه شدند که بازار بازی کاملاً رقابتی است و این که کیفیت حرف اول را می زند. فارغ از کشور سازنده، ناشرین و خریداران به دنبال بازی های با کیفیت هستند. اتفاقی که در این دو روز رخ داد، کسب تجربه توسط بازی سازان داخلی ما و تلاش برای صادرات بازی به بازار جهانی بود. با وجود سیاست های خصمانه ی دولت جدید آمریکا که در قبال ایران دنبال می کند، موج حمایتی خوبی در میان بازی سازان سراسر دنیا در راستای مقابله با این سیاست ها شکل گرفت.

در کنار این کنفرانس ها و فضای نمایشگاهی، جایزه بازی های صادرات محور را نیز بخشی از این رویداد قرار دادیم. اسامی افتخار می کنیم که با پاری بیش از ۲۰ ناشر خارجی این بازی ها انتخاب شده اند. شاید خیلی از شما متعجب کنید بازی هایی که ناشرین و خریداران بین المللی انتخاب کرده اند، بازی هایی هستند که کاملاً منطبق با محتوا و فرهنگ داخلی کشور تولید شده اند.

این پیام خیلی مهمی برای بازی سازان داخلی ما است. بازی سازان باید به دنبال داستان، فرهنگ و شخصیت های داخلی و بومی خودمان بروند. فرهنگ ما در عرصه بازی هنوز به دنیا صادر نشده و انتخاب این داوران بین المللی نشان می دهد که جهان آمادگی پذیرفتن آثار و بازی هایی با فرهنگ ایرانی را دارد. با بسیاری از شرکت کنندگان خارجی در این دو روز صحبت کردم و یکی از مسائلی که آن ها ذکر می کردند، عمق فرهنگ اصلی است که ما در کشورمان داریم. این مسئله جذاب ترین مسئله برای آن ها بود.

ما به ازای هر استان، فرهنگ مختص به خودش را داریم. تاکنون کمتر پیش آمده که بازی سازان به سراغ این فرهنگ ها بروند. پیامی که ناشران خارجی با انتخاب خودشان دادند، این بود که بازی سازان ما نباید فکر کنند تنها با کپی کردن و الگو گرفتن از بازی های خارجی می توانند موفق شوند. یا حتماً باید بازی های بزرگ بسازند. این ایده های برتر و جدید است که منجر به موفقیت بازی می شود.

تیم برگزاری تی جی سی در طول یک سال گذشته، تمام تلاش خود را کرد تا با کیفیت ترین نمایشگاه ممکن و همایش را در اختیار بازی سازان قرار دهد. همکاری با گیم کانکشن فرانسه که تیر ماه گذشته شروع شد، خلا ما را در اعتماد در جامعه جهانی پر کرد. این شرکت گاهی بعضی بیشتر از ما برای برگزاری این رویداد روحیه داشت. وقتی که چند ماه گذشته مجبور شدیم تاریخ برگزاری را عوض کنیم، ما در مورد مسائلی که ممکن است اتفاق بیفتد خیلی نگران بودیم. اما این مجموعه گیم کانکشن بود که به ما روحیه دادند و حتی ایده های جدیدی برای برگزاری TGC ارائه کردند. امروز که در خدمت مهمانان عزیزمان هستیم که به ایران آمده اند، مدیون تلاش های مجموعه گیم کانکشن هستیم.

در پایان تشکر ویژه ای دارم از تمام بازی سازان و فعالان این حوزه که باعث شد ما بتوانیم این رویداد را باشکوه برگزار کنیم. تشکر می کنم از تمام مهمانان بین المللی رویداد که با تمام فضا سازی های منفی که در رسانه های غربی علیه کشورمان جریان دارد به ایران آمدند تا ببینند که ایران یکی از امن ترین کشورهای منطقه برای زندگی و سرمایه گذاری است.

در نهایت از تیم برگزاری این رویداد و مجموعه گیم کانکشن که چنین رویداد باشکوهی را به ثمر رساندند تشکر ویژه ای می کنم.



## امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاور میانه (۱۳۹۵-۱۲/۰۶/۲۸)

مسابقات بین المللی بازی های موبایل (International Mobile Game Awards) به اختصار (IMGA) اسامی دومین بار مسابقات خود را در منطقه ی MENA (خاورمیانه و شمال آفریقا) برگزار می کند.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، این دوره مسابقات از سال ۱۳۸۴ آغاز شده و قدیمی ترین دوره مسابقات جهانی بازی های موبایل است. از سال پیش یعنی سال ۱۳۹۵ این دوره مسابقات که به صورت سالانه با شرکت صدها شرکت و استودیوی بازی سازی پلتفرم موبایل برگزار می شود؛ به کشور چین، کشورهای آسیای جنوب شرقی و کشورهای منطقه ی MENA نیز آمد و برندگان هر دوره از مسابقات برگزار شده در این مناطق، در مسابقه ی بین المللی برگزار شده در سان فرانسیسکو نیز شرکت داده می شوند.

از ۱ خردادماه سال جاری، زمان ارسال آثار و بازی ها برای شرکت در دومین دوره ی مسابقات IMGA در منطقه ی MENA آغاز شده و تا ۳۱ مرداد ماه نیز ادامه دارد. نامزد ها و بازی های انتخاب شده از میان تمامی آثار ارسالی در تاریخ ۱۷ مهر اعلام می شوند و دوره ی دوم مسابقات نیز در تاریخ ۱۹ آبان در کشور عمان برگزار می شود که بازی های ارسالی توسط هیات داوران مجرب IMGA قضاوت خواهند شد.

در دوره ی پیشین IMGA و اولین دوره ی برگزار شده ی آن در ۱۰۰ MENA بازی برای قضاوت ارسال شدند که ۸ برنده از میان ۴۳ نامزد برگزیده شدند. معیار هایی که بازی های نامزد شده در مسابقات براساس آنان قضاوت می شوند عبارتند از: کیفیت گیم پلی (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) کیفیت روایت داستان

کیفیت نوآوری

کیفیت طراحی

بهترین دستاورد فنی

بهترین بازی چندنفره

بازی های منتشر شده و منتشر نشده می توانند در مسابقه شرکت کنند. بازی های منتشر شده می بایست دارای یک آیکون، توضیحات درباره ی بازی، ویدیویی از گیم پلی، لینک صفحه ی بازی در یک مارکت هایی چون گوگل پلی یا اپ استور و کدهای دسترسی به بازی باشند (در صورتی که بازی رایگان نباشد). بازی های منتشر نشده نیز می بایست تمامی موارد ذکر شده برای بازی های منتشر شده را دارا باشند به جز اینکه چون بازی منتشر نشده است، می بایست ۲۰ عدد کد، دمو یا دسترسی به بازی نیز توسط سازنده ارسال شود که روی پلتفرم های اندروید، iOS و ویندوز و HTML۵ قابل اجرا باشد. با توجه به این که در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، کشورمان ایران بیشترین و فعالترین بازی سازان موبایلی را داراست، پیش بینی می شود با حضور فعال و پر تعداد بازی های ایرانی در این مسابقه شانس کسب مقام توسط بازی سازان ایرانی بسیار بالا باشد.

بازی سازان جهت ثبت بازی خود در این رقابت می توانند از طریق این صفحه اقدام کنند.



ایستادگی

## بازی سازان در دومین دوره مسابقات IMGA خاورمیانه ثبت نام کنند؛ امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه (۱۱/۵۱-۹۶/۰۹/۲۸)

مسابقات بین المللی بازی های موبایل (International Mobile Game Awards به اختصار IMGA) امسال برای دومین بار مسابقات خود را در منطقه ی MENA (خاورمیانه و شمال آفریقا) برگزار می کند.

به گزارش ایران اکتونومست به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ این دوره مسابقات از سال ۱۳۸۴ آغاز شده و قدیمی ترین دوره مسابقات جهانی بازی های موبایل است. از سال پیش یعنی سال ۱۳۹۵ این دوره مسابقات که به صورت سالانه با شرکت صدها شرکت و استودیوی بازی سازی پلتفرم موبایل برگزار می شود؛ به کشور چین، کشورهای آسیای جنوب شرقی و کشورهای منطقه ی MENA نیز آمد و برندگان هر دوره از مسابقات برگزار شده در این مناطق، در مسابقه ی بین المللی برگزار شده در سان فرانسیسکو نیز شرکت داده می شوند.

از ۱ خردادماه سال جاری، زمان ارسال آثار و بازی ها برای شرکت در دومین دوره ی مسابقات IMGA در منطقه ی MENA آغاز شده و تا ۳۱ مرداد ماه نیز ادامه دارد. نامزد ها و بازی های انتخاب شده از میان تمامی آثار ارسالی در تاریخ ۱۷ مهر اعلام می شوند و دوره ی دوم مسابقات نیز در تاریخ ۱۹ آبان در کشور عمان برگزار می شود که بازی های ارسالی توسط هیات داوران مجرب IMGA قضاوت خواهند شد.

در دوره ی پیشین IMGA و اولین دوره ی برگزار شده ی آن در MENA، بازی برای قضاوت ارسال شدند که ۸ برنده از میان ۴۳ نامزد برگزیده شدند. معیار هایی که بازی های نامزد شده در مسابقات بر اساس آنان قضاوت می شوند، کیفیت گیم پلی، کیفیت روایت داستان، کیفیت نوآوری، کیفیت طراحی، بهترین دستاورد فنی و بهترین بازی چند نفره هستند.

بازی های منتشر شده و منتشر نشده می توانند در مسابقه شرکت کنند. بازی های منتشر شده می بایست دارای یک آیکون، توضیحات درباره ی بازی، ویدیویی از گیم پلی، لینک صفحه ی بازی در یک مارکت هایی چون گوگل پلی یا اپ استور و کدهای دسترسی به بازی باشند (در صورتی که بازی رایگان نباشد).

بازی های منتشر نشده نیز می بایست تمامی موارد ذکر شده برای بازی های منتشر شده را دارا باشند به جز اینکه چون بازی منتشر نشده است، می بایست ۲۰ عدد کد، دمو یا دسترسی به بازی نیز توسط سازنده ارسال شود که روی پلتفرم های اندروید، iOS و ویندوز و HTML۵ قابل اجرا باشد.

با توجه به این که در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، کشورمان ایران بیشترین و فعالترین بازی سازان موبایلی را داراست، پیش بینی می شود با حضور فعال و پر تعداد بازی های ایرانی در این مسابقه شانس کسب مقام توسط بازی سازان ایرانی بسیار بالا باشد.



## بازی سازان در دومین دوره مسابقات IMGA خاورمیانه ثبت نام کنند امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

مسابقات بین المللی بازی های موبایل «اینترنتشال موبایل گیم اواردز» (IMGA) امسال برای دومین بار مسابقات خود را در منطقه MENA (خاورمیانه و شمال آفریقا) برگزار می کند.

به گزارش گروه علم و فناوری آنا به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، این دوره مسابقات از سال ۱۳۸۴ آغاز شده و قدیمی ترین دوره مسابقات جهانی بازی های موبایل است. از سال پیش یعنی سال ۱۳۹۵ این دوره مسابقات که به صورت سالانه با شرکت صدها شرکت و استودیوی بازی سازی پلات فرم موبایل برگزار می شود؛ به کشور چین، کشورهای آسیای جنوب شرقی و کشورهای منطقه MENA نیز آمد و برندگان هر دوره از مسابقات برگزار شده در این مناطق، در مسابقه بین المللی برگزار شده در سان فرانسیسکو نیز شرکت داده می شوند.

از یکم خردادماه سال جاری، زمان ارسال آثار و بازی ها برای شرکت در دومین دوره مسابقات IMGA در منطقه MENA آغاز شده و تا ۳۱ مرداد ماه نیز ادامه دارد. نامزد ها و بازی های انتخاب شده از میان تمامی آثار ارسالی در تاریخ ۱۷ مهر اعلام می شوند و دوره دوم مسابقات نیز در تاریخ ۱۹ آبان در کشور عمان برگزار می شود که بازی های ارسالی توسط هیات داوران مجرب IMGA قضاوت خواهند شد.

در دوره پیشین IMGA اولین دوره برگزار شده آن در MENA بازی برای قضاوت ارسال شدند که هشت برنده از میان ۴۳ نامزد برگزیده شدند. معیار هایی که بازی های نامزد شده در مسابقات براساس آنان قضاوت می شوند عبارتند از:

کیفیت گیم پلی کیفیت روایت داستان کیفیت نوآوری کیفیت طراحی بهترین دستاورد فنی بهترین بازی چند نفره بازی های منتشر شده و منتشر نشده می توانند در مسابقه شرکت کنند. بازی های منتشر شده باید دارای یک آیکون، توضیحات درباره بازی، ویدیویی از گیم پلی، لینک صفحه بازی در یک مارکت هایی چون گوگل پلی یا اپ استور و کدهای دسترسی به بازی باشند (در صورتی که بازی رایگان نباشد). بازی های منتشر نشده نیز می بایست تمامی موارد ذکر شده برای بازی های منتشر شده را دارا باشند به جز اینکه چون بازی منتشر نشده است، باید ۲۰ عدد کد دمو یا دسترسی به بازی نیز توسط سازنده ارسال شود که روی پلتفرم های اندروید، iOS و ویندوز و HTML5 قابل اجرا باشد.

با توجه به اینکه در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، کشورمان ایران بیش ترین و فعال ترین بازی سازان موبایلی را داراست، پیش بینی می شود با حضور فعال و پر تعداد بازی های ایرانی در این مسابقه شانس کسب مقام توسط بازی سازان ایرانی بسیار بالا باشد.

بازی سازان جهت ثبت بازی خود در این رقابت می توانند از طریق این صفحه اقدام کنند.



## بازی سازان در دومین دوره مسابقات IMGA خاورمیانه ثبت نام کنند (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

مسابقات بین المللی بازی های موبایل (International Mobile Game Awards به اختصار IMGA) امسال برای دومین بار رقابت های خود را در منطقه MENA (خاورمیانه و شمال آفریقا) برگزار می کند.

به گزارش شبکه خبری ICTPRESS به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، این دوره مسابقات از سال ۱۳۸۴ آغاز شده و قدیمی ترین دوره مسابقات جهانی بازی های موبایل است.

از سال گذشته یعنی سال ۱۳۹۵ این دوره مسابقات که به صورت سالانه با شرکت صدها شرکت و استودیوی بازی سازی پلتفرم موبایل برگزار می شود؛ به کشور چین، کشورهای آسیای جنوب شرقی و کشورهای منطقه MENA نیز آمد و برندگان هر دوره از مسابقات برگزار شده در این مناطق، در مسابقه بین المللی برگزار شده در سان فرانسیسکو نیز شرکت داده می شوند.

از اول خردادماه سال جاری، زمان ارسال آثار و بازی ها برای شرکت در دومین دوره ی مسابقات IMGA در منطقه ی MENA آغاز شده و تا ۳۱ مرداد ماه نیز ادامه دارد. نامزد ها و بازی های انتخاب شده از میان تمامی آثار ارسالی در تاریخ ۱۷ مهر اعلام می شوند و دوره ی دوم مسابقات نیز در تاریخ ۱۹ آبان در کشور عمان برگزار می شود که بازی های ارسالی توسط هیات داوران مجرب IMGA قضاوت خواهند شد.

در دوره پیشین IMGA اولین دوره ی برگزار شده ی آن در MENA بازی برای قضاوت ارسال شدند که ۸ برنده از میان ۴۳ نامزد برگزیده شدند. معیار هایی که بازی های نامزد شده در مسابقات براساس آنان قضاوت می شوند عبارتند از:

- کیفیت گیم پلی
- کیفیت روایت داستان
- کیفیت نوآوری
- کیفیت طراحی
- بهترین دستاورد فنی
- بهترین بازی چند نفره (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازی های منتشر شده و منتشر نشده می توانند در مسابقه شرکت کنند. بازی های منتشر شده می بایست دارای یک آپکون، توضیحات درباره ی بازی، ویدیویی از گیم پلی، لینک صفحه بازی در یک مارکت هایی چون گوگل پلی یا اپ استور و کدهای دسترسی به بازی باشند (در صورتی که بازی رایگان نباشد). بازی های منتشر نشده نیز باید همه موارد ذکر شده برای بازی های منتشر شده را دارا باشند به جز اینکه چون بازی منتشر نشده است، باید ۲۰ عدد کد دمو یا دسترسی به بازی نیز توسط سازنده ارسال شود که روی پلتفرم های اندروید، iOS، ویندوز و HTML5 قابل اجرا باشد. با توجه به این که در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، کشورمان ایران بیشترین و فعالترین بازی سازان موبایلی را داراست، پیش بینی می شود با حضور فعال و پر تعداد بازی های ایرانی در این مسابقه شانس کسب مقام توسط بازی سازان ایرانی بسیار بالا باشد. بازی سازان جهت ثبت بازی خود در این رقابت می توانند از طریق این صفحه اقدام کنند.



## نمایشگاه بین المللی بازی تهران شروع به کار کرد اولین مانیتور خمیده گیمینگ جهان در نخستین نمایشگاه صنعت بازی تهران (۱۳۹۵-۹۶/۹/۲۸)

جامع خبر (جامع نیوز): نخستین دوره نمایشگاه و همایش های صنعت بازی تهران در روزهای پنج شنبه ۱۵ و جمعه ۱۶ تیرماه در سالن همایش های صداوسیما آغاز به کار کرد. در این رویداد که به مدت دو روز و با همکاری مشترک بنیاد ملی بازی های رایانه ای و مجموعه گیم کانکشن (Game Connection) فرانسه برگزار شد، آخرین راهکارهای پیشرفت و مطرح شدن هر چه بیشتر بازی های ایرانی در سطح جهان مورد بررسی قرار گرفت. به همین منظور و در حاشیه این نمایشگاه، کنفرانس ها و کلاس های تخصصی در زمینه طراحی، تجارت، مدیریت، تولید و ... با سخنرانی چهره های بین المللی صنعت بازی برگزار شد.

شرکت سامسونگ الکترونیکس نیز از جمله حامیان مالی نمایشگاه صنعت بازی تهران بود که با معرفی اولین مانیتور گیمینگ خمیده دنیا، پا به عرصه تولید محصولات مخصوص بازی گذاشت.

مانیتور CrvFGV۰ سامسونگ که در این نمایشگاه در معرض دید علاقه مندان قرار گرفت، با داشتن ویژگی هایی همچون زمان واکنش پذیری فوق سریع یک میلی ثانیه ای، نرخ بروزرسانی تصویر ۱۴۴ هرتزی، انحنای ۱۸۰۰ میلی متری پل و نسبت کنتراست ۳۰۰۰:۱ به مانیتوری مناسب برای اهالی بازی تبدیل شده است.

نمایش اولین ها

در کنار ایده های نوین، افزایش کیفیت گرافیک بازی اصلی ترین هدف تولید کنندگان و توسعه دهندگان بازی های کامپیوتری در سال های اخیر بوده است. انتقال این پیشرفت های گرافیکی به چشم بیننده نیازمند مانیتورهای

قدرت بالا و قابلیت هایی خاص است. مانیتور CrvFGV۰ با انحنای به شعاع ۱۸۰۰ میلی متر، تطابق زیادی با سطح کروی چشم انسان دارد و می تواند با پوشش عریض تر تصاویر، کاربر را در دنیای بازی غوطه ور کند.

پرش ها و لرزش های گاه و بیگاه تصاویر بازی یکی دیگر از اتفاقاتی است که می تواند ضمن برهم زدن تمرکز گیمرها و کاهش هیجان، مانع لذت کافی آنها از بازی مورد علاقه شان شود. برای ارزیابی قدرت مانیتورها در رفع چنین مشکلاتی، دو معیار زمان واکنش پذیری (response time) و نرخ بروزرسانی تصاویر (Refresh Rate) بیش تر از همه مطرح و شناخته شده هستند.

مانیتور گیمینگ سامسونگ با زمان واکنش پذیری فوق سریع یک میلی ثانیه ای، قدرتی بی نظیر در نمایش صحنه های پرتحرک بازی داشته و نرخ بروزرسانی ۱۴۴ هرتزی این مانیتور نیز باعث می شود حتی در پر هیجان ترین صحنه های بازی هم، کاربر هیچگونه وقفه ای را در تصویر مشاهده نکند. رنگ ها و چشم ها

در کنار تمامی ویژگی های سخت افزاری و توان پردازشی تصاویر، نمایش رنگ های طبیعی و غنی با کنتراستی بالا لذت بازی را برای گیمرها چند برابر می کند. مانیتور CrvFGV۰ سامسونگ از فناوری کوانتوم دات در پنل خود بهره می برد که ضمن تولید طیف رنگ های گسترده و متنوع، فاقد ماده کادمیوم است و از مواد دوستدار محیط زیست استفاده می کند.

پوشش ۱۲۵ درصدی طیف نوری sRGB و نسبت کنتراست ۳۰۰۰:۱ دو ویژگی دیگری هستند که کلکسیون CrvFGV۰ سامسونگ را در نمایش تصاویر چشم نواز کامل می کند.

برای محافظت از چشم ها به خصوص در هنگام شب، این مانیتور مجهز به حالت محافظ چشم Eye Saver Mode است تا ضمن کاهش خستگی چشم، تجربه دیداری راحت تری را برای کاربران فراهم کند. علاوه بر این ویژگی، تصویر بدون لرزش (Flicker Free) به کار گرفته شده تا لرزش های مزاحم در تصویر را به حداقل برساند.

طراحی داشبورد روی صفحه (UX OSD) و جاگذاری تنظیمات ضروری نمایشگر درون آن، اعمال تغییرات را تسهیل کرده است. با استفاده از این قسمت گیمرها می توانند به راحتی مواردی همچون زمان واکنش پذیری و نرخ نوسازی دستگاه را تغییر دهند. همچنین دکمه های میانبری برای تغییر تنظیمات بازی در جلو و پشت مانیتور طراحی شده است.

بدنه مانیتور هم به گونه ای طراحی شده که گیمرها به سادگی و با کمک بازوی لولایی، می توانند زاویه دید مانیتور را تغییر داده و در مواقع لازم هدفون خود را بر روی آن قرار دهند.

طراحی بهینه و گیرپسند CrvFGV۰ موجب شد تا در سال ۲۰۱۶ این مانیتور جایزه بهترین طراحی را از موسسه معتبر Good Design Award (ادامه



(ادامه خبر ... زاین دریافت کنند)

برترین محصولات حوزه بازی ایران در روز ۱۶ تیرماه در نمایشگاه و همایش بین المللی صنعت بازی تهران و در چهار حوزه بهترین بازی کامپیوتری، بهترین بازی موبایلی، بهترین بازی کامپیوتر از نظر خلاقیت و بهترین بازی موبایلی در حوزه خلاقیت معرفی شدند.

در این مراسم شرکت سامسونگ جوایزی را به برندگان این چهار بخش اهدا کرد. این برندگان همچنین کمک هزینه هایی به مبلغ ۵۰ و ۲۵ میلیون تومان از برگزار کنندگان این نمایشگاه دریافت کردند.

برندگان این نمایشگاه عبارت بودند از بازی Grandum Over Drive برای بهترین بازی کامپیوتری، بازی Run Dehghan Run برای بهترین بازی موبایل، بازی Live TV Tycoon برای بهترین خلاقیت بازی موبایلی و انگاره برای بهترین خلاقیت در بازی کامپیوتری.

این نمایشگاه نهایتاً با اهدای جوایز به برندگان و سخنرانی تعدادی از برگزار کنندگان و حامیان مالی نمایشگاه، از جمله نماینده شرکت سامسونگ به کار خود پایان داد.



## بازی سازان در دومین دوره مسابقات IMGA خاورمیانه ثبت نام کنند بازی سازان در دومین دوره مسابقات IMGA خاورمیانه ثبت نام کنند/امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاور میانه (۱۳۹۵-۱۳۹۶/۹۷-۹۸)

ایرانیان مسابقات بین المللی بازی های موبایل (International Mobile Game Awards) به اختصار (IMGA) امسال برای دومین بار مسابقات خود را در منطقه ی MENA (خاورمیانه و شمال آفریقا) برگزار می کنند.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، این دوره مسابقات از سال ۱۳۸۴ آغاز شده و قدیمی ترین دوره مسابقات جهانی بازی های موبایل است. از سال پیش یعنی سال ۱۳۹۵ این دوره مسابقات که به صورت سالانه با شرکت صدها شرکت و استودیوی بازی سازی پلتفرم موبایل برگزار می شود؛ به کشور چین، کشورهای آسیای جنوب شرقی و کشورهای منطقه ی MENA نیز آمد و برندگان هر دوره از مسابقات برگزار شده در این مناطق، در مسابقه ی بین المللی برگزار شده در سان فرانسیسکو نیز شرکت داده می شوند.

از ۱ خردادماه سال جاری، زمان ارسال آثار و بازی ها برای شرکت در دومین دوره ی مسابقات IMGA در منطقه ی MENA آغاز شده و تا ۳۱ مرداد ماه نیز ادامه دارد. نامزد ها و بازی های انتخاب شده از میان تمامی آثار ارسالی در تاریخ ۱۷ مهر اعلام می شوند و دوره ی دوم مسابقات نیز در تاریخ ۱۹ آبان در کشور عمان برگزار می شود که بازی های ارسالی توسط هیات داوران مجرب IMGA قضاوت خواهند شد.

در دوره ی پیشین IMGA و اولین دوره ی برگزار شده ی آن در ۱۰۰ MENA بازی برای قضاوت ارسال شدند که ۸ برنده از میان ۴۳ نامزد برگزیده شدند. معیار هایی که بازی های نامزد شده در مسابقات براساس آنان قضاوت می شوند عبارتند از:

- کیفیت گیم پلی
- کیفیت روایت داستان
- کیفیت نوآوری
- کیفیت طراحی
- بهترین دستاورد فنی
- بهترین بازی چندنفره

بازی های منتشر شده و منتشر نشده می توانند در مسابقه شرکت کنند. بازی های منتشر شده می بایست دارای یک آیکون، توضیحات درباره ی بازی، ویدیویی از گیم پلی، لینک صفحه ی بازی در یک مارکت هابی چون گوگل پلی یا اپ استور و کدهای دسترسی به بازی باشند (در صورتی که بازی رایگان نباشد). بازی های منتشر نشده نیز می بایست تمامی موارد ذکر شده برای بازی های منتشر شده را دارا باشند به جز اینکه چون بازی منتشر نشده است، می بایست ۲۰ عدد کد، دمو یا دسترسی به بازی نیز توسط سازنده ارسال شود که روی پلتفرم های اندروید، iOS، ویندوز و HTML5 قابل اجرا باشد.

با توجه به این که در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، کشورمان ایران بیشترین و فعالترین بازی سازان موبایلی را داراست، پیش بینی می شود با حضور فعال و پر تعداد بازی های ایرانی در این مسابقه شانس کسب مقام توسط بازی سازان ایرانی بسیار بالا باشد.

بازی سازان جهت ثبت بازی خود در این رقابت می توانند از طریق این صفحه اقدام کنند.

### امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین‌المللی بازی‌های موبایل خاورمیانه (۱۳۹۵-۱۳۹۶/۱۳۹۷)

مسابقات بین‌المللی بازی‌های موبایل (International Mobile Game Awards به اختصار IMGa) امسال برای دومین بار مسابقات خود را در منطقه ی MENA (خاورمیانه و شمال آفریقا) برگزار می‌کند. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، این دوره مسابقات از سال ۱۳۸۴ آغاز شده و قدیمی‌ترین دوره مسابقات جهانی بازی‌های موبایل است. از سال پیش یعنی سال ۱۳۹۵ این دوره مسابقات که به صورت سالانه با شرکت صدها شرکت و استودیوی بازی‌سازی پلتفرم موبایل برگزار می‌شود به کشور چین، کشورهای آسیای جنوب شرقی و کشورهای منطقه ی MENA نیز آمد و برندگان هر دوره از مسابقات برگزار شده در این مناطق، در مسابقه ی بین‌المللی برگزار شده در سان فرانسیسکو نیز شرکت داده می‌شوند. از ۱ خردادماه سال جاری، زمان ارسال آثار و بازی‌ها برای شرکت در دومین دوره ی مسابقات IMGa در منطقه ی MENA آغاز شده و تا ۳۱ مرداد ماه نیز ادامه دارد. نامزد ها و بازی‌های انتخاب شده از میان تمامی آثار ارسالی در تاریخ ۱۷ مهر اعلام می‌شوند و دوره ی دوم مسابقات نیز در تاریخ ۱۹ آبان در کشور عمان برگزار می‌شود که بازی‌های ارسالی توسط هیأت داوران مجرب IMGa قضاوت خواهند شد. در دوره ی پیشین IMGa و اولین دوره ی برگزار شده ی آن در ۱۰۰ MENA بازی برای قضاوت ارسال شدند که ۸ برنده از میان ۴۳ نامزد برگزیده شدند. معیار هایی که بازی‌های نامزد شده در مسابقات براساس آنان قضاوت می‌شوند عبارتند از:

کیفیت گیم پلی  
کیفیت روایت داستان  
کیفیت نوآوری  
کیفیت طراحی  
بهترین دستاورد فنی  
بهترین بازی چندنفره

بازی‌های منتشر شده و منتشر نشده می‌توانند در مسابقه شرکت کنند. بازی‌های منتشر شده می‌بایست دارای یک آیکون، توضیحات درباره ی بازی، ویدیویی از گیم پلی، لینک صفحه ی بازی در یک مارکت هابی چون گوگل پلی یا اپ استور و کندهای دسترسی به بازی باشند (در صورتی که بازی رایگان نباشد). بازی‌های منتشر نشده نیز می‌بایست تمامی موارد ذکر شده برای بازی‌های منتشر شده را دارا باشند به جز اینکه چون بازی منتشر نشده است، می‌بایست ۲۰ عدد کد، دمو یا دسترسی به بازی نیز توسط سازنده ارسال شود که روی پلتفرم‌های اندروید، OS و ویندوز و HTML۵ قابل اجرا باشد. با توجه به این که در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، کشورمان ایران بیش‌ترین و فعال‌ترین بازی‌سازان موبایلی را داراست، پیش‌بینی می‌شود با حضور فعال و پر تعداد بازی‌های ایرانی در این مسابقه شانس کسب مقام توسط بازی‌سازان ایرانی بسیار بالا باشد. بازی‌سازان جهت ثبت بازی خود در این رقابت می‌توانند از طریق این صفحه اقدام کنند.

### بازی سازان در دومین دوره مسابقات IMGa خاورمیانه ثبت نام کنند امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین‌المللی بازی‌های موبایل خاورمیانه (۱۳۹۵-۱۳۹۶/۱۳۹۷)

خبرایران: مسابقات بین‌المللی بازی‌های موبایل (International Mobile Game Awards به اختصار IMGa) امسال برای دومین بار مسابقات خود را در منطقه ی MENA (خاورمیانه و شمال آفریقا) برگزار می‌کند.

به گزارش خبرایران از روابط عمومی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، این دوره مسابقات از سال ۱۳۸۴ آغاز شده و قدیمی‌ترین دوره مسابقات جهانی بازی‌های موبایل است. از سال پیش یعنی سال ۱۳۹۵ این دوره مسابقات که به صورت سالانه با شرکت صدها شرکت و استودیوی بازی‌سازی پلتفرم موبایل برگزار می‌شود به کشور چین، کشورهای آسیای جنوب شرقی و کشورهای منطقه ی MENA نیز آمد و برندگان هر دوره از مسابقات برگزار شده در این مناطق، در مسابقه ی بین‌المللی برگزار شده در سان فرانسیسکو نیز شرکت داده می‌شوند.

از ۱ خردادماه سال جاری، زمان ارسال آثار و بازی‌ها برای شرکت در دومین دوره ی مسابقات IMGa در منطقه ی MENA آغاز شده و تا ۳۱ مرداد ماه نیز ادامه دارد. نامزد ها و بازی‌های انتخاب شده از میان تمامی آثار ارسالی در تاریخ ۱۷ مهر اعلام می‌شوند و دوره ی دوم مسابقات نیز در تاریخ ۱۹ آبان در کشور عمان برگزار می‌شود که بازی‌های ارسالی توسط هیأت داوران مجرب IMGa قضاوت خواهند شد. در دوره ی پیشین IMGa و اولین دوره ی برگزار شده ی آن در ۱۰۰ MENA بازی برای قضاوت ارسال شدند که ۸ برنده از میان ۴۳ نامزد برگزیده شدند. معیار هایی که بازی‌های نامزد شده در مسابقات براساس آنان قضاوت می‌شوند عبارتند از:

کیفیت گیم پلی  
کیفیت روایت داستان  
کیفیت نوآوری  
کیفیت طراحی (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) بهترین دستاورد فنی

بهترین بازی چندنفره

بازی های منتشر شده و منتشر نشده می توانند در مسابقه شرکت کنند. بازی های منتشر شده می بایست دارای یک آیکون، توضیحات درباره ی بازی، ویدیویی از گیم پلی، لینک صفحه ی بازی در یک مارکت هابی چون گوگل پلی یا اپ استور و گندهای دسترسی به بازی باشند (در صورتی که بازی رایگان نباشد). بازی های منتشر نشده نیز می بایست تمامی موارد ذکر شده برای بازی های منتشر شده را دارا باشند به جز اینکه چون بازی منتشر نشده است، می بایست ۲۰ عدد کد، دمو یا دسترسی به بازی نیز توسط سازنده ارسال شود که روی پلتفرم های اندروید، OS و ویندوز و HTML۵ قابل اجرا باشد.

با توجه به این که در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، کشورمان ایران بیشترین و فعالترین بازی سازان موبایلی را داراست، پیش بینی می شود با حضور فعال و پر تعداد بازی های ایرانی در این مسابقه شانس کسب مقام توسط بازی سازان ایرانی بسیار بالا باشد.

بازی سازان جهت ثبت بازی خود در این رقابت می توانند از طریق این صفحه اقدام کنند.



### بلی به موفقیت؛ با برخی شتاب دهنده های ایرانی در حوزه گیم بیشتر آشنا شوید (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

خبرگزاری آریا - استارتاپ ها یا کسب و کارهای نوپا، طی چند سال اخیر یکی از اصلی ترین ارکان تجارت در کشورهای پیشرفته به حساب آمده اند و خوشبختانه مدتی است که در ایران هم شاهد حمایت هرچه بیشتر از این کسب و کارها هستیم. اما برخلاف استارتاپ های حوزه تکنولوژی که غالباً از فرصت های فراوانی برای معرفی پتانسیل ها و ایده های خود برخوردار هستند، استارتاپ های گیم به سبب محدودیت بازار بازی های ویدیویی در ایران، گماکان شرایط دشوارتری را پشت سر می گذارند.

ریسک بالای سرمایه گذاری در حوزه بازی و عدم اطمینان خاطر از بازگشت پول در کنار کوچک بودن بازار، سبب شده تا شرکت های محدودی به عنوان شتاب دهنده حوزه گیم فعالیت کنند و حتی برخی از آنها که قبلاً چنین برنامه ای را دنبال می کرده اند، حالا از تصمیم خود صرف نظر کرده و روی همان استارتاپ های تکنولوژی متمرکز شده اند که قطعاً به خاطر تضمین نسبی بازگشت سرمایه در برخی از آنهاست.

بازی در ایران، حوزه ای نوپاست؛ حوزه ای که تنها با لرفاقی فراوان می توان نام «صنعت» را برای آن در نظر گرفت و هنوز نیازمند افزایش چشمگیر گردش مالی است. این گردش مالی تنها زمانی افزایش می یابد که سرمایه گذاری افزایش یابد؛ مثل همان ضرب المثل قدیمی که می گوید «پول، پول می آورد».

در حالی که سرمایه گذاری روی بازی های ایرانی در کمترین مقدار ممکن بوده و هنوز نیاز به ورود هرچه موثرتر نهادهای دولتی و خصوصی احساس می شود، بازیسازها و بازی های ایرانی راه خود را درست مانند جوانه ای در میان سنگفرش یافته اند و حالا در شرف تبدیل شدن به گلی خوش رنگ و خوش عطر هستند؛ اما این جوانه حالا بیشتر از هر زمان دیگری نیازمند مراقبت، باغبانی، کوددهی و آب رسانی به موقع است و اینجاست که شتاب دهنده ها وارد عمل می شوند.

عبارت «شتاب دهندگان بازی در ایران» را در گوگل جستجو کنید؛ تقریباً به هیچ نتیجه ای نمی رسید. به دنبال منابع گوناگون بروید؛ نام هایی کمتر از انگشتان دو دست به چشمتان می آید که احتمالاً بسیاری از آنها تنها لقب «شتاب دهنده» را به پدک می کشند و در حقیقت، هیچ فعالیتی در این زمینه ندارند. این مثالی کوچک است بر وضعیت آشفته گیم ایران که وقتی با هزار و یک زحمت، لیستی از شتاب دهنده های حوزه گیم می یابید، متوجه می شوید نیمی از آنها حتی پاسخگوی خطوط تلفن یا ایمیل های رسمی خود نیستند.

اما همانطور که در میان انبوه بازی های بی کیفیتی که صرفاً برای کسب درآمدی چند میلیونی ساخته و روانه «کافه بازار» می شوند، می توان عناوینی ارزشمند یافت که حقیقتاً از دل کار تیمی، ماه ها فعالیت مداوم و شکست های فراوان بیرون آمده اند. شتاب دهندگانی هم مشغول به کار هستند که به دور از هیاهوی خبری راه و چاه رسیدن به کسب و کاری موفق را به توسعه دهندگان ایرانی می آموزند و عمیقاً دلسوز بازی سازانی هستند که در سخت ترین شرایط، علاقه قلبی خود را دنبال می کنند.

طی دو هفته اخیر، دیجیاتو به پای صحبت با برخی از مهم ترین شتاب دهندگان ایرانی در حوزه گیم نشست و با فعالیت ها، خط مشی و ساز و کار آنها بیشتر آشنا شد و در این مطلب، قصد داریم به صورت مختصر اما شامل و کامل، به معرفی این ۵ شتاب دهنده بپردازیم.

آواگیمز

«استخوان بندی آواگیمز بر می گردد به تجربه ای که خود من در حوزه ساخت گیم و تشکیل استودیوی بازیسازی داشتم. سال ۹۲ یک تیم تقریباً استارتابی در اصفهان شکل دادیم و سعی کردیم بازی بسازیم؛ آزمون و خطا کردیم، مطالعه کردیم و چند تا از بازی هایمان توانست در بازار ایرانی موفقیت کسب کند.» این ها سخنان حسین مزروعی، مدیر آواگیمز است.

در نهایت این تجربه و در واقع پیش زمینه شخصی من در حوزه گیم و استارتاپ طی این چند سال و تلاقی آن با مجموعه آواتک و سرآوا که خیلی جدی در حوزه سرمایه گذاری روی تیم های نوپا و شکلی دهی این تیم ها فعالیت داشتند، باعث شد آواگیمز ایجاد شود تا ما تجربه ساخت استودیوی بازی سازی را تکرار کنیم. وقتی ما آواگیمز را استارت زدیم، دو یا سه چرخه از پروژه های شتاب دهی آواتک می گذشت. بعد از برگزاری جلسات متعدد و بررسی جدی از طریق جذب یک تیم گیم در آواتک، به این نتیجه رسیدیم که آواگیمز را به عنوان یک شرکت کاملاً مستقل با برنامه ریزی های جداگانه تاسیس کنیم.

آواگیمز یکی از شناخته شده ترین شتاب دهندگان حوزه گیم در ایران است که احتمالاً بهترین تسهیلات را نیز در اختیار بازی سازان قرار می دهد. آواگیمز به صورت میانگین بالغ بر ۱۳۰ میلیون تومان برای هر تیم هزینه می کند که ۳۰ میلیون تومان از این رقم به صورت نقدی پرداخت می گردد و ۱۰۰ میلیون تومان باقی مانده صرف استقرار تیم ها، آموزش تیم ها به کمک منتورهای برجسته و برقراری ارتباط با ناشرهای بین المللی می شود.

نکته ای که مزروعی بارها بر آن تاکید ورزید، برقراری ارتباط مداوم با شرکت های بین المللی برای انتشار خارجی بازی ها است. به عنوان مثال، شرکت برجسته Net Marble یکی از شرکای اصلی آواگیمز به حساب می آید که تفاهم نامه هایی با آن به امضا رسیده و ارتباطات صرفاً به تبادل ایمیل (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) محدود نمی شود. مزروعی می گوید که همین حالا، یکی از شرکای خارجی آواگیمز مشغول مذاکره برای نشر خارجی یکی از بازی های داخل برنامه شتاب دهنده است که البته از آن جایی که هنوز به مراحل نهایی نرسیده، امکان معرفی آن وجود ندارد.

اما تسهیلاتی که آواگیمز برای بازی سازان ایرانی فراهم آورده، به راحتی در دسترس هر توسعه دهنده ای قرار نمی گیرد. در واقع مزروعی، آواگیمز را مجموعه ای حرفه ای «با استانداردهای جهانی» توصیف می کند که مسلماً با توسعه دهندگان حرفه ای هم همکاری دارد؛ توسعه دهندگانی که تجربه طولانی مدت بازی سازی دارند، با ساز و کارهای اقتصادی استارتاپ ها آشنا هستند و به گفته وی «هرشان به سنگ خورده است».

در واقع کم نیستند تیم هایی که صرفاً برای کسب درآمد اندک، بازی هایی را برای موبایل تولید می کنند و گاه علی رغم دستیابی به موفقیت قابل توجه، از این حوزه کنار می روند و درآمدی که عایدشان شده را اصطلاحاً به زخم های زندگی می زنند. آواگیمز آمده که با این تفکر مقابله کند و ادبیات استفاده از درآمد ابتدایی به عنوان سکویی برای پرتاب یک استارتاپ به جلو را جا بیندازد.

به همین خاطر، آواگیمز به عنوان مجموعه ای حرفه ای که سرمایه قابل توجهی را صرف پیشرفت استارتاپ های زیر نظر خود می کند (و گاه تا سقف ۴۰۰ میلیون تومان هم افزایش می یابد) نیازمند این اطمینان خاطر است که بازیسازان هم درک درستی از مدل تجاری استارتاپ خود، خط مشی بازی در دست توسعه و اهمیت دستیابی به استانداردهای لازم برای نشر بین المللی داشته باشند.

ما اینجا نیستیم که تیمی را از صفر برسانیم به ده هزار دلار درآمد، کار ما این است که تیم را از ۱۰ هزار دلار برسانیم به درآمد میلیون دلاری، بنابراین تیم ها باید خیلی از چالش ها را رد کرده باشند که بعضاً مثلاً سه سال زمان می برد. یعنی تیم باید این تجربه را به دست آورده باشد و سپس برای تبدیل شدن به یک کمپانی آماده شود.

تقریباً تمام تیم هایی که با آواگیمز وارد همکاری شده اند، چندین پروژه انتشار یافته را در کارنامه خود داشته اند که البته تمام آنها لزوماً به موفقیت نرسیده اند؛ اما آواگیمز فرصتی برای جابجایی در اختیار تیم های بازی سازی قرار می دهد و پروژه های تیم هایی مانند «آروین گیمز»، «گیلاس»، «اسید گرین گیمز» و «اینسایتل» گواهی بر همین ادعا است.

رد کپ گیمز

احمد موسوی، مدیر بازاریابی Red Cap Games این شرکت را مجموعه ای با سابقه ۱۲ ساله توصیف می کند که طی فعالیت مستمر بیش از یک دهه ای خود، در صدد کمک به ایده های کوچک و کارا برآمده است. رد کپ گیمز هدف غایی خود را در این بیند که به تیم های کوچک و کسب و کارهای نوپا در تکرار نکردن تجربیات اشتباه کمک کند.

«در زمانی که ما شروع به کار کردیم، حمایت و مشاوره ای وجود نداشت و گاهی مشاوره ای که در آن زمان از سوی بنیاد به تیم ها داده می شد، به دلیل دید غیرتخصصی کار را بدتر خراب می کرد؛ چون دقیقاً مشخص نبود که هدف چیست». موسوی با اشاره به سابقه حسین کریمی قدوسی، مدیر فعلی بنیاد بازی های رایانه ای به عنوان فعال حوزه گیم در ایران و فعالیت های موثر این نهاد دولتی در یاری رسانی به بازی سازان طی چند سال اخیر و از زمان روی کار آمدن کریمی قدوسی ادامه می دهد:

این اتفاق و این راهنمایی [های فعلی]، حتی از نهادهای کاربلد در آن زمان برای ما اتفاق نیفتاد و ما -یعنی همه بازی سازانی که از ۱۰ سال پیش شروع به کار کردیم- خودمان این مسیر را ساختیم. اگر امیرحسین فصیحی موفق شد، خودش موفق شد، گرچه بنیاد هم حمایت مالی کرد اما این حمایت مالی برای خیلی ها بود و چرا موفقیت برای آنها اتفاق نیفتاد؟ من همین حالا دوستانی را می شناسم که از حوزه گیم خارج شده و به کارهای دیگر روی آورده اند؛ زیرا برایشان پول ساز نشد و هزینه هایشان را برنگرداند.

بازگشت مالی، یکی از اصلی ترین موانع بر سر راه بازی سازان ایرانی طی دهه اخیر بوده است؛ پروژه ها دائماً شروع به کار می کنند، به مرحله عرضه می رسند و گاه با استانداردهای روز هم سازگاری دارند. اما نبود راهنمایی مناسب سبب می شود تا بسیاری از آنها با «شکست مالی» مواجه شوند و آن طور که انتظار می رفت و پیش بینی می شد، بازگشت سرمایه نداشته باشند.

موسوی می گوید که یکی از اهداف اصلی Red Cap Games، کنار زدن این مانع و به بیان واضح تر، تجاری سازی صحیح بازی های ویدیویی است. در واقع افراد مستعد در حوزه های مختلف ساخت بازی کم نیستند، اما شاید اصلی ترین مسئله ای که آنها را از موفقیت بازداشته، عدم آشنایی با ساز و کار های اقتصادی، مدیریت منابع انسانی و قوانینی که میان تولیدکننده و مصرف کننده وجود دارد باشد.

Red Cap Games در برنامه های شتاب دهنده خود، تلاش می کند تا ایده های درست و قابل پیاده سازی را شناسایی کرده و سپس مدیریت، برنامه ریزی تجاری و پیش بینی صحیح تمام ابعاد پروژه را به تیم های پدید آورنده آن ایده ها آموزش دهد.

کاری که ما در Red Cap Games انجام می دهیم، قیچی کردن پروژه های بزرگ است. قدم ها اگر کوچک باشند، به موفقیت نزدیک تر می شویم. یک قانون در پروژه های IT هست که می گوید اگر قرار هست شکست بخوری، هرچه زودتر شکست بخوری بهتر است.

Red Cap Games ظرفیت استقرار ۴ الی ۵ تیم را دارد و در حال حاضر با دو تیم به توافق های اولیه رسیده و در همین حین، درخواست دیگر تیم ها را هم بررسی می کند. اما پذیرش در شتاب دهنده Red Cap، به این شرط صورت می گیرد که شخص متقاضی، خود صاحب ایده باشد و سپس توانایی اجرای همین ایده را به همراه تیم اش داشته باشد. موسوی می گوید که Red Cap به هیچ وجه شرکتی خطرپذیر نیست و به عنوان یک مجموعه خصوصی، باید از اجرائپذیری پروژه اطمینان داشته باشد؛ هرچند که تیم ها می توانند از دانش متورها هم بهره مند شوند.

شاید یکی از مزیت های Red Cap در برابر سایر شتاب دهندگان، سرویس های اصطلاحاً یک اندی باشد که در اختیار تیم های خود قرار می دهد. به عنوان مثال این شرکت با «بکتوری» وارد همکاری شده و سرویس های بکتوری مانند خدمات سرور و مرکز بازی (که برای بازی های آنلاین ضروری تلقی می شوند) به صورت تقریباً رایگان در اختیار تیم ها قرار می گیرد. از طرف دیگر کیت توسعه دهندگان متن باز و رایگان Fort هم از دیگر اقدامات مهم Red Cap به حساب می آید که در واقع مجموعه ای از پلاگین ها برای بازی سازی روی موتور یونیتی است و به گفته موسوی، پروژه ها را برای «ماه ها» جلو می اندازد.

شتاب دهنده بازیما (استارت)

مجموعه بازیما و یارا گیمز، رویکردی بسیار متفاوت نسبت به سایر همپایان خود در امر شتاب دهی در پیش گرفته اند و در واقع به جای پیاده (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) سازی یک برنامه مدون شتاب دهی، این مهم را به عموم مردم واگذار کرده اند؛ قطعاً با خواندن این توضیح کوتاه به یاد پلتفرم کیک استارتز افتاده اید و باید گفت که استارتز، دقیقاً ساز و کاری مشابه کیک استارتز را دنبال می کند اما طبیعتاً در ابعاد کوچک تر.

برنامه شتاب دهنده استارتز، حمایت های مالی را به مردم می سپارد؛ بازی سازان پروژه خود را به تیم داوران استارتز معرفی می کنند، مستندات اولیه را در اختیار آنها قرار می دهند و البته یک نسخه قابل بازی از پروژه خود ارائه می کنند. پس از این، بازی هایی که مورد پذیرش قرار گرفته اند راهشان را به استارتز باز می کنند و بسته به هدف گذاری های خود توسعه دهندگان، به جذب سرمایه می پردازند.

درست مانند کیک استارتز، امتیازهایی که در صورت حمایت مالی در اختیار مردم و سرمایه گذاران قرار می گیرد، توسط توسعه دهندگان تعیین می شود و مجموعه یارای نقشی در این پروسه ندارد؛ این امتیازات می تواند میان دریافت سهمی از فروش بازی یا دریافت بازی به صورت رایگان یا هر سیاست تجاری مشابهی متغیر باشد. پلتفرم استارتز در حال حاضر از طریق اپلیکیشن رسمی «بازی نما» قابل دسترسی است و تا به این لحظه، سه بازی در آن مشغول جذب سرمایه هستند. گفتنی است که استارتز هنوز به صورت کامل و در ابعاد گسترده شروع به کار نکرده و انتظار می رود تا دو هفته دیگر به مراحل پایانی برسد. تا آن زمان، صفحه اختصاصی استارتز نیز در وب سایت نشریه تکمیل می شود که دسترسی پذیری به این پلتفرم را بهبود می بخشد.

یکی از پوئن های مثبت استارتز به عنوان پلتفرمی تازه و متفاوت برای شتاب دهی، امکان پشتیبانی از ده ها و بلکه صدها تیم گوناگون به صورت همزمان است که محدودیت های سایر شتاب دهندگان را کنار می زند. با این همه، توسعه دهندگان دیگر نمی توانند منتظر تسهیلاتی نظیر کمک مالی نقدی یا استقرار از سوی شرکت یارای باشند و تنها تسهیلاتی که در اختیارشان قرار می گیرد، راهنمایی های منتورهایی است که در ۵ حوزه کلی، دروسی را به آنها آموزش می دهند.

مرکز رشد بازی سازی

مرکز رشد بازی سازی، نهادی حمایتی در ساختار انستیتوی ملی بازی سازی است که در حال حاضر سال پنجم فعالیت خود را پشت سر می گذارد و طی این مدت، به تیم هایی که صلاحیت شان از سوی هیئت علمی تایید شده، تسهیلاتی ارائه داده است. این تیم ها سپس به صورت دائمی و هفتگی، تحت نظارت و منتورینگ یک گروه خبره قرار می گیرند تا بازی به صورت کامل ساخته شود. با اتمام روند توسعه، بنیاد ملی بازی های رایانه ای وارد عمل می شود و به پوشش رسانه ای، معرفی و بازاریابی این بازی ها کمک می کند.

به گفته محمد میرزایی، مدیر مرکز رشد بازی سازی در حال حاضر هفت تیم تحت نظارت این سازمان درآمده اند که پروژه های مختلفی برای پی سی و موبایل را دنبال می کنند. همانطور که از نام این سازمان پیداست، «مرکز رشد» اهداف متفاوتی را نسبت به یک «شتاب دهنده» دنبال می کند و در واقع به پروژه ها و تیم های بازی سازی کمک می کند تا دچار «رشد» و «تکامل» شوند.

تیم هایی که در برنامه حمایتی مرکز رشد بازی سازی شرکت می کنند، از لحاظ مالی مورد پوشش قرار نمی گیرند و البته از طرف دیگر، نیازی به «بیزینس پلن» یا «طرح کسب و کار» ندارند. بنابراین برخلاف اکثر شتاب دهندگان که انتظار ارائه بیزینس پلن کامل را از تیم هایی دارند که در غالب اوقات با مقوله های تجاری یک کسب و کار آشنا نیستند، مرکز رشد بازی سازی صرفاً ایده اولیه و مستندات را بررسی می کند و سپس نسبت به پذیرش تیم ها اقدام می کند.

مرکز رشد بازی سازی قطعاً موقعیت مناسبی برای آن دسته از بازی سازانی است که به دنبال یادگیری و پرورش هرچه بیشتر بازی خود هستند. با مشارکت در برنامه های مرکز رشد، این تیم ها به فضایی کاری برای استقرار، سخت افزارهای لازم برای انجام کار و البته آزمایشگاه «گپ لب» که در واقع امکان کنترل کیفی بازی ها و نرم افزارها را فراهم می آورد دسترسی دارند. علاوه بر این ها، امکاناتی مثل موشن کپچر یا اتاق ضبط صدا که در فضای کاری بنیاد ملی بازی های رایانه ای وجود ندارد نیز به صورت رایگان برای تیم ها مهیا می شود.

دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشان

دانشگاه آزاد اسلامی چند سالی است که به سمت چرخه های اقتصادی مهم کشور حرکت می کند و رویکرد «تبدیل علم به ثروت» و نیز قطب سازی در واحدهای دانشگاهی را در پیش گرفته است. برای تحقق این مهم، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشان توجهی ویژه به قطب سازی در حوزه IT و ICT و نیز بازی های ویدیویی داشته و مساحتی ۴ هزار متر مربعی را برای تحقق این مهم فراهم آورده است که آن را به بزرگترین شتاب دهنده در منطقه خاورمیانه تبدیل می کند. دانشگاه آزاد واحد کاشان، در حال حاضر نخستین مرکز تحقیقات بازی سازی را در خود جای داده و بخشی دیگر از این فضا، به شتاب دهنده دانشگاه تعلق دارد که با مساحتی برابر با ۱۸۰۰ متر مربع، شش سویت را برای استقرار تیم های بازی سازی شامل می شود.

وحید امیر، مدیر پژوهشی دانشگاه آزاد واحد کاشان می گوید تلاش بر این بوده که ۲۰ تیم به صورت همزمان در این فضای شتاب دهنده که یک سال از آغاز به کار آن می گذرد اسکان بیابند و در صورتی که این تیم ها امتیازات لازم را در مرحله پیش شتاب دهی کسب کنند، حمایتی تا سقف ۲۰ میلیون تومان در اختیار آنها قرار می گیرد. ناگفته نماند از آن جایی که کمتر از یک سال از آغاز به کار شتاب دهنده دانشگاه آزاد کاشان می گذرد، هنوز فراخوانی به صورت رسمی اعلام نشده که البته طی ماه آتی برای نخستین بار اعلام خواهد شد.

علاوه بر طرح کسب و کار که یکی از پیش نیازهای اصلی پذیرش در شتاب دهنده دانشگاه کاشان به حساب می آید، مسئولین این شتاب دهنده انتظار دارند که استارتآپ های متقاضی، بازی های خود را یا به صورت سفارشی و یا به صورت جنرال و در قالب عناوینی که «جامعه به آنها نیاز داشته باشد» توسعه دهند. وقتی از آقای امیر پرسیده شد که آیا محدودیتی در پذیرش تیم های بازی سازی وجود دارد، وی با تأکید بر فعالیت های گسترده دانشگاه آزاد کاشان به عنوان بزرگ ترین شتاب دهنده خاورمیانه گفت که محدودیتی در ابعاد پروژه ها و پلتفرم پروژه ها وجود ندارد. بسته به همین ابعاد پروژه و پلتفرم ها نیز، دانشگاه آزاد کاشان تا سقف ۲۵ درصد از فروش محصول یا سهام شرکت را در اختیار می گیرد.





## بازی سازان در دومین دوره مسابقات IMGa خاورمیانه ثبت نام کنند امکان درخشش بازی سازان ایرانی در مسابقه بین المللی بازی های موبایل خاورمیانه (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

مسابقات بین المللی بازی های موبایل (International Mobile Game Awards) به اختصار IMGa) امسال برای دومین بار مسابقات خود را در منطقه ی MENA (خاورمیانه و شمال آفریقا) برگزار می کند. به گزارش پایگاه خبری آدینه نو به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، این دوره مسابقات از سال ۱۳۸۴ آغاز شده و قدیمی ترین دوره مسابقات جهانی بازی های موبایل است. از سال پیش یعنی سال ۱۳۹۵ این دوره مسابقات که به صورت سالانه با شرکت صدها شرکت و استودیوی بازی سازی پلتفرم موبایل برگزار می شود؛ به کشور چین، کشورهای آسیای جنوب شرقی و کشورهای منطقه ی MENA نیز آمد و برندگان هر دوره از مسابقات برگزار شده در این مناطق، در مسابقه ی بین المللی برگزار شده در سان فرانسیسکو نیز شرکت داده می شوند. از ۱ خردادماه سال جاری، زمان ارسال آثار و بازی ها برای شرکت در دومین دوره ی مسابقات IMGa در منطقه ی MENA آغاز شده و تا ۳۱ مرداد ماه نیز ادامه دارد. نامزد ها و بازی های انتخاب شده از میان تمامی آثار ارسالی در تاریخ ۱۷ مهر اعلام می شوند و دوره ی دوم مسابقات نیز در تاریخ ۱۹ آبان در کشور عمان برگزار می شود که بازی های ارسالی توسط هیات داوران مجرب IMGa قضاوت خواهند شد. در دوره ی پیشین IMGa و اولین دوره ی برگزار شده ی آن در ۱۰۰ MENA بازی برای قضاوت ارسال شدند که ۸ برنده از میان ۴۴ نامزد برگزیده شدند. معیار هایی که بازی های نامزد شده در مسابقات براساس آنان قضاوت می شوند عبارتند از:

- کیفیت گیم پلی
- کیفیت روایت داستان
- کیفیت نوآوری
- کیفیت طراحی
- بهترین دستاورد فنی
- بهترین بازی چند نفره

بازی های منتشر شده و منتشر نشده می توانند در مسابقه شرکت کنند. بازی های منتشر شده می بایست دارای یک آیکون، توضیحات درباره ی بازی، ویدیویی از گیم پلی، لینک صفحه ی بازی در یک مارکت هایی چون گوگل پلی یا اپ استور و کدهای دسترسی به بازی باشند (در صورتی که بازی رایگان نباشد). بازی های منتشر نشده نیز می بایست تمامی موارد ذکر شده برای بازی های منتشر شده را دارا باشند به جز اینکه چون بازی منتشر نشده است، می بایست ۲۰ عدد کد، دمو یا دسترسی به بازی نیز توسط سازنده ارسال شود که روی پلتفرم های اندروید، iOS و ویندوز و HTML5 قابل اجرا باشد. با توجه به این که در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، کشورمان ایران بیشترین و فعال ترین بازی سازان موبایلی را داراست، پیش بینی می شود با حضور فعال و پر تعداد بازی های ایرانی در این مسابقه شانس کسب مقام توسط بازی سازان ایرانی بسیار بالا باشد. بازی سازان جهت ثبت بازی خود در این رقابت می توانند از طریق این صفحه اقدام کنند.



## راهنمای بولتن

### قالب محتوا

خبر



یادداشت



گزارش



مقاله



اطلاعیه



فراخوان



گفتگو



پیام مردمی



تصویری



شماره صفحه



پوزهاب

مثبت +

منفی -

بی طرف

جهت گیری محتوا

عنوان خبر

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

محل قرارگیری خلاصه خبر

محل قرارگیری

فراوانی خبر

بریده جراید در روزنامه

# انعکاس اخبار برگزاری رویداد TGC

بهمن ۹۵ تا تیر ۹۶

