

۱۳۹۶/۰۷/۲۲

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در آینه مطبوعات



روابط عمومی

فهرست

۱

۲

۳

۴

۵

۶

۷

۸

۹

۱۰

۱۱

۱۲

۱۳

۱۴

۱۵

۱۶

۱۷

۱۸

۱۹

۲۰

موس دوایی عربی



روند «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد



روند «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد



روند «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد



روند «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد



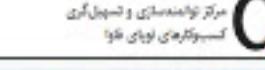
استقبال ایرانی ها از بازی های موبایلی



رده بندی سنی بازی های ایرانی با خوداظهاری



رده بندی سنی بازی های ایرانی با خوداظهاری



صنعت بازی های رایانه ای بی خطر و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست/ باید سواد رسانه ای مسئولین و خانواده ها بالا ببرود تا آینده بهتری داشته باشیم



صنعت بازی های رایانه ای بی خطر و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست/ باید سواد رسانه ای مسئولین و خانواده ها بالا ببرود تا آینده بهتری داشته باشیم



صنعت بازی های رایانه ای بی خطر و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست/ باید سواد رسانه ای مسئولین و خانواده ها بالا ببرود تا آینده بهتری داشته باشیم



از صنعت بازی رایانه ای چگونه پول در بیاوریم + اینفوگرافیک



مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!



مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!



مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!



مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!



مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!



مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!



۴۳	مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!	
۴۵	مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!	
۴۷	مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی	
۴۹	مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!	
۵۱	حذف بازی های ایرانی از جشنواره IMGA خاورمیانه پس از اعلام نامزدها	
۵۲	مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!	
۵۴	شناصایی کارگاه تولید لوح های فشرده غیرمجاز در ایوانکی	
۵۴	کشف کارگاه تولید لوح های فشرده غیرمجاز در ایوانکی	
۵۴	مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!	
۵۶	مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!	
۵۸	بازی های فاقد نظام رده بندی سنی از هارکت ها حذف می شود/ اولیماتوم جدی بنیاد ملی بازی های رایانه ای	
۵۹	یک پُرس بازی دیجیتال و دیگر هیچ!	
۶۰	یک پُرس بازی دیجیتال و دیگر هیچ!	
۶۱	نقش نظارتی والدین در کاهش آسیب بازی های رایانه ای غیرمجاز	
۶۲	استقبال ایران ها از بازی های موبایلی	
۶۳	استقبال ایرانی ها از بازی های موبایلی	
۶۴	لزوم افزایش سطح کیفی بازی های جدی ایرانی	
۶۵	سطح کیفی بازی های جدی ایرانی باید افزایش یابد	
۶۷	سطح کیفی بازی های جدی ایرانی باید افزایش یابد	
۶۸	سطح کیفی بازی های جدی ایرانی باید افزایش یابد	

تعداد محتوا : ۳۹



روزنامه

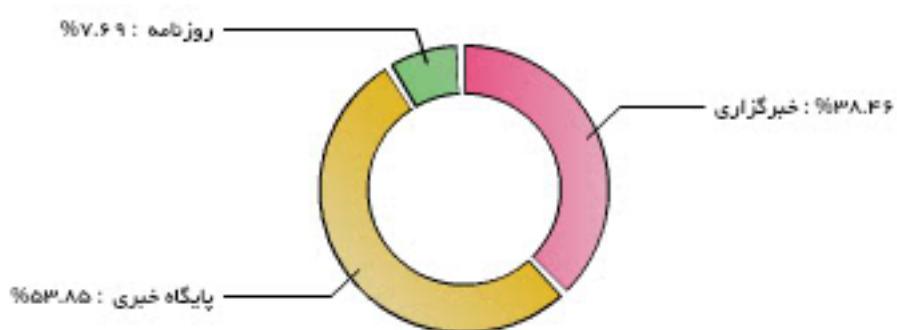
۲۳

پایگاه خبری

۲۱

خبرگزاری

۱۵



صُبَحْ جَوْ

دو شرکت کویتی و اردنی، ایران را از شرکت در جشنواره بازی های موبایلی محروم گردند موسولان انجمن دوستانی عربی

حذف نام بازی های ایرانی از جشنواره انجمن بازی های موبایلی خاورمیانه و شمال آفریقا، توسط دو شرکت عربی مجری جشنواره صورت گرفته است.

«پایی دو شرکت عربی کویتی و اردنی در میان بوده است. این ها بودند که نام کشورمان را از لیست نامزدهای نهایی بازی های خاورمیانه و شمال آفریقا حذف کردند.» این ها توضیحاتی است که اقایی علی فخار، کارشناس بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره حذف ۱۶ بازی ایرانی از نامزدهای انجمن بین المللی بازی های موبایلی در غرب آسیا و شمال آفریقا (IMGAMEENA) به «صحب تو» می دهد. موضوع به اوآخر هفته گذشته باز می گردد. زمانی که نام ۱۶ بازی ایرانی به طور ناگهانی از جایزه بین المللی بازی های موبایلی خاورمیانه و شمال آفریقا حذف شد. قضیه از چه قرار بود؟

اقای حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خبرگزاری جمهوری اسلامی گفت: «دو ماه پیش طی تعاملی که بین دست اندکاران این جایزه و بنیاد ملی بازی های رایانه ای صورت گرفت، مقرر شد بازی های سازمان ایرانی از این طرفی استفاده و در این رویداد شرکت کنند؛ اما شب گذشته (سه شب) متوجه شدیم که کل بازی های ایرانی حذف شدند و قانون جشنواره تغییر یافته و نام ایران از کشورهایی که می توانستند اثر ارسال کنند، حذف شده است.» مدیرعامل جوان بنیاد بازی های رایانه ای از پیگیری این ماجرا خبر داده و گفتنه بود که تاکنون جوابی از سوی مسوولان این انجمن دریافت نکرده ایم. ۱۵ سال است فعالیت می کنند

برای اطلاع از جزئیات پیگیری های صورت گرفته، سراج بنیاد ملی بازی های رایانه ای رفته، با مساعدت روابط عمومی این بنیاد با علی فخار، یکی از کارشناسان جوان این مرکز مرتبط شدیم. فخار درباره سابقه انجمن بین المللی بازی های موبایلی و جشنواره هایی که تاکنون این انجمن برگزار کرده، به «صحب تو» می گوید: «انجمن بازی های موبایلی جهانی (IMGA) ۱۵ سال است فعالیت می کند. در این مقطعه را تخت پوشش خود قرار می دهد. علاوه بر نسخه اصلی که فعال است، سه نسخه دیگر هم در سایر نقاط دنیا دارد و قابل هستند مرکز شمال آفریقا و خاورمیانه یکی از نسخه های این انجمن است که بازی های ما هم در این نسخه حضور پیدا کرده بودند.»

حضور پرترنگ ایرانیان

به گفته فخار، زمانی که نامزدهای جشنواره منطقه خاورمیانه منتشر شدند ۱۶ بازی ایرانی هم در میان آنها قرار داشتند. بازی هایی که به گفته این کارشناس حوزه بازی های رایانه ای کیفیت قابل قبولی هم داشته اند: «این خبر در رسانه های ما هم منتشر شدند که بیشترین تعداد بازی ها از ایران هستند. مایه خوشحالی بود در کمال تجذب دیدیم شب همان روزی که لیست منتشر شده بود، بازی های ایرانی از لیست حذف شدنا ما هم پیگیری ها را شروع کردیم.» به گفته فخار، بنیاد ملی بازی های رایانه ای پیگیری های خود را با مدیران اصلی از جمله مدیرعامل اصلی انجمن بین المللی انجام داده و علت این کار را جویا شده است. پاسخ اولیه مسوولان انجمن حاکی از آن است که خودشان هم در جریان این اتفاق نیستند: «مدیرعامل انجمن بعد از پیگیری ما فرست خواست تا آن را از حوزه خاورمیانه و شمال آفریقا پیگیری کند و بعد پاسخ بدده ما هم منتظر ماندیم.» دو ایمیل بعدی که از مرکز «Noyons Founder & CEO» در پاسخ به پیگیری ها بعدی بنیاد منتشر می شوند، فضا را تا حدودی روشن می کنند.

پای اعراب در میان بود

انجمن بین المللی بازی های موبایلی، اجرای جشنواره در حوزه خاورمیانه و شمال آفریقا را به دو شرکت عربی به عنوان پیمانکار واکنار کرده است. برحسب اطلاعات کارشناسان بنیاد، یکی از این شرکت ها کویتی و دیگری اردنی است. این دو شرکت، مجری و برگزارکننده انجمن جهانی در منطقه محسوب می شوند. در واقع این دو شرکت با انجمن قرارداد بسته و جشنواره را برگزار می کنند. آن ها بعد از امضای قرارداد یک متمم یا اصلاحی به آن اضافه می کنند که این اضافه در شاخه این منصب، ایران باید از لیست کشورهای شرکت کننده در جشنواره حذف شده و حق شرکت تداشته باشد. حذف نام بازی های ایرانی از لیست بازی های هم بر اساس همین متمم صورت گرفته بوده است. ماده ای که در قرارداد اصلی تبوده و بعداً به آن اضافه شده است.

حقمان را گرفتیم

فخار در ادامه توضیحات خود به «صحب تو» می گوید: «انجمن در بد امر با این موضوع موافقت کرده بود. بعد از اعتراض و پیگیری ما برای جویا شدن علت این کار، آن ها اعلام کردند که بعد از یک بحث جدی و تش را با برگزارکنندگان و پذیرفتن عوایق مالی و لجستیکی برای انجمن، در تهایت این متمم قرارداد لغو شده و بازی های ایرانی به لیست اولیه بازگشتند.» او در ادامه، به استقبال مدیرعامل ایجاد یک متمم یا اصلاحی به آن اضافه می کنند که این اضافه در شاخه خاورمیانه و شمال آفریقا اشاره کرده و می گوید: «پاسخ بعدی آنها هم حاکی از این بود که نه تنها در نسخه خاورمیانه و شمال آفریقا بلکه انجمن در نسخه جهانی خود هم قصد حذف بازی های ایرانی از این رقابت و جشنواره را ندارد. آن ها به گفته بالایی های ایرانی هم اذعان داشتند: حتی مدیرعامل انجمن به ما اعلام کرد که شناس بالایی برای جایزه گرفتن بازی های ایرانی از جشنواره قائل است.» این کارشناس بنیاد ملی بازی های رایانه ای دلیل این اقدام دو شرکت کویتی و اردنی را این گونه توصیف می کند: «الآن در حال حاضر این مشکل حل شده و بازی های هم برگشته اند اما مشخص است که می خواهند کشور و صنایع نوین ما را ایزوله کنند. الان ما با همین استعداد و توانایی که داریم، همین بازی هایی که از ما در جشنواره خاورمیانه ای انجمن شرکت کرده است کیفیت بسیار بالاتری تسبیت به رقبای عمدتاً عرب خودشان دارند. این را مسوولان انجمن هم تصدیق کرده اند.»

رسالت

روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی تشریح شد

نشست «تشریح روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی» با حضور مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، معاون نظارت و مدیر رده بندی سمن بازی های رایانه ای و همچنین بازی سازان برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، طرح «ممیزی پس از نشر» که به منظور هموار ساختن راه برای عرضه بازی های داخلی از ابتدای سال ۹۴ اجرایی می شود، به زودی با اضافه شدن پرسشنامه ای به مارکت های دیجیتال تکمیل خواهد شد. حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره ممیزی پس از نشر گفت: ما معتقدیم باید میان بازی های داخلی و خارجی تفاوت قابل شد و در این راستا در درجه اول باید روند عرضه بازی های ایرانی را تسهیل کنیم تا راحت تر بتوانند به کسب و کار خود پردازند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد.

پاشگاه خبرنگاران

روند "ممیزی پس از نشر" بازی های موبایلی تشریح شد

نشست «تشریح روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی» با حضور مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، معاون نظارت و مدیر رده بندی سمن بازی های رایانه ای و همچنین بازی سازان برگزار شد.

به گزارش حوزه دنیای ارتباطات گروه فضای مجازی پاشگاه خبرنگاران جوان؛ نشست «تشریح روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی» با حضور مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، معاون نظارت و مدیر رده بندی سمن بازی های رایانه ای و همچنین بازی سازان یکشنبه ۱۶ مهر برگزار شد. طرح «ممیزی پس از نشر» که به منظور هموار ساختن راه برای عرضه بازی های داخلی از ابتدای سال ۹۴ اجرایی می شود به زودی با اضافه شدن پرسشنامه ای به مارکت های دیجیتال تکمیل خواهد شد. حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره ممیزی پس از نشر گفت: ما معتقدیم باید میان بازی های داخلی و خارجی تفاوت قابل شد و در این راستا در درجه اول باید روند عرضه بازی های ایرانی را تسهیل کنیم تا راحت تر بتوانند به کسب و کار خود پردازند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد. وی خاطرنشان کرد: نکته مهم دیگر، آبدیت بازی هاست و بازی سازان خودشان تصمیم می گیرند که چه زمانی برای بازی هایشان آبدیت منتشر کنند. ممکن است این آبدیت ها تنها برای رفع اشکالات باشد یا ممکن است تغییرات محتوایی در بازی ایجاد کرده باشد. به همین دلیل هیچ کشوری در دنیا برای آبدیت ها مجوز جداگانه صادر نمی کند و این مسئله کار بیوهوده ای است.

کریمی قدوسی ادامه داد: به همین دلیل تصمیم گرفتیم تا ابتدا بازی سازان موبایلی بازی خود را منتشر کنند و سپس ما بازی را بررسی کنیم. اتفاقی که از سال ۹۴ آغاز می شود، یعنی نظام رده بندی سمن ESRA پنل در مارکت ها دارد که پس از انتشار بازی ها آن ها را بررسی کرده و به آن ها رده سمنی می دهد. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به این که این طرح مشکلاتی را تیز به همراه داشته است گفت: از انجایی که بازی ساز پیش از هر فرد دیگری به محتوای بازی خود احاطه دارد، تصمیم بر آن شد تا این پس پرداخت نامه ای تهیه شده تا پیش از انتشار بازی، توسط بازی ساز پرداخت. پاسخ های این پرسشنامه به صورت خودکار مشخص خواهد گرد که وده سمن مناسب این بازی کدام است. پس از تکمیل پرسشنامه، نظام ESRA پاسخ های را با محتوای بازی مقایسه کرده و اگر مغایرتی با معیارهای خود بییند آن را اصلاح می کنند. در صورتی که تمام سوال های درستی پاسخ داده باشند، بازی همان رده سمن را که توسط پرسشنامه تعیین شده دریافت خواهد گرد.

وی افزود در نظر داریم این پرسشنامه تا دو ماه آینده در پنل های مارکت های دیجیتال تعبیه شده و این طرح اجرایی شود. انتشار بازی های موبایلی خارجی متوسط به دریافت مجوز است که میتواند مدتی در این پنل انتشار بازی های موبایلی خارجی گفت: ممیزی پس از نشر برای این دست از بازی های اعمال نمی شود بلکه انتشار این بازی های متوسط به دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای است.

وی افزود: دلایل مختلفی برای این کار وجود دارد. مثلاً ناشر یک بازی خارجی که آن را هم منتشر کرده اما از نظر محتوایی مشکل دارد، پیش پرداخت قابل توجهی را به سازنده خارجی بازی پرداخت کرده است. در چنین حالتی شرایط برای این ناشر خیلی سخت شده و ممکن است در صورت حذف بازی متصور شود در نتیجه تصمیم گرفتیم تا بازی های خارجی قبل از انتشار مجوز دهیم تا هم از نظر محتوایی بازار را کنترل کنیم و هم مشکلی برای ناشر داخلی پیش نیاید. محمدرضا داؤودی معاون نظارت و ارزشیابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این زمینه گفت: صدور مجوز بازی های خارجی از طریق سامانه ملی بازی های رایانه ای به صورت کاملاً الکترونیکی انجام خواهد شد تا بروکر اسی های اداری به حداقل ممکن برسد. برنامه داریم تا مجوز انتشار بازی های موبایلی خارجی را نهایتاً طی یک مقتنه صادر کنیم.

اولتیماتوم جدی به مارکت های دیجیتال حسن کریمی قدوسی در پاسخ به پرسن یکی از بازی سازان درباره بررسی محتوای بازی های توسعه برخی مارکت ها گفت: تاکنون برخی از مارکت ها خودشان ممیزی هایی را در نظر گرفته بودند و گاهی اوقات اخلاقیاتی با نظام رده بندی ESRA داشتند. اما اولتیماتوم جدی به تمام مارکت ها داده شده که از این پس تها ESRA است که باید بازی ها را از نظر محتوایی تایید و بررسی کند. اگر در این زمینه همکاری های لازم صورت نگیرد برخلاف میل مان انتشار تمام بازی ها را متوسط به دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای خواهیم کرد.

وی افزود: در همین راستا و در پنلی که قرار است مارکت ها تا دو ماه آینده در اختیار ما قرار دهند؛ اگر محتوای یک بازی مورد تایید نباشد، بازی را مستقیماً از مارکت حذف نماید تا زمانی که محتوای بازی اصلاح شود (ادامه دارد...).

(ادامه خبر ...) کریمی قدوسی بیان کرد اخیرا نیز به بازی سازان بیش از ۵۰۰ بازی ایمیل زده شده تا محتوای بازی های خود را اصلاح کنند و اگر طی دو هفته این اتفاق نیفتاد این بازی ها تا زمان اصلاح از روی مارکت حذف می شوند.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تشریح کرد: هم‌زمان که ما قصد داریم فضای کسب و کار را آزاد کنیم، به تمهدات نظارتی خودمان نیز پایبندیم و قصد تداریج یکی را فدایی دیگری کنیم.

۱۸۰۰۰ بازی موبایلی بررسی شده اند رضا احمدی مدیر نظام رده بندی سنتی بازی های رایانه ای نیز در ادامه این مراسم گفت: تا به امروز ۱۸ هزار بازی موبایلی رده بندی سنتی شده اند و ما تلاش کردیم تا در این دو سال گذشته کمترین را در این مورد برای بازی سازان داخلی به وجود بیاوریم.

وی افزود: با این حال ما باز هم سعی کردیم تا از این پرسشنامه برای دریافت رده بندی سنتی راه برای عرضه بازی های داخلی هموار تر کنیم.

احمدی با اشاره به اینکه سوالات پرسشنامه ها چندان پیچیده نیست گفت: سوالات طوری درنظر گرفته شده اند که بازی سازان بتوانند به راحتی به آن ها پاسخ دهند و شاید بتوان گفت بازی سازان نهایتا ۱۰ دقیقه زمان نهایتا می برد که براحتی این معرفت را دریافت کنند گفت: حساسیت روی این مورد بیش از بقیه است و صرفاً به پرسش نامه اکتفا نمی شود. ما توصیه می کنیم اگر بازی سازان فکر می کند ممکن است بازی آن ها مسئله اخلاقی خاصی داشته باشد، از کارشناسان بخش ESRA کمک بگیرند و بازی خود را قبل از انتشار برای این بخش بفرستند تا کارشناسی های لازم خواهیم کرد تا با روند آن آشنا شوند. چیز جدیدی به آن مدیر نظام رده بندی سنتی بازی ها افزود: در اینده نزدیک این پرسشنامه را برای بازی سازان ارسال خواهیم کرد تا با روند آن آشنا شوند. چیز جدیدی به آن اتفاق نشده و همان معیارهای ESRA که اکثر بازی سازان با آن آشنا هستند در قالب پرسشنامه اورده شده است.

خبرنگاری پاناس

رونده «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد

نشست «تشریح روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی» روز یکشنبه ۱۶ مهر ماه با با حضور مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، معاون نظارت و مدیر رده بندی سنتی بازی های رایانه ای و همچنین بازی سازان برگزار شد.

به گزارش پانا، طرح «ممیزی پس از نشر» که به منظور هموار ساختن راه برای عرضه بازی های داخلی از ابتدای سال ۹۴ اجرایی می شود، به زودی با اضافه شدن پرسشنامه ای به مارکت های دیجیتال تکمیل خواهد شد.

حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره ممیزی پس از نشر گفت: ما معتقدیم که باید میان بازی های داخلی و خارجی تفاوت قابل شد و در این راستا در درجه اول باید روند عرضه بازی های ایرانی را تسهیل کنیم تا راحت تر بتوانند به کسب و کار خود پیروزی کنند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی ها را منوط به مجوز بنیاد کنیم، به دلیل تعداد سیار زیاد بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد. وی خاطرنشان کرد: نکته مهم دیگر، آبیدت بازی هاست و بازی سازان خودشان تصمیم می گیرند که چه زمانی برای بازی هایشان آبیدت منتشر کنند. ممکن است این آبیدت ها تنها برای رفع اشکالات باشد یا ممکن است تغییرات محتوایی در بازی ایجاد کرده باشد. به همین دلیل هیچ کشوری در دنیا برای آبیدت ها مجوز جدایانه صادر نمی کند و این مسئله کار بیوهوده ای است.

کریمی قدوسی ادامه داد: به همین دلیل تصمیم گرفتیم تا ابتدا بازی سازان موبایلی بازی خود را منتشر کنند و سپس ما بازی را بررسی کنیم. اتفاقی که از سال ۹۴ اجرای می شود، یعنی نظام رده بندی سنتی ESRA پنلی در مارکت ها دارد که پس از انتشار بازی ها آن ها را بررسی کرده و به آن ها رده سنتی می دهد. مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به این که این طرح مشکلاتی را نیز به همراه داشته است گفت: از آنجایی که بازی ساز پیش از هر فرد دیگری به محتوای بازی خود احاطه دارد، تصمیم بر آن شد تا از این پس پرسشنامه ای تهیه شده تا پیش از انتشار بازی، توسط پایه ای این پرسشنامه به صورت خودکار مشخص خواهد گرد که که رده سنتی مناسب این بازی کدام است. پس از تکمیل پرسشنامه، نظام ESRA پاسخ ها را با محتوای بازی مقایسه کرده و اگر مغایرتی با میارهای خود بیست آن را اصلاح می کند. در صورتی که تمام سوال ها به درستی پاسخ داده باشند، بازی همان رده سنتی را که توسط پرسشنامه تعیین شده دریافت خواهد گرد.

وی افزود: در نظر داریم این پرسشنامه تا دو ماه آینده در پنل های مارکت های دیجیتال تعبیه شده و این طرح اجرایی شود. انتشار بازی های موبایلی خارجی منوط به دریافت مجوز است. کریمی قدوسی در رابطه با انتشار بازی های موبایلی خارجی گفت: ممیزی پس از نشر برای این دست از بازی ها اعمال نمی شود بلکه انتشار این بازی ها منوط به دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای است.

وی افزود: دلایل مختلفی برای این کار وجود دارد. مثلاً ناشر یک بازی خارجی که آن را هم منتشر کرده اما از نظر محتوایی مشکل دارد، پیش پرداخت قابل توجهی را به مازانده خارجی بازی برداخت کرده است. در چنین حالتی شرایط برای این ناشر خیلی سخت شده و ممکن است در صورت حذف بازی متضرر شود. در نتیجه تصمیم گرفتیم تا به بازی های خارجی قبل از انتشار مجوز دهیم تا هم از نظر محتوایی بازار را کنترل کنیم و هم مشکلی برای ناشر داخلی پیش نیاید. محمدرضا داودی معاون نظارت و ارزشیابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این زمینه گفت: صدور مجوز بازی های خارجی از طریق سامانه ملی بازی های رایانه ای به صورت کاملاً الکترونیکی انجام خواهد شد تا بروکراسی های اداری به حداقل ممکن برسد. برنامه داریم تا مجوز انتشار بازی های موبایلی خارجی را تهایتاً طی یک هفته صادر کنیم.

او اینها را جدی به مارکت های دیجیتال (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر) - حسن کریمی قدوسی در پاسخ به پرسش یکی از بازی سازان درباره بررسی محتوای بازی ها توسط برخی مارکت ها گفت: تاکنون برخی از مارکت ها خودشان ممیزی های را در نظر گرفته بودند و گاهی اوقات اختلافاتی با نظام رده بندی **ESRA** داشتند، اما اولین محتوای تایید و بررسی گردید. اگر در این زمینه همکاری های لازم صورت نگیرد برخلاف میل مان انتشار تمام بازی ها را منوط به دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای خواهیم گردید. اگر تمام مارکت ها تا دو ماه آینده در اختیار ما قرار دهند؛ اگر محتوای یک بازی مورد تایید نباشد، **ESRA** می تواند بازی را مستقیماً از مارکت حذف نماید تا زمانی که محتوای بازی اصلاح شود.

کریمی قدوسی بیان کرد: اخیراً تیز به بازی سازان بیش از ۵۰۰ بازی ایمیل زده شده تا محتوای بازی های خود را اصلاح کنند و اگر طی دو هفته این اتفاق نیافتد این بازی ها تا زمان اصلاح از روی مارکت حذف می شوند.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تشریح کرد: همزمان که ما قصد داریم فضای کسب و کار را آزاد کنیم، به تمددا نظارتی خودمان نیز پایبندیم و قصد تداریج یکی را فدای دیگری کنیم.

۱۸۰۰۰ بازی موبایلی بررسی شده اند رضا احمدی مدیر نظام رده بندی سنی بازی های رایانه ای نیز در ادامه این مراسم گفت: تا به امروز ۱۸ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی شده اند و ما تلاش کردیم تا در این دو سال گذشته کمترین را در این مورد برای بازی سازان داخلی به وجود بیاوریم. وی افزود: با این حال ما باز هم سعی کردیم تا با ارایه پرسشنامه برای دریافت رده بندی سنی راه را برای عرضه بازی های داخلی هموار تر کنیم. احمدی با اشاره به اینکه سوالات پرسشنامه ها چندان پیچیده نیست گفت: سوالات طوری درنظر گرفته شده اند که بازی سازان بتوانند به راحتی به آن ها پاسخ دهند و شاید بتوان گفت بازی سازان نهایتاً ۱۰ دقیقه زمان برای پر کردن فرم پرسشنامه وقت صرف خواهد کرد. احمدی درباره موارد اخلاقی بازی ها که براساس سلایق و تفکرات انسان ها ممکن است متفاوت باشد گفت: حساسیت روی این مورد بیش از بقیه است و صرفاً به پرسش نامه اکتفا نمی شود. ما توصیه می کنیم اگر بازی سازان فکر می کند ممکن است بازی آن ها مسئله اخلاقی خاصی داشته باشد، از کارشناسان بخش **ESRA** کمک بگیرند و بازی خود را قبل از انتشار برای این بخش بفرستند تا کارشناسی های لازم انجام و شک و شبهات برطرف شود. مدیر نظام رده بندی سنی بازی ها افزود: در آینده نزدیک این پرسش نامه را برای بازی سازان لرسال خواهیم کرد تا با روند آن آشنا شوند. چیز جدیدی به آن اضافه نشده و همان معیارهای **ESRA** که اکثر بازی سازان با آن آشنا هستند در قالب پرسش نامه اورده شده است.

رونده «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد (۱۳۹۷/۰۷/۱۸)

نشست تشریح روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی با حضور مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، معاون نظارت و مدیر رده بندی سنی بازی های رایانه ای و همچنین بازی سازان برگزار شد.

به گزارش گروه علم و فناوری آنا، طرح ممیزی پس از نشر که به منظور هموار ساختن راه برای عرضه بازی های داخلی از ابتدای سال ۹۴ اجرایی می شود، به زودی با اضافه شدن پرسش نامه ای به مارکت های دیجیتال تکمیل خواهد شد. حسن کریمی قدوسی، مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، درباره ممیزی پس از نشر گفت: «ما معتقدیم که باید میان بازی های داخلی و خارجی تفاوت قابل شد و در این راستا در درجه اول باید روند عرضه بازی های ایرانی را تسهیل کنیم تا راحت تر بتوانند به کسب و کار خود پردازند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی ها را منوط به مجوز بنیاد کنیم، به دلیل تعداد سیار زیاد بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد».

وی در ادامه افزود: «نکته مهم دیگر، آیدیت بازی هاست و بازی سازان خودشان تصمیم می گیرند که چه زمانی برای بازی هایشان آیدیت منتشر کنند. ممکن است این آیدیت ها تنها برای رفع اشکالات باشد یا ممکن است تغییرات محتوایی در بازی ایجاد کرده باشد به همین دلیل هیچ کشوری در دنیا برای آیدیت ها مجوز جدایگانه صادر نمی کند و این مسئله کار بیهوده ای است».

کریمی قدوسی ادامه داد: «به همین دلیل تصمیم گرفتیم تا ابتدا بازی سازان موبایلی بازی را بررسی کنیم. اتفاقی که از سال ۹۴ انجام می شود، یعنی نظام رده بندی سنی **ESRA** پنلی در مارکت ها دارد که پس از انتشار بازی ها آنها را بررسی می کند و به آنها رده سنی می دهد». مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به این که این طرح مشکلاتی را نیز به همراه داشته است گفت: «از آنجایی که بازی ساز بیش از هر فرد دیگری به محتوای بازی خود احاطه دارد، تصمیم بر آن شد تا این پس پرسش نامه ای تهیه شده تا پیش از انتشار بازی، توسط بازی های این پرسش نامه به صورت خودکار مشخص خواهد گردید که رده سنی مناسب این بازی کدام است. پس از تکمیل پرسش نامه، نظام **ESRA** پاسخ ها را با محتوای بازی مقایسه کرده و اگر مغایرتی با معیارهای خود بییند آن را اصلاح می کنند. در صورتی که تمام سوال ها به درستی پاسخ داده باشند، بازی همان رده سنی را که توسط پرسش نامه تعیین شده دریافت خواهد کرد».

وی افزود: «در نظر داریم این پرسش نامه تا دو ماه آینده در پنل های مارکت های دیجیتال تعبیه شده و این طرح اجرایی شود». انتشار بازی های موبایلی خارجی منوط به دریافت مجوز است.

کریمی قدوسی در رابطه با انتشار بازی های موبایلی خارجی گفت: «ممیزی پس از نشر برای این دست از بازی ها اعمال نمی شود بلکه انتشار این بازی ها منوط به دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای است».(ادامه دارد...)

(ادامه خبر...) وی افزود: «دلایل مختلفی برای این کار وجود دارد مثلاً ناشر یک بازی خارجی که آن را هم منتشر کرده اما از نظر محتوایی مشکل دارد، پیش برداخت قابل توجهی را به سازنده خارجی بازی پرداخت کرده است. در چنین حالتی شرایط برای این ناشر خیلی سخت شده و ممکن است در صورت حذف بازی مشضور شود. در نتیجه تصمیم گرفته شده تا بازی های خارجی قبل از انتشار مجوز دهیم تا هم از نظر محتوایی بازار را کنترل کنیم و هم مشکلی برای ناشر داخلی پیش نیاید».

محمد رضا داودی معاون نظارت و ارزشیابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این زمینه گفت: «صدر مجوز بازی های خارجی از طریق سامانه ملی بازی های رایانه ای به صورت کاملاً الکترونیکی انجام خواهد شد تا بروکر اسی های اداری به حداقل ممکن برسد. برنامه داریم تا مجوز انتشار بازی های موبایلی خارجی را تهایتاً طی یک هفته صادر کنیم».

او لیستاتوم جدی به مارکت های دیجیتال

حسن کریمی قدوسی در پاسخ به پرسش یکی از بازی های رایانه ای در این زمینه گفت: «تاکنون برخی از مارکت ها خودشان ممیزی هایی را در نظر گرفته بودند و گاهی اوقات اختلافاتی با نظام رده بندی ESRA داشتند اما او لیستاتومی جدی به تمام مارکت ها داده شده که از این پس تنها ESRA است که باید بازی ها را از نظر محتوایی تایید و برسی کند اگر در این زمینه همکاری های لازم صورت نگیر برخلاف میل مان انتشار تمام بازی ها را متوجه دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای خواهیم کرد».

وی افزود: «در همین راستا و در پنلی که قرار است مارکت ها تا دو ماه آینده در اختیار ما قرار دهند؛ اگر محتوای یک بازی مورد تایید نباشد، ESRA می تواند بازی را مستقیماً از مارکت حذف نماید تا زمانی که محتوای بازی اصلاح شود».

کریمی قدوسی بیان کرد: «اخیراً نیز به بازی سازان پیش از ۵۰۰ بازی ایمیل زده شده تا محتوای بازی های خود را اصلاح کنند و اگر طی دو هفته این اتفاق نیافتد این بازی ها تا زمان اصلاح از روی مارکت حذف می شوند».

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تشریح کرد: «همزمان که ما قصد داریم فضای کسب و کار را آزاد کنیم، به تعهدات نظارتی خودمان نیز پایندیم و قصد نداریم یکی را فدای دیگری کنیم».

پیش از ۱۸۰۰ بازی موبایلی برسی شده اند

رضاحمدی، مدیر نظام رده بندی سنی بازی های رایانه ای، نیز در ادامه این مراسم گفت: «تا به امروز ۱۸ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی شده اند و ما تلاش کردیم تا در این دو سال گذشته کمترین را در این مورد برای بازی سازان داخلی به وجود بیاوریم».

وی افزود: «این حال ما باز هم سعی کردیم تا بازیه پرسنله مهندسی دریافت گرفته شده اند که بازی سازان بتوانند به راحتی به آن ها پاسخ دهند و شاید بتولن گفت بازی سازان نهایتاً ۱۰ دقیقه زمان برای پر کردن فرم پرسنله وقت صرف خواهند کرد».

احمدی درباره موارد اخلاقی بازی ها که براساس سلاسل و تقدیرات انسان ها ممکن است بازی آن ها مستلزم اخلاقی خاصی داشته باشد، از کارشناسان بخش به پرسش تامة اکتفا نمی شود. ما توصیه می کنیم اگر بازی سازان فکر می کنند ممکن است بازی آن ها مستلزم اخلاقی خاصی داشته باشد، از کارشناسان بخش ESRA کمک بگیرند و بازی خود را قبل از انتشار برای این بخش بفرستند تا کارشناسی های لازم انجام و شک و شباهت برطرف شود».

مدیر نظام رده بندی سنی بازی ها افزود: «در آینده تزدیک این پرسش تامة را برای بازی سازان ارسال خواهیم کرد تا روند آن آشنا شوند. چیز جدیدی به آن اتفاق نشده و همان معیارهای ESRA که اکثر بازی سازان با آن آشنا هستند در قالب پرسش تامة آورده شده است».

روند «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد

ایرانیان نشست «تشریح روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی» روز یکشنبه ۱۶ مهر ماه با حضور مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، معاون نظارت و مدیر رده بندی سنی بازی های رایانه ای و همچنین بازی سازان برگزار شد.

نشست «تشریح روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی» روز یکشنبه ۱۶ مهر ماه با حضور مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، معاون نظارت و مدیر رده بندی سنی بازی های رایانه ای و همچنین بازی سازان برگزار شد.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، طرح «ممیزی پس از نشر» که به منظور هموار ساختن راه برای عرضه بازی های داخلی از ابتدای سال ۹۴ اجرایی می شود، به زودی با اضافه شدن پرسش نامه ای به مارکت های دیجیتال تکمیل خواهد شد.

حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره ممیزی پس از نشر گفت: «ما معتقدیم که باید میان بازی های داخلی و خارجی تفاوت قابل شد و در این راستا در درجه اول باید روند عرضه بازی های ایرانی را تسهیل کنیم تا راحت تر بتوانند به کسب و کار خود پردازند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی ها را متوسط به مجوز بنیاد کنیم، به دلیل تعداد سیار زیاد بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد.

وی خاطر نشان کرد: نکته مهم دیگر، آبدیت بازی هاست و بازی سازان خودشان تصمیم می گیرند که چه زمانی برای بازی هایشان آبدیت منتشر کنند. ممکن است این آبدیت ها تنها برای رفع اشکالات باشد یا ممکن است تغییرات محتوایی در بازی ایجاد کرده باشد. به همین دلیل هیچ کشوری در دنیا برای آبدیت ها مجوز جدایانه صادر نمی کند و این مستلزم کار بیهوده ای است.

کریمی قدوسی ادامه داد: به همین دلیل تصمیم گرفته شده تا این بازی موبایلی بازی خود را منتشر کنند و میس م بازی را بررسی کنیم. (ادامه دارد...)



(ادامه خبر ...) اتفاقی که از سال ۹۴ انجام می شود یعنی نظام رده بندی سنی **ESRA** پنلی در مارکت ها دارد که پس از انتشار بازی ها آن ها را بررسی کرده و به آن ها رده سنی می دهد.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به این که این طرح مشکلاتی را نیز به همراه داشته است گفت: از آنجایی که بازی ساز پیش از هر فرد دیگری به محتوای بازی خود احاطه دارد، تصمیم برو آن شد تا از این پس پرسش نامه ای تهیه شده تا پیش از انتشار بازی، توسط پاسخ های این پرسش نامه به صورت خودکار مشخص خواهد کرد که رده سنی مناسب این بازی کدام است. پس از تکمیل پرسش نامه، نظام **ESRA** پاسخ ها را با محتوای بازی مقایسه کرده و اگر مغایرتی با معیارهای خود بیند آن را اصلاح می کند. در صورتی که تمام سوال ها به درستی پاسخ داده باشد، بازی همان رده سنی را که توسط پرسش نامه تعیین شده دریافت خواهد کرد.

وی افزود: در نظر داریم این پرسش نامه تا دو ماه آینده در پنل های مارکت های دیجیتال تعبیه شده و این طرح اجرایی شود. انتشار بازی های موبایلی خارجی متوسط به دریافت مجوز است.

کریمی قدوسی در رابطه با انتشار بازی های موبایلی خارجی گفت: ممیزی پس از نشر برای این دست از بازی ها اعمال نمی شود بلکه انتشار این بازی ها متوسط به دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای است.

وی افزود: دلایل مختلفی برای این کار وجود دارد. مثلاً ناشر یک بازی خارجی که آن را هم منتشر کرده اما از نظر محتوایی مشکل دارد، پیش پرداخت قابل توجهی را به سازنده خارجی بازی پرداخت کرده است. در چنین حالتی شرایط برای این ناشر خیلی سخت شده و ممکن است در صورت حذف بازی متضرر شود. در نتیجه تصمیم گرفته شده تا بازی های خارجی قبل از انتشار مجوز دهیم تا هم از نظر محتوایی بازار را کنترل کیم و هم مشکلی برای ناشر داخلی پیش نیاید. محمدرضا دلوودی معاون نظارت و ارزشیابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این زمینه گفت: صدور مجوز بازی های خارجی از طریق سامانه ملی بازی های رایانه ای به صورت کاملاً الکترونیکی انجام خواهد شد تا بروکراسی های اداری به حداقل ممکن برسد. برنامه داریم تا مجوز انتشار بازی های موبایلی خارجی را نهایتاً طی یک هفته صادر کیم.

او لیکن این جدی به مارکت های دیجیتال

حسن کریمی قدوسی در پاسخ به پرسش یکی از بازی سازان درباره بررسی محتوایی بازی ها توسط برخی مارکت ها خودشان ممیزی هایی را در نظر گرفته بودند و گاهی اوقات اختلافاتی با نظام رده بندی **ESRA** داشتند. اما او لیکن این جدی به تمام مارکت ها داده شده که از این پس **ESRA** تنها است که باید بازی ها را از نظر محتوایی تایید و بررسی کند اگر در این زمینه همکاری های لازم صورت نگیر برخلاف میل مان انتشار تمام بازی ها را متوسط به دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای خواهیم کرد.

وی افزود: در همین راستا و در پنلی که قرار است مارکت ها تا دو ماه آینده در اختیار ما قرار دهند؛ اگر محتوایی یک بازی مورد تایید نباشد، **ESRA** می تواند بازی را مستقیماً از مارکت حذف نماید تا زمانی که محتوایی بازی اصلاح شود. کریمی قدوسی بیان کرد: اخیراً نیز به بازی سازان پیش از ۵۰۰ بازی ایمیل زده شده تا محتوایی بازی های خود را اصلاح کنند و اگر طی دو هفته این اتفاق نیافتد این بازی ها تا زمان اصلاح از روی مارکت حذف می شوند.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تشریح کرد: همزمان که ما قصد داریم فضای کسب و کار را آزاد کنیم، به تمهدات نظارتی خودمان نیز پایبندیم و قصد تداریم یکی را فدای دیگری کنیم.

۱۸۰۰۰ بازی موبایلی بررسی شده اند

رضاحمدی مدیر نظام رده بندی سنی بازی های رایانه ای نیز در ادامه این مراسم گفت: تا به امروز ۱۸ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی شده اند و ما تلاش کردیم تا در این دو سال گذشته کمترین را در این مورد برای بازی سازان داخلی به وجود بیاوریم.

وی افزود: با این حال ما باز هم سعی کردیم تا از این پرسشنامه برای دریافت رده بندی سنی راه را برای عرضه بازی های داخلی هموار تر کنیم. احمدی با اشاره به اینکه سوالات پرسشنامه ها چندان پیچیده نیست گفت: سوالات طوری درنظر گرفته شده اند که بازی سازان بتوانند به راحتی به آن ها پاسخ دهند و شاید بتولن گفت بازی سازان نهایتاً ۱۰ دقیقه زمان برای پر کردن فرم پرسشنامه وقت صرف خواهند کرد.

احمدی درباره موارد اخلاقی بازی ها که برآساس سلایق و تفکرات انسان ها ممکن است متفاوت باشد گفت: حساسیت روی این مورد پیش از بقیه است و صرفاً به پرسش نامه اکتفا نمی شود. ما توصیه می کنیم اگر بازی سازان فکر می کند ممکن است بازی آن ها مستلزم اخلاقی خاصی داشته باشد، از کارشناسان بخش **ESRA** کمک بگیرند و بازی خود را قبل از انتشار برای این بخش بفرستند تا کارشناسی های لازم انجام و شک و شباهات برطرف شود.

مدیر نظام رده بندی سنی بازی ها افزود: در آینده نزدیک این پرسش نامه را برای بازی سازان ارسال خواهیم کرد تا روند آن آشنا شوند. چیز جدیدی به آن اضافه نشده و همان معیارهای **ESRA** که اکثر بازی سازان با آن آشنا هستند در قالب پرسش نامه آورده شده است.

استقبال ایرانی‌ها از بازی‌های موبایلی

گزارش آماری شرکت Superdata نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۶ درآمد بازی‌های موبایلی در دنیا، معادل ۶۰ میلیارد دلار بوده که بیشترین سهم نیز با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار قاره آسیاست.

خبرنامه دانشجویان ایران: کلیک نوشت: تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که به طور میانگین حدود ۲۰ دقیقه در روز بازی می‌گذرد.

طبق گزارش دایرک، تقریباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۶ در کشور وجود دارد که به طور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی می‌گذرد یعنی میانگین روزانه ما در بازی‌های موبایلی از میانگین دنیا بیشتر است. همچنین بازیکنان ایرانی، در مجموع ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومن را در سال ۹۶ صرف بازی‌های موبایلی کرده‌اند. این عدد، هزینه‌های ساخت افزار را دربرمی‌گیرد و فقط شامل پرداخت برای بازی‌ها می‌شود. جالب این که اگر به تفکیک سنی آمار به دست آمده نگاه کنیم بیش از ۵۵ درصد کهنسالان، خریدار هستند.

توجه به رده بندی سنی

آمارها نشان می‌دهند توجه به نشان رده بندی سنی در کشور رو به رشد است. در میان بازی‌بازان موبایلی، میزان توجه به رده بندی سنی به این تدقیک است: ۴۱ درصد توجه زیادی دارند.

۳۶ درصد تاحدوی توجه دارند و ۲۵ درصد اصلاً توجهی ندارند.

هادی جعفری منفرد، مدیر نظارت بر تحول سازمانی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در گفت و گو با کلیک درباره توجه به این رده بندی‌ها می‌گوید: «این مورد بسیار حائز اهمیت است که خانواده‌ها با مقهوم رده بندی سنی و ضرورت آن آشنا باشند و توجه به رده مناسب بازی برای هر گروه سنی داشته باشند، به همین دلیل راه اندازی وبسایت اسراء از برنامه‌های جدی بنیاد در سال جاری بوده که نسخه آزمایشی آن به پهنه برداری رسیده و در حال انجام تست‌های مختلف برای نسخه نهایی آن هستیم که امیدواریم این مهم در قسم جاری اتفاق بیافتد در این سایت خانواده‌ها با مقهوم رده بندی و ضرورت آن آشنا می‌شوند و همچنین بازی‌های مناسب برای هر رده سنی به همراه اطلاعات کامل آن و توصیه‌های کارشناسان نظام رده بندی را مشاهده خواهند کرد.»

بازی‌های دیجیتال؛ سومین رسانه بالاهتمام

با نگاه به پنج رسانه بالاهتمام برای بازی موبایلی کشور (چه مرد، چه زن) می‌بینیم هر دو گروه بازی‌های دیجیتال را به عنوان سومین رسانه‌ای که برایش وقت می‌گذراند انتخاب کرده‌اند.

این جایگاه بازی‌های دیجیتال در میان بازی‌بازها که حتی جلوتر از کتاب، سینما، روزنامه و مجله قرار گرفته است، نشان می‌دهد باید مواطن محظوظ محتوایی که در قالب آن عرضه می‌شود بود. سید حسینی، مدیرعامل دایرک در مورد این نگرانی می‌گوید: «جون بازی‌های موبایلی توزیع دیجیتال دارند، برخلاف بازی‌های بی‌سی و کنسولی که بیشتر فیزیکی توزیع می‌شوند، نظارت بر بازی‌های موبایلی بهتر است. از طرف دیگر بازی‌های موبایلی به دلیل گرافیک و داستان پردازی ساده‌تر، خیلی محتوایی آسیب رسان ندارند. بسیاری از بازی‌های ایرانی مطابق با فرهنگ ما ساخته می‌شوند، به همین دلیل محتوای مفید در آنها زیاد است. از طرف دیگر بحث بازی‌های جدی (بازی‌هایی که با هدف اولیه غیر از سرگرمی صرف ساخته می‌شوند) مطرح شده که ما هم سعی کردیم آنها را برای همه پلتفرم‌ها در قالب مسابقات مطرح کنیم.»

انسان تنها

در حالی که دلیل اصلی بیشتر بازی‌بازان کودک و نوجوان برای بازی کردن، لذت پخش بودن بازی است، جوانان، میانسالان و کهنسالان برای پر کردن اوقات تنهایی به بازی روی می‌آورند. از سوی دیگر یکی از ایراداتی که به بازی‌ها گرفته می‌شود این است که انسان‌ها را تنهای می‌کنند، ولی آمارها نشان می‌دهند ۴۹ درصد از گیمرهای ایرانی با دیگران بازی می‌کنند و با توجه به این که این آمار در ایالات متحده آمریکا ۵۴ درصد است، چندان وضعیت متفاوتی با دنیا نداریم. سید حسینی، مدیرعامل دایرک در این باره توضیح می‌دهد: «مامهایت رسانه‌های جدید به گونه‌ای است که سعی می‌کنند ارتباطات را افزایش دهند، ولی ازوماً کیفیت ارتباطات افزایش نصی یابد. غنای رسانه‌ای (ابزارهایی که در ارتباط می‌توان استفاده کرد) در بازی‌ها یا شبکه‌های اجتماعی بسیار کمتر است. به عنوان مثال شما احساسات را به صورت رو در رو بهتر می‌توانید منتقل کنید، ولی در شبکه‌های اجتماعی بیشتر به وسیله اموجی (اشکلک‌ها) می‌توانید این کار را انجام دهید. بنابراین در رسانه‌های مانند بازی‌های دیجیتال هرچند کمیت بالاتر است، اما سطح ارتباطات کاهش پیدا می‌کند. تلویزیون نیز به همین شکل عمل می‌کند، در گذشته افراد وقتی دور هم می‌نشستند با یکدیگر صحبت می‌کردند، ولی اکنون دور هم می‌نشینند و سریال نگاه می‌کنند. بازی‌های دیجیتال انواع مختلفی دارند و آنها که بازی‌های آنلاین انجام می‌دهند، با بازیکنان آنلاین دیگر که معمولاً نمی‌شناشند بازی می‌کنند. عده دیگری بازی‌های چند نفره با کنسول خانگی انجام می‌دهند که کیفیت ارتباط در آن بهتر است. حق تحقیقات نشان می‌دهد این بازی‌ها در تحکیم روابط خانوادگی نیز موثر است. بسیاری از بازی‌های موبایلی به صورت آنلاین و خانوادگی انجام می‌شوند، مثلاً بازی ایرانی کوئیز ای او کینگز در جمع خانوادگی نیز طرفدار دارد.»

چه برنامه‌ای برای آینده داریم؟

با توجه به درآمدزا بودن صنعت بازی در دنیا و تاثیر آن در آموزه‌ها و تفکر افراد، اگر از آن غافل شویم، هم فرهنگ و هم حجم زیادی از سرمایه خود را از دست داده ایم، بنابراین لزوم داشتن یک برنامه منسجم برای ورود به صنعت بازی در ایران لمس می‌شود.

هادی جعفری منفرد، مدیر نظارت بر تحول سازمانی درباره برنامه‌های بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای می‌گوید: «بنیاد در سال جاری دو برنامه کلان را در کنار برنامه‌هایی که سال گذشته داشته بیکاری می‌کنند، در واقع علاوه بر برنامه‌های حمایت از بازی‌های صادرات محور که از سال پیش شروع شد امسال در نظر داریم سند جامع حمایت از بازی‌های رایانه‌ای را تدوین و تهابی کنیم (تحت عنوان هرم حمایت) به گونه‌ای که حمایت از بازی‌سازان کاملاً ضایعه مند، جامع و تعالیٰ پخش باشد که با اجرایی شدن آن از سال آینده امیدواریم تحولی در حمایت از بازی‌سازان رخ دهد.» او در ادامه ضمن اشاره به توزیع بازی‌های PC از طریق پست دیجیتال می‌گوید: «برای تحریک تقاضا سمت مصرف کننده هم لازم است اقدامات لازم صورت گیرد به همین دلیل طراحی کمپین (ادامه دارد...)»

(ادامه خبر ...) حمایت از بازی های ایرانی را تیز در دستور کار داریم».



به منظور تسهیل انتشار بازی های ایرانی انجام شد رده بندی سنی بازی های ایرانی با خوداظهاری

نشست «تشریح روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی» با حضور بازی سازان برگزار شد.

فناوران - طرح «ممیزی پس از نشر» که به منظور هموار ساختن راه برای عرضه بازی های داخلی از ابتدای سال ۹۴ اجرای می شود، به زودی با اضافه شدن پرسشنامه ای به مارکت های دیجیتال تکمیل خواهد شد.

حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره ممیزی پس از نشر گفت: ما معتقدیم که باید میان بازی های داخلی و خارجی تقاضات قائل شد و در این راستا در درجه اول باید روند عرضه بازی های ایرانی را تسهیل کنیم تا راحت تر بتوانند به کسب و کار خود پردازند به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی ها را منوط به مجوز بنیاد کنیم، به دلیل تعداد سیار زیاد بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد. وی خاطرنشان کرد: نکته مهم دیگر، آبیدت بازی هاست و بازی سازان خودشان تصعیم می گیرند که چه زمانی برای بازی های شان آبیدت منتشر کنند، ممکن است این آبیدت ها تنها برای رفع اشکالات باشد یا ممکن است تغییرات محتوایی در بازی ایجاد کرده باشد به همین دلیل هیچ کشوری در دنیا برای آبیدت ها مجوز جدایگانه صادر نمی کند و این مساله کار بیهوده است.

کریمی قدوسی ادامه داد: به همین دلیل تصمیم گرفتیم تا ابتدای بازی سازان موبایلی بازی خود را منتشر کنند و سپس ما بازی را بررسی کنیم. اتفاقی که از سال ۹۴ آغاز می شود، یعنی نظام رده بندی سنی **ESRA** پنلی در مارکت ها دارد که پس از انتشار بازی ها آن ها را بررسی کرده و به آن رده سنی می دهد. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه این طرح مشکلاتی را تیز به همراه داشته است، گفت: از آنجایی که بازی ساز بیش از هر فرد دیگری به محتوای بازی خود احاطه دارد، تصمیم بر آن شد تا این پس پرسشنامه ای تهیه شده تا پیش از انتشار بازی، توسط بازی ساز پر شود. پاسخ های این پرسشنامه به صورت خودکار شخص خواهد کرد که رده سنی مناسب این بازی کدام است. پس از تکمیل پرسشنامه، نظام **ESRA** پاسخ ها را با محتوای بازی مقایسه کرده و اگر مقایرتی با معیارهای خود بینند، آن را اصلاح می کند. در صورتی که تمام سوال ها به درستی پاسخ داده شوند، بازی همان رده سنی را که به وسیله پرسشنامه تعیین شده دریافت خواهد کرد.

وی افزود: در نظر داریم این پرسشنامه تا دو ماه آینده در پنل های مارکت های دیجیتال تعبیه شده و این طرح اجرایی شود.

انتشار بازی های موبایلی خارجی منوط به دریافت مجوز است.

کریمی قدوسی در رابطه با انتشار بازی های موبایلی خارجی گفت: ممیزی پس از نشر برای این دست از بازی ها اعمال نمی شود بلکه انتشار این بازی ها منوط به دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای است.

وی افزود: دلایل مختلف برای این کار وجود دارد. مثلاً تاثیر یک بازی خارجی که آن را هم منتشر کرده اما از نظر محتوایی مشکل دارد، پیش پرداخت قابل توجهی را به سازنده خارجی بازی برداخت کرده است. در چنین حالی شرایط برای این ناشر خیلی سخت شده و ممکن است در صورت حذف بازی متضرر شود. در نتیجه تصمیم گرفتیم تا به بازی های خارجی قبل از انتشار مجوز دهیم تا هم از نظر محتوایی بازار را کنترل کنیم و هم مشکلی برای تاثیر داخلی پیش نیاید. محمدرضا داودی، معاون نظارت و ارزشیابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: صدور مجوز بازی های خارجی از طریق سامانه ملی بازی های رایانه ای به صورت کاملاً الکترونیکی انجام خواهد شد تا بروکراسی های اداری به حداقل ممکن برسد. برنامه داریم تا مجوز انتشار بازی های موبایلی خارجی را نهایتاً حل یک هفته صادر کنیم.

مارکت های دیجیتال مراقب باشند

حسن کریمی قدوسی در پاسخ به پرسش یکی از بازی سازان درباره بررسی محتوای بازی ها ازسوی برخی مارکت ها گفت: تاکنون برخی از مارکت ها خودشان ممیزی هایی را در نظر گرفته بودند و گاهی اوقات اختلافاتی با نظام رده بندی **ESRA** داشتند. اما اوایل اوتیما تو می دند. اگر در این زمینه همکاری های لازم صورت نگیرد، بخلاف میل مان انتشار تمام بازی ها را منوط به دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای خواهیم کرد.

وی افزود: در همین راستا و در پنلی که قرار است مارکت ها تا دو ماه آینده در اختیار ما قرار دهند؛ اگر محتوای یک بازی مورد تایید نباشد، **ESRA** می تواند بازی را مستقیماً از مارکت حذف کند تا زمان اصلاح این بازی ایجاد شود.

کریمی قدوسی بیان کرد: اخیراً تیز به بازی سازان پیش از ۱۸۰۰ بازی ایمیل زده شده تا محتوای بازی های خود را اصلاح کنند و اگر طی دو هفته این اتفاق نیافتد، این بازی ها تا زمان اصلاح از روی مارکت حذف می شوند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: همزمان که ما قصد داریم فضای کسب و کار را آزاد کنیم، به تمهدات نظارتی خودمان تیز پاییزدیم و قصد تداریم یکی را فدای دیگری کنیم.

۱۸۰۰۰ بازی موبایلی بررسی شده اند

رضا احمدی، مدیر نظام رده بندی سنی بازی های رایانه ای تیز در ادامه این مراسم گفت: تا به امروز ۱۸ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی شده اند و ما تلاش کردیم تا در این دو سال گذشته کمترین را در این باره برای بازی سازان داخلی به وجود بیاوریم.

وی افزود: با این حال ما باز هم سعی کردیم تا با ارایه پرسشنامه برای دریافت رده بندی سنی راه را برای عرضه بازی های داخلی هموار تر کنیم (ادامه دارد ...).

(ادامه خبر ...) احمدی با بیان اینکه سوالات پرسشنامه ها چندان پیچیده نیست، گفت: سوالات طوری درنظر گرفته شده اند که بازی سازان بتوانند به راحتی به آن ها پاسخ دهند و شاید بتوان گفت بازی سازان نهایتاً ۱۰ دقیقه زمان برای پر کردن فرم پرسشنامه وقت صرف خواهد کرد. احمدی درباره موارد اخلاقی بازی ها که براساس سلایق و تفکرات انسان ها ممکن است متفاوت باشد گفت: حساسیت روی این مورد بیش از بقیه است و صرفاً به پرسش نامه اکتفا نمی شود. ما توصیه می کنیم اگر بازی سازان فکر می کنند ممکن است بازی آن ها مساله اخلاقی خاصی داشته باشد از کارشناسان بخشن ESRA کمک پیگیرند و بازی خود را قبیل از انتشار برای این بخش بفرستند تا کارشناسی های لازم انجام و شک و شبهات برطرف شود. مدیر نظام رده بندی سنی بازی ها افزود: در آینده نزدیک این پرسش نامه را برای بازی سازان ارسال خواهیم کرد تا روند آن آشنا شوند. چیز جدیدی به آن اضفای نشده و همان معیارهای ESRA که اکثر بازی سازان با آن آشنا هستند در قالب پرسش نامه آورده شده است.



به منظور تسهیل انتشار بازی های ایرانی انجام شد رده بندی سنی بازی های ایرانی با خوداظره ای

نشست «تشریح روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی» با حضور بازی سازان برگزار شد.

طرح «ممیزی پس از نشر» که به منظور هموار ساختن راه برای عرضه بازی های داخلی از ابتدای سال ۹۴ اجرایی می شود به زودی با اضافه شدن پرسش نامه ای به مارکت های دیجیتال تکمیل خواهد شد.

حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره ممیزی پس از نشر گفت: ما معتقدیم که باید میان بازی های داخلی و خارجی تفاوت قابل شد و در این راستا در درجه اول باید روند عرضه بازی های ایرانی را تسهیل کنیم تا راحت تر بتوانند به کسب و کار خود پردازند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی ها را مبنوط به مجوز بنیاد کنیم، به دلیل تعداد سیار زیاد بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد.

وی خاطرنشان کرد: نکته مهم دیگر، آبیدت بازی هاست و بازی سازان خودشان تصمیم می گیرند که چه زمانی برای بازی هایشان آبیدت منتشر کنند. ممکن است این آبیدت ها تنها برای رفع اشکالات باشد یا ممکن است تغییرات محتوایی در بازی ایجاد کرده باشد. به همین دلیل هیچ کشوری در دنیا برای آبیدت ها مجوز جداگانه صادر نمی کند و این مساله کار بیمهوده ای است.

کریمی قدوسی ادامه داد: به همین دلیل تصمیم گرفتیم تا ابتدا بازی سازان موبایلی بازی خود را منتشر کنند و سپس ما بازی را بررسی کنیم. اتفاقی که از سال ۹۴ انجام می شود، یعنی نظام رده بندی سنی ESRA پنلی در مارکت ها دارد که پس از انتشار بازی ها آن ها را بررسی کرده و به آن رده سنی می دهد. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه این طرح مشکلاتی را نیز به همراه داشته است، گفت: از آنجایی که بازی ساز بیش از هر فرد دیگری به محتوای بازی خود احاطه دارد، تصمیم بر آن شد تا این پس پرسش نامه ای تهیه شده تا بیش از انتشار بازی، توسط بازی ساز پر شود. پاسخ های این پرسش نامه به صورت خودکار مشخص خواهد کرد که رده سنی مناسب این بازی کدام است. پس از تکمیل پرسش نامه، نظام ESRA پاسخ ها را با محتوای بازی مقایسه کرده و اگر مقایرتی با معیارهای خود بینند، آن را اصلاح می کند. در صورتی که تمام سوال ها به درستی پاسخ داده شوند، بازی همان رده سنی را که به وسیله پرسش نامه تعیین شده دریافت خواهد کرد.

وی افزود: در نظر داریم این پرسش نامه تا دو ماه آینده در پنل های مارکت های دیجیتال تعبیه شده و این طرح اجرایی شود. انتشار بازی های موبایلی خارجی مبنوط به دریافت مجوز است.

کریمی قدوسی در رابطه با انتشار بازی های موبایلی خارجی گفت: ممیزی پس از نشر برای این دست از بازی ها اعمال نمی شود بلکه انتشار این بازی ها مبنوط به دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای است.

وی افزود: دلایل مختلفی برای این کار وجود دارد. مثلاً ناشر یک بازی خارجی که آن را هم منتشر کرده اما از نظر محتوای مشکل دارد، پیش پرداخت قابل توجهی را به سازنده خارجی بازی برداخت کرده است. در چنین حالتی شرایط برای این ناشر خیلی سخت شده و ممکن است در صورت حذف بازی متضرر شود. درنتیجه تصمیم گرفتیم تا به بازی های خارجی قبل از انتشار مجوز دهیم تا هم از نظر محتوایی بازار را کنترل کنیم و هم مشکلی برای ناشر داخلی پیش نیاید. محدرضا داودی، معاون نظارت و ارزشیابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: صدور مجوز بازی های خارجی از طریق سامانه ملی بازی های موبایلی خارجی را نهایتاً علی یک هفته صادر کنیم.

مارکت های دیجیتال مراقب باشد

حسن کریمی قدوسی در پاسخ به پرسش یکی از بازی سازان درباره بررسی محتوای بازی ها از سوی برخی مارکت ها گفت: تاکنون برخی از مارکت ها خودشان ممیزی هایی را در نظر گرفته بودند و گاهی اوقات اختلافاتی با نظام رده بندی ESRA داشتند. اما اوایل میتمامی جدی به تمام مارکت ها داده شده که از این پس تهها ESRA است که باید بازی ها را از نظر محتوایی تایید و بررسی کند. اگر در این زمینه همکاری های لازم صورت نگیرد، برخلاف میل مان انتشار تمام بازی ها را مبنوط به دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای خواهیم کرد.

وی افزود: در همین راستا و در پنلی که قرار است مارکت ها تا دو ماه آینده در اختیار ما قرار دهند؛ اگر محتوای یک بازی مورد تایید نباشد، ESRA می تواند بازی را مستقیماً از مارکت حذف کند تا زمانی که محتوای بازی اصلاح شود.

کریمی قدوسی بیان کرد: اخیراً تیز به بازی سازان بیش از ۵۰۰ بازی ایمیل زده شده تا محتوای بازی های خود را اصلاح کنند و اگر علی دو هفته این اتفاق نیافتد، این بازی ها تا زمان اصلاح از روی مارکت حذف می شوند. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: هم زمان که ما قصد داریم فضای کسب و کار را آزاد کنیم، به تمهدات نظارتی خودمان نیز پایندیم و قصد داریم یکی را فناوری دیگری کنیم.

۱۸۰۰ بازی موبایلی بررسی شده اند

رضاحمدی، مدیر نظام رده بندی سنی بازی های رایانه ای نیز در ادامه این مراسم گفت: تا به امروز ۱۸ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی شده اند و ما تلاش کردیم تا در این دو سال گذشته کمترین را در این باره برای بازی سازان داخلی به وجود بیاوریم.

وی افزود: با این حال ما باز هم سعی کردیم تا از این پرسشنامه برای دریافت رده بندی سنی راه را برای عرضه بازی های داخلی هموارتر کنیم. احمدی با بیان اینکه سوالات پرسشنامه ها چندان پیچیده نیست گفت: سوالات طوری در نظر گرفته شده اند که بازی سازان بتوانند به راحتی به آن ها پاسخ دهند و شاید بتوان گفت بازی سازان نهایتاً ۱۰ دقیقه زمان برای پر کردن فرم پرسشنامه وقت صرف خواهند کرد. احمدی درباره موارد اخلاقی بازی ها که براساس سلامت و تفکرات انسان ها ممکن است متفاوت باشد گفت: حساسیت روی این مورد بیش از بقیه است و صرفاً به پرسش نامه اکتفا نمی شود. ما توصیه می کنیم اگر بازی سازان فکر می کنند ممکن است بازی آن ها ساله اخلاقی خاصی داشته باشد از کارشناسان بخش ESRA کمک بگیرند و بازی خود را قبیل از انتشار برای این بخش بفرستند تا کارشناسی های لازم انجام و شک و تیهات برطرف شود. مدیر نظام رده بندی سنی بازی ها افزود: در آینده نزدیک این پرسش نامه را برای بازی سازان ارسال خواهیم کرد تا با روند آن آشنا شوند. چیز جدیدی به آن اضافه نشده و همان معیارهای ESRA که اکثر بازی سازان با آن آشنا هستند در قالب پرسش نامه آورده شده است.



نمکزاری اکلاس

پاسخ یک فعال حوزه بازی های رایانه ای به بنیاد ملی بازی های رایانه ای بی خطر و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست / باید سعاد رسانه ای مسئولین و خانواده ها بالا برود تا آینده بهتری داشته

باشیم (۱۴۰۰-۰۷-۲۷)

یک فعال حوزه بازی های رایانه ای که در تشییع خبری انتقاداتی به نحوه عملکرد و مدیریت بنیاد ملی بازی های رایانه ای مطرح کرده بود، در پاسخ به جوابیه این بنیاد توضیحاتی را ارائه کرد.

به گزارش خبرنگار آموزش و پرورش خبرگزاری فارس، تشییع تخصصی بررسی وضعیت بازی های رایانه ای و مسائل پیرامون آن با حضور باشکوهی این از تولید کنندگان این بازی ها و حمید صدیق میرزاچی کارشناس رسانه های نوین در خبرگزاری فارس برگزار شد. پس از انتشار مطالب باشکوهی این بنیاد ملی با عنوان «۱۵۰ میلیارد تومانی بازی «کلش آف کلتز» در ایران / ماجراجوی وام ۱۴ میلیاردی به یک آغازاده!» حیوان آزاری در یک بازی رایانه ای تقدیر شده، بنیاد ملی بازی های رایانه ای توضیحاتی را تحت عنوان «رشد روزافزون تولید بازی های رایانه ای در کشور / رده بندی بیش از ۱۴ هزار بازی موبایلی بازی های رایانه ای، ارائه کرد. باشکوهی این نیز توضیحاتی را بر مطالب بنیاد ملی بازی های رایانه ای ارائه کرده است.

در این توضیحات آمده است: در کمال احترام برای مسئولین مجموعه بنیاد ملی بازی های رایانه ای و به جهت تنویر افکار عمومی، مطالب ذیل در پاسخ به این پیشنهاد ای آن بنیاد بیان می شود.

«هنر گوهر بسیار گران بهایی است که ارزش و گران بهایی آن فقط بدین جهت نیست که دل ها و چشم های را به خود جذب می کند - خیلی از چیزهایی که هنری نیست» ممکن است چشم ها و دل هایی را به خود جذب کند - نه، این یک موهبت و عطیه الهی است.

حقیقت هنر - هر نوع هنری - یک عطیه الهی است... هنرمند، هم در باب فرم و قالب هنر خودش و هم در قبال مضمون و محتوى تعهد دارد. کسی که فریجه هنری دارد، تباید به سطح پایین اکتفا کند. این یک تعهد است. هنرمند تبلیغ و بی تلاش، هنرمندی که برای تعالی کار هنری خودش و ایجاد خلاقیت تلاش نمی کند، در حقیقت به مسئولیت هنری خودش در قبال قالب عمل نکرده است ... علاوه بر این، تعهد در قبال مضمون و محتوى است. ما چه می خواهیم ارائه بدهیم؟ اگر انسان محترم و عزیز است، دل و ذهن و فکر او هم عزیز و محترم است. تمنی شود هر چیزی را به مخاطب داد، فقط به صرف این که او نشسته و از آثار ما استفاده می کند.» مقام مظلوم رهبری

۱- مدیرعامل محترم بنیاد ملی بازی های رایانه ای در بخش ۱ از پیشنهاد ملی بازی های رایانه ای در ابتدای مطلب اشاره شده که میزگرد با حضور دو نفر برگزارشده است اما در ادامه تنها سخنان یکی از حاضران آورده شده است که تشنان می دهد اساساً این مطلب خروجی یک میزگرد نیست بلکه تربیوتی یک طرفه برای اشاعه مطالب تا صحیح و نشر اکاذیب است.

نسبت به این اطلاعی شما از معنی میزگرد، نشست خبری، مناظره و... و نیز این اطلاعی شما از صحبت های مطرح شده در دو بخش متفاوت درباره فضای مجازی و بازی های رایانه ای عبور می کنم و قضایت را به خوانندگان واکنش می کنم.

اما درباره قسمتی که فرموده اید بندۀ مطالب ناصحیح و اکاذیب متشکر کرده ام، خدمتمن عرض می کنم اگر واقعاً کوچک ترین کنی در مطالب منتشر شده مشاهده فرموده اید، لطفاً طبق وعده ای که در تهدید نامه خود بر روی سایت رسمی بنیاد مطرح کرده اید و دیگران را نیز به شکایت علیه این جانب فراخوانده اید عمل کرده و بدون هیچ گونه بخشش و گذشت و رافت و معیشت در دادگاه علیه بندۀ اعلام جرم بفرمایید تا مطالب و مستنداتی که به دلیل رعایت اصول و ضوابط نمی توانم در رسانه ها مطرح کنم را در اختیار قانون بگذارم تا شاید دست درازی به بیت المال پایان یافته و مدیران بعدی این کسب و کار، کمی به فکر فرهنگ و پیشرفت این صنعت فرهنگی (و استراتژیک) در کشورمان باشند.(ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) اگر هم فقط در حد یک بیانیه و به جهت خالی نبودن فعالیت‌های بنیاد در مقابل معتقدین "گردش کاری" انجام داده اید و قصدی برای شکایت تدارید، بشارت می‌دهم که به زودی بنده به عنوان شاکی خصوصی از آن بنیاد "ملی" شکایت خواهم کرد. تا سیه روی شود هر که در او غش باشد.

- در بخشی از بند ۲ جوابیه فرموده اید: باید مشخص شود که این حرف‌ها بر اساس چه مستنداتی زده شده و کدام بازی ایرانی با چنین محتوایی تاکنون ساخته شده است که این گونه درباره بازی سازان ایرانی حرف زده می‌شود؟

صحبت‌هایی که در این نشست مطرح شد، فقط به قصد اصلاح امور بیان شده که متأسفانه حضرت عالی با دفاع بی دلیل از محتوای غلط برخی بازی‌های بومی که در دوران ریاست شما تولیدشده اند بازهم قدم در راه گل الود کردن آب برداشتید.

این همان نقطه اختلاف ما است. نگاه به محتوای محصولات فرهنگی از سوی بنده با نگاه به فرهنگ اقتصادی از محصولات فرهنگی که از سوی آن مجموعه تبلیغ می‌شود، تفاوت دارد.

اصلًا اگر به مقوله محتوای تولیدشده در محصولات فرهنگی به عنوان خواراک ذهنی برای گروه‌های منی مختلف به خصوص کودک و نوجوان نگاه کنیم، متوجه مشکل اصلی در بحث مطرح شده درباره قربانی شدن آینده کودک و نوجوان امروز (دانش آموزان) می‌شویم.

به تظرم برای آنکه ذهن مخاطبین، نسبت به ادعای اینجات و دعده‌گهه‌های بیان شده در نشست خبری درباره قریب الوقوع بودن بروز سونامی بی اخلاقی و بازگشت ادبیات دوران جاھلیت به ادبیات نسل جدید روش شود، کافی است خلاصه ای از چند داستان مجموعه بازی‌های ایرانی اصطلاحاً زرد تولیدشده برای تلفن‌های همراه در دوران تولیت حضرت عالی در همین بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای را عیناً ارائه کنم:

- بازی ... در این بازی شما چهار حرکت ویژه دارید: چک، بیخ! شایع کردن و عزیزه کشیدن! پس از شکست دادن هر حریف او را به پول خورد تبدیل می‌کنید. محیط بازی شما را به پشت صحنه ساخت فیلم های سیاه و سفید فارسی می‌برد. این بازی نبرد، گنده لات هاست که به صورت آتلاین هم زمان در اون باقیه نوجه‌های گنده لاتها به صورت کاملاً هم زمان و بالادرنگ به صورت مرحله‌ای مبارزه و رقابت می‌کنید.

صدھا نمونه بازی دیگر که یا شما می‌دانید این محتوا چه تأثیری بر آینده کودک و نوجوان این مژوبوم می‌گذارد که باید برای بینش شما افسوس خورد، یا نمی‌دانید که بازهم باید از این غفلت و سوء مدیریت افسوس خورد...

به نظر می‌رسد با توجه به عصبانیت شما و تهدید به شکایت و برچسب زنی به این جانب که فقط نقدی از سر دلسویی بیان کرده ام (توهین از طریق برخی رسانه‌ها فایده چندانی برایتان ندارد) باید با نگاه به عملکرد برخی مدیران فرهنگی در خصوص صدور اجازه تولید و نشر این قبل مخصوصات و البته سکوت ممتاز مولیان محترم بالادستی در شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی فضای مجازی که با عملکرد غلط و سکوت آن ها برای تولیدکنندگان بازی‌های ایرانی موضوع مدیریت فرهنگی و تأثیر محتوای تولیدشده در بازی‌ها به خوبی تبیین نشده است، باشیم و شما یا همکارانتان را تشویق هم کنیم تا خدای ناکرده به آقایان متولی فرهنگ برخورد و با برچسب زنی جنبان در افکار عمومی نیز متمم به جلوگیری از گردش آزاد اطلاعات نشونم.

قرار بود طبق دستورالعمل های صادره، شورای عالی فضای مجازی علاوه بر جبران اشتباہات فنی و احتمالی شورای عالی انقلاب فرهنگی برای این روزها و این اشکالات نیز برنامه داشته باشند، اما متأسفانه با تمام دل خوشی‌های که داشتیم آن شورا نیز ... فقط نقش میانجی بین دستگاه‌های متولی را بازی می‌کنندایه خصوص مجموعه ای که توقع داشتیم با حضور افراد ارزشمند در شورای عالی فضای مجازی، شرایط محظی در حوزه بازی‌هایی به حدی خوب شود که نیازی به تقدیم و بحث و گفتگو توسعه فردی چون من در رسانه‌ها نباشد و یکی متأسفانه نه تنها چیزی تغییر نکرده است حتی خروجی‌های سند ملی صنعت بازی‌های رایانه‌ای و آینین نامه‌های وعده شده در شورای عالی فضای مجازی برای پیمود صنعت گیم کشور نیز بیش از ۲ سال است که خروجی مفید و ملموس برای ما نداشته است.

... متأسفانه برای آینده کودکان امروزمان که قرار است با احیا فیلم فارسی درباره ادبیات زرد فرهنگ گذشته را از طریق بازی‌های رایانه‌ای زنده کنند و بر سر زبان بیندازند (تولید بیش از ۱۰۰ بازی رایانه‌ای بومی با محتوای زرد طی دو سال گذشته) و خاتمده هایی که بی خبر از این سونامی بی اخلاقی که محتوای آن با مجوز نماینده دولت عرضه می‌شوند، گوشی و تبلت‌ها را به عنوان سیاستگیری برای فرزندانشان تهیه کرده اند نیز کاری نمی‌توانیم انجام دهیم.

چون فعلاً متمم هستیم به آنکه می‌خواهیم جلوی پیشرفت و تمدن را بگیریم ... ما خود را فسران جنگ نرم می‌دانیم و همچنان تا پایان یافتن اشتباہات مدیریتی در این حوزه، از پایی نخواهیم اخند و حرف‌هایمان را بلندبیند و اتشی به اختیار می‌گوییم، شاید کسی شنید

در بخشی دیگر از همین بند از جوابیه، بنده را متمم کرده اید به تحریک و تشویق اذهان عمومی جامعه (فکر می‌کنم منظورتان تشویش اذهان عمومی بوده است) و از جانب بنده فرموده اید که گفته‌ام: تنها با اعتراض عمومی می‌توان کاری را به پیش برد !!

اینکه چرا جملات آن مصاحبه را این گونه خوانده اید و این همه برچسب به بنده زده اید را درک نمی‌کنم، البته احساس می‌کنم تیتر انتخاب شده برای بازنشر این نشست در برخی رسانه‌ها که با عنوان "آن برتر در حوزه بازی‌های رایانه‌ای" انتخاب شده بوده است به مناقش شما خوش نیامده و این گونه همه چیز را اشتباہ خوانده اید.

این تیتر که برگرفته از متن صحبت‌های بنده است به سلیقه آن خبرگزاری‌ها انتخاب شده است و البته بنده منظوری درباره شما به عنوان یک آقازاده محترم، تداشته ام و بیشتر صحبت‌ها درباره اشتباہات و زارت ارتیاطات، معاونت علمی ریاست جمهوری و... و اهدا وام‌های ادعایی ۱۰ میلیارد تومانی توسط وزیر محترم وقت و ادامه این مباحث توسط جناب آقای چهرمی به عنوان حمایت از بازی سازان ایران بود.

پس کمی با آزمش و متن این نشست را درباره بخوانید. مخاطبان محترم نیز بدون هیچ توضیح اضافه، یک بار دیگر عیناً بخشی از متن مصاحبه فوق را که در ذیل بیان می‌کنم بخوانند. تا قضاوت نمایید که چرا آقایان متولی فرهنگی با تهمت و سیاه نمایی از پاسخگویی فراری هستند.

در مصاحبه این گونه عرض کرده ام: در حال حاضر، تصمیم‌های اشتباہی گرفته اند و امروز فقط با یک تصمیم جدید، روبه رو شدن با یک اعتراض عمومی بین تولیدکنندگان و بالا رفتن هزینه اصلاح امور، شاید بتوان آینده را بهتر کرد. همان طور که مشاهده می‌نمایید، بشارت داده ام که اگر بخواهند آینده این صنعت فرهنگی را بهتر کنند باید تصمیم‌های جدیدی بگیرند که قطعاً این تصمیم‌ها منجر به یک اعتراض عمومی بین تولیدکنندگان بازی‌های رایانه‌ای (نه اعتراض در جامعه یا تحریک و تشویق اذهان عمومی به خرابکاری) می‌شود و مولیان فرهنگ باید آماده روبه رو شدن با آن نیز باشند! بگذریم...

- در بند ۲ جوابیه مدعی شده اید به تهمت زدن بنده درباره بی سوادی مستولان در حوزه بازی‌های رایانه‌ای و فرموده اید: در بنیاد ملی بازی‌ها (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) به اندازه کافی کارشناس خبره وجود دارد. در ادامه تیز اعتراف کرده اید که حتی اگر مستولان نهادهای دیگر سلطان کافی به سود حوزه بازی های رایانه ای تداشته باشد نیز اهمیت آن زیاد نیست چرا که تصمیم گیری ها در این زمینه باید با مرکزیت بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان مرجع تخصصی گرفته شود.

اگر به گفته خودتان مستولیت این حوزه بر عهده بنیاد است و نباید نگران بی سودی مستولان در خصوص تولید محصولی فرهنگی به تام بازی رایانه ای باشیم، پفرماید در خصوص فرهنگ سازی برای والدین کودک و نوجوان (دانش آموزان) که بحث اصلی این قسمت از نشست بوده است، چه کرده اید؟ همچنان معتقد هستم به دلیل بی سودی برخی مستولان نسبت به معنی VideoGame و جدی نگرفتن بازی های رایانه ای، امکان ایجاد زیرساخت های تبلیغاتی و اطلاع رسانی برای فرهنگ سازی بازی های رایانه ای وجود ندارد و البته همچنان مدعی هستم به دلیل بی سودی برخی مستولان وقت در سال های گذشته، حتی اساس نامه بنیادی که شما مدیر عامل آن هستید برخلاف قانون اساسی کشور (مواد ۱۱ و ۱۲ تا ۲۴ قانون خدمات کشوری که صراحتاً اجازه واگذاری امور حاکمیت در این حوزه به بخش خصوصی غیردولتی را داده اید) تصویب شده است. حضرت عالی مدعی عرب‌پاش بندۀ هستید؟ سبب الله، پاسخگو باشید: چرا وضعیت این کسب و کار با وجود افراد تجربه و با تجربه ای که شما فرموده اید در رأس مدیریت این حوزه نشسته اند این گونه است؟ این ولنگاری فرهنگی در محتواهای بازی های تولیدشده در ۲ سال گذشته از چه چیزی نشأت گرفته است؟ عدم رعایت عدالت برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای و عدم کارشناسی دقیق مشکلات بازی سازان در دوران قائم مقامی و مدیر عاملی شما‌ها احتمالی سروکاری بی سودی شما و گروههای مرتبط با شما و کم تجربی دیگر مستولان امر نسبت به حوزه بازی های رایانه ای؟ آیا نظارت، ساماندهی و شتاب دهنی آن مجموعه بر حوزه تولیدات فرهنگی فوق، هم زمان با اصلاح امور و بالا بردن سطح مواد دیجیتال مستولین و خانواده ها در کنار افزایش فهم تولیدکنندگان محترم نسبت به مقوله فرهنگ و محتوا بوده است یا بی تجربگی کرده اید و برای گزارش کار فقط به آمارها کفایت کرده اید؟

- در بند ۴ بیانیه، متأسفانه مدعی شده اید که صنعت بازی های رایانه ای مانند سینما نیست که هالیوود آن را تسخیر کرده است! و فرموده اید که منتب کردن بخشی از صنعت بازی های رایانه ای جهان به صهیونیست ها دارای اشکال است.

اعطاً پفرماید ماهیت مدیران، متخصصین و کهانی های بزرگ صهیونیست مازنده بازی های رایانه ای فاخر و AAA مانند Michael Jaret Harry, Albert WithScissors Robert Altman با Activision Blizzard Robert Kotick Strauss Zelnick Warner Bros Interactive Entertainment Sam & Jack Warner در T2 چیست؟ چرا وقتی تمام دنیای غرب حتی کارشناس هایی که شما آن ها را قبول دارید، صنعت بازی های ویدیویی را فراتر از سرگرمی می دانند و اذاعن دارند که آینده و تبدیل از طریق انتقال مقاومیت، با تولید محتواهای سرگرمی ها و بازی های رایانه ای در کنار فلسفه تولید عنایون مختلف و بزرگ این حوزه تهافت است، مردم و مستولین را به سمت مصرف گرانی محصولات بومی صرف آورید (بازی های ایرانی که بالآخر معرفی کردم) یا محصولات بعض ا逡ض وارداتی سوق می دهید و حتی اعتراض های رسانه ای به این رویه را نیز برنمی تایید و این گونه عصبانی می شوید؟

در حال حاضر باید برای تکذیب نقش مالکان صهیونیست در بخش قابل توجه از صنعت بازی های رایانه ای دنیا سینه چاک دهید و علیه جملات بندۀ در نشست خبری درباره برخی بازی سازان و لزوم توجه خانواده ها به محصولات سرگرمی وارداتی فرزندان بالای ۳ سال ایشان، تکذیب بدید یا باید برای اصلاح امور تولیدکنندگان و ساماندهی بازار آشفته محتواهای بازی های تولیدی داخل یا حتی وارداتی ها وقت بگذرانید؟ به کجا چنین شتابان؟

خواهندگان و مخاطبان عزیز نیز توجه داشته باشند که هدف از بیان این نمونه ها، آن است که صنعت بازی های رایانه ای را نیز مانند صنعت سینما جدی پنجه بندید و بدانید همه چیز در این حوزه بی خطوط و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست. باید هوشیار و بیناند بخشنده و بدانند بخشنده از این سرگرمی ها برای فرهنگ قومی و دین فرزندانشان مضر است، البته بازی های رایانه ای و سرگرمی های دیجیتال در کنار این حساسیت ها، صنعت سیار مهیج، زیبا و جذاب تری نسبت به سینما است و نمی توانیم تحت هیچ شرایطی فرزندان این مژده بوم را از تجربه این محصولات فرهنگی محروم نماییم، اما می توانیم آگاهانه انتخاب کنیم و با چشم انداختن به هر چه با مجوز امثال بنیاد ملی بازی های رایانه ای در اختیار عموم قرار گرفته است، اعتماد نکنیم، باید سواد دیجیتال و سواد رسانه ای مستولین و خانواده ها بالا ببرود تا آینده پهلوی داشته باشیم ...

- در بند ۵ و در قسمت بیان وظایف اصلی بنیاد (طبق مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی) بزرگ ترین اشتباه این سال ها را که شخصاً همیشه آن فریاد می زدم که شما عزیزان وظایف خودتان را تمنی دانید، به زیان خود تکرار کرده و اعتراف بدی کرده اید به نظر می رسد حق با من بوده است و مدیران محترم بنیاد کمی دچار سوءتفاهم هستند. لیست ارائه شده به عنوان وظایف اصلی بنیاد اشتباه است! درواقع این لیست، اهداف بنیاد (طبق اساس نامه مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی) است که متأسفانه حتی به یکی از بخش های اصلی اهداف تأسیس بنیاد (طبق اساس نامه) یعنی نظارت بر فرآیند تولید و واردات بازی های رایانه ای (حداقل در بخش تلقن های همراه) عمل نمی کنید و بدون سیر مراتب قانونی آن را از عملکرد خود حذف کرده اید (درباره این تخلف عجیب حضرت عالی مطالی را در بخش ۷ عرض خواهیم کرد)

شرح وظایف بنیاد طبق لیست ذیل و طبق مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی است:

- تهیه و تنظیم راهبردها و سیاست ها در زمینه بازی های رایانه ای جهت ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی - برنامه ریزی و طراحی کلان در زمینه این بازی ها در ابعاد مختلف تفربیتی، آموزشی و کمک آموزشی

تدوین سیاست های حمایتی و تشویقی در زمینه تهیه، تولید، واردات، صادرات و توزیع بازی های رایانه ای توسط بنیاد و بخش خصوصی به منظور ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی و تعریف سیاست های مناسب برای مقابله با بازیهای مضر و مخرب

استفاده از ظرفیت های داخل و خارج از کشور به منظور رشد و ارتقاء صنعت بازی های ویدیویی و رایانه ای

تدوین استانداردهایی لازم جهت برسی کمی و یکی واردادات و صادرات محصولات بازی های رایانه ای

تلاش در راستای تأمین حقوق مادی و معنوی تولیدکنندگان و مصرف کنندگان بازی های رایانه ای

برنامه ریزی و حمایت از اجرای دوره های آموزشی و پژوهشی موردنیاز باهدف تقویت مبانی نظری، علمی و کاربردی اسلامی و ایرانی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ایجاد زمینه برای رشد و شکوفایی خلاقیت های جوانان در صنعت سرگرمی و بازی بزرگواری، حمایت و شرکت در همایش ها، جشنواره ها و بازی های ملی، منطقه ای و جهانی

ایجاد زمینه جهت رقابت های علمی، فنی، فرهنگی و هنری میان دست اندر کاران فعال در صنعت سرگرمی و بازی به منظور ارتقا و رشد کمی و کیفی این صنعت تلاش در جهت توسعه همکاری های بین المللی به ویژه با کشورهای اسلامی در زمینه صنعت بازی های رایانه ای

حقیقتاً به عنوان مدیر عامل این بنیاد در عمل، کدام یک از این فعالیت ها که گویا در جریان نبوده اید که جزو وظایف اصلی آن بنیاد است (به شهادت متن جوابه بنیاد ملی بازی های رایانه ای) را به عنوان وظیفه می محول شده شورای عالی انقلاب فرهنگی اجسام داده اید ؟ لطفاً به فعالین این حوزه پر مخاطب گزارش ارائه

نمایید که مثلاً در حوزه همکاری های بین المللی به ویژه با کشورهای اسلامی که در شرح وظایف آن بنیاد با قید "به ویژه کشورهای اسلامی" بیان شده است،

چه کرده اید؟ به عنوان مثال در همین نمایشگاه اخیر **TGC** [چه مسیری را برای حضور کشورهای اسلامی در این نمایشگاه ترسیم نموده اید؟] البته با فرض آنکه

مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی را به صورت سلیمانی تفسیر ننموده اید. یا بفرمایید برای دوره های آموزشی حتی در انتیتو ملی بازی سازی

چه کرده اید؟ چرا گروه و عوامل مدیریتی و آموزشی آن مجموعه آموزشی که به گواه مخاطبان آن مجموعه در دوره اخیر پهلوی خروجی ها را داشته اند، به

صورت دسته جمعی (در کتاب مدیران مالی بنیاد) استفاده داده اند ؟ لطفاً طبق تمهدی که در یکی از نشست های خبری آنلاین خود به بازی سازان ازاده بودید

خروجی عملکرد بنیاد حداقال درباره وظایف محوله را به بازی سازان ارائه نماییدا

۶- در بند ۶ جوابیه خود همچنان درباره ماهیت تأسیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای فرافکنی فرموده اید و با بیان آنکه چگونه فردی مانند باپک گرباسی به

خود اجازه می دهد از لفظ مجموعه خصوصی برای بنیاد ملی بازی های رایانه ای استفاده کند و خبرگزاری فارس نیز بدون تحقیق آن را منتشر کند. مطالعی را

بیان کرده اید...

بالطبع! یعنی در شرایط فعلی و حضور شما در بدنه مدیریت فرهنگی این کسب و کار، یک شهر و دیرانه ای رایانه ای شاید سایه تولید و فعالیت در این کسب

و کار را بیشتر از شما داشته باشد و وقتی اولین مخصوص خود را در بازار ایران عرضه کرده است، شما در حال تحصیل در دوران متوجه بوده اید، نمی تواند اساس

نامه یک بنیاد را در نشست خبری روحانی کند و این امر تیاز به شجاعت خاصی دارد که برایتان سوال شده است که چطور به خود اجازه داده ام ؟

... مخاطبین محترم و دلسوزان عرصه فرهنگ و هنر لطفاً بخش هایی از اساس نامه بنیاد را که برخلاف نص صريح قانون خدمات کشوری مبنی بر عدم واگذاری

مستولیت مدیریت کلان (در حوزه های مختلف به خصوص فرهنگ) به بخش خصوصی است را که عیناً از سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی، سایت مجلس

و حتی سایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای در دسترس است، بروی نمایید :

بنیاد ملی بازی های رایانه ای، زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. این بنیاد مؤسسه ای فرهنگی، هنری، غیرانتفاعی، غیردولتی و ایرانی است که

شخصیت حقوقی مستقل دارد.

طبعاً می دانید که تمام مؤسسات فرهنگی هنری و حتی بنیادهای فرهنگی زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی فعالیت می نمایند و این بخش از اساس نامه

بنیاد که مجموعه تحت مدیریت شما زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، موضوع عجیب یا یک مجوز خاص نیست.

اینکه چگونه در شورای عالی انقلاب فرهنگی، موضوع تولیت قوانین حاکمیتی در حوزه مخصوصات مرتبط با گروه های سنتی مختلف در اختیار یک موسسه فرهنگی

هنری غیردولتی گذاشته شده است باعث می شود عاجزانه درخواست کنیم تا دیوان عدالت اداری و دیگر دستگاه های مرتبه، به بروز پرونده فوق ورود کند

و در صورت صلاحیت یا ابطال مخصوصه این شورا نص صريح قانون خدمات کشوری را اجرا کرده و تولیت این حوزه فرهنگی را به بدنه دولت و وزارت فرهنگ و

ارشاد اسلامی (حتی در حد یک اداره کل، مانند ساماندهی کسب و کار بازی های رایانه ای در کشور) بازگرداند.

شاید این گونه بی سعادی مستقدین تأسیس این بنیاد غیردولتی نیز از بین بود و اصل بر حاشیه پیروز شود دلایل حقوقی این ادعای نیز در اختیار مجریان قرار خواهد

گرفت. (مستولین محترم وقت در شورای عالی انقلاب فرهنگی می توانستند برای واگذاری این قبیل خدمات حاکمیتی، این بنیاد را با عنوان موسسه دولتی مانند

بنیاد ملی نخبگان و وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ثبت نمایند و تکلیف ما نیز با این موضوع یکسره می شد. در حال این بنیاد نه شان و جایگاه متولی

حاکمیتی دارد و نه در تصمیم گیری ها به قوانین تن می دهد)

۷- در بند ۷ و در تبیین دلایل حذف "پروانه ساخت" بازی های رایانه ای و تبدیل آن به "ممیزی پس از نشر" مطالعی را بیان فرموده اید که ذاتاً تخلف و اشتباه

است...

مستولین محترم فرهنگی به خصوص مدیران محترم شورای عالی فضای مجازی که قرار بود مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی در حوزه فضای مجازی را

بر عهده بگیرند و متأسفانه این روزها گرفتار روزمرگی شده و شان و جایگاه خود را رعایت نمی کنند، دقت بفرمایند که مدیران بنیاد ملی بازی های رایانه ای نمی

توانند قانون را تفسیر و بر اساس سلیمانی خود در گمه های جنبدنفره تغییر دهند!

آقایان توجه بفرمایند که در اساس نامه بنیاد ملی بازی های رایانه ای و در متن اصلی مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی که امروز صیانت از آن مصوبه بر عهده شورای عالی فضای مجازی است، بیان شده است که وظیفه تظارت بر فرآیند تولید، واردات و توزیع انواع بازی های ویدئویی و رایانه ای بر عهده بنیاد ملی بازی

های رایانه ای است و طبق قوانین بالادستی و رویه قبلی در برخورد با تغییرات موردنیاز در شورای عالی انقلاب فرهنگی مطرح و در صورت تصویب مصوبه ابلاغ گردد. در این مورد نیز در

اساس نامه بنیاد این گونه قیدشده است که: پیشنهاد هرگونه تغییر و اصلاح در مقادیر اساسنامه جهت تصویب در شورای عالی انقلاب فرهنگی از وظایف هیئت امنا

بنیاد ملی بازی های رایانه ای است... حال چگونه بدون مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی دلت اساس نامه بنیاد تغییر کرده و "پروانه تولید" بازی رایانه ای

ای (به دلایل واهی که بیشتر شبیه توجیه کم کاری و سردگمی مدیریت بنیاد در برخورد با این موضوع است) حذف شده و مجوزی جدید به نام "ممیزی پس از نشر"

ایداع شده و تبدیل به وظیفه بنیاد شده است؟ شما عزیزان و دلسوزان عرصه فرهنگ در شورای عالی انقلاب فرهنگی و شما عالی جنابان مشغول به

فعالیت در شورای عالی فضای مجازی، فکر نمی کنید باید به جامعه و مستقدین پاسخگو باشید؟

مدیریت بنیاد چگونه به خودشان اجازه داده اند که تخلف قانونی خود در دوران وزیر وقت فرهنگ و ارشاد اسلامی را که به نام طرح "توسعه فرهنگی" احرشده است و اهداف دیگری غیر از حذف پروانه تولید بازی های رایانه ای دارد را رسمآ بیان کنند؟ اگر در مقطع کوتني به دلیل رقابت های (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) سیاسی و گرفتاری های اقتصادی و نالمن منطقه ای و - برخی مستولین عالی رتبه کشورمان حواسشان به مصوبه های این چنین نیست و اقاما نیز اولویت منطقی برای بورسی این گونه رفاقت های فرهنگی برخی مدیران میانی وجود ندارد، آیا تایید مدیران محترم مانند مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای که قبول مستولیت کرده اند، امانت دار صندلی ریاست خود باشند و با غیرت ایرانی - اسلامی، حد و حدود تقویض ضوابط ۲۴ ماهه ای وزیر مستعفی فرهنگ و ارشاد اسلامی مورخ ۲۷/۷/۹۵ به بنیاد ملی بازی های رایانه ای را که بخشی از آن ضوابط، صدور مجوز تولید، ویرایش و نشر بازی های ای بوده است را بدانند؟ همین ضوابط ۲۴ ماهه ای که عرض شده آیا به تصویب شورای عالی فضای مجازی رسیده است یا به صورت خودسرانه توسط بنیاد در اختیار وزیر مستعفی گذاشته شده تا در واپسین ساعات حضور ایشان در مقام وزیر فرهنگ و ارشاد و بدون اطلاع شورای عالی فضای مجازی این ضوابط را به مقام مدیریت توسعه دهنده ای بارگذارد؟

خبردادید این ضوابط یا حتی تغییرات دولطبلانه در شرح وظایف بنیاد به اطلاع بیست امنا بنیاد رسیده است یا خیر؟ مستولیت شما عزیزان در شورای عالی فضای مجازی چیست؟ اینکه مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای بر اساس مصوبه داخلی، اساسنامه بنیاد را تغییر ماهیت داده اند مورد تایید شورای عالی فضای مجازی هست؟ ... مدیران محترم شورا کمی بیشتر دقت بفرمایند و بدانند امروز نیز برای جلوگیری از خسارت دیر است. مدیرعامل بنیاد دقت بفرمایند که اگر آن بازی های اصطلاحاً زرد ایرانی، در اینتا امر موربدانگری و دریافت مجوزهای لازم قرار می گرفتند، با محتواهای پیشتر و در چارچوب تمدن ایرانی و در مسیر ریل گذاری شده مدیریت فرهنگی کشور تولید می شند.

گروه های بازی ساز ایرانی در آستانه ورود به بازار جهانی هستند و البته این رشد و شکوفایی را فقط مدیون تلاش و هنرمندی خودشان آند و مدیون هیچ خدمت دولتی یا حمامیتی تاکنون نیستند. چرا این گروه هایی باستعداد نداشته وارد بازی پیچیده و نسخه ای استحاله فرهنگی غرب شده اند؟ شما برای آگاهی آن ها تلاش نکرده اید چون خودتان نیز به این چند فرهنگی اعتقاد ندارید این نخبه های هنرمند توان ساخت همه چیز را دارند اما به دلیل برخی خودرن نظم بازار و تبدیل شدن کسب و کار فرهنگی در حوزه بازی های رایانه ای به بازار مکاره ای این روحی، ناچار هستند برای کسب پول و گردش مالی، هر محصولی را حتی با برند ... پسازند و یکی از مقصرين این مریضی فرهنگی دوران مدیریت شما است. این غفلت را تایید فراموش کنیم که حذف بروانه تولید از وظایف بنیاد، که خیر جایگزین روند نظارت بر تولید بازی های رایانه ای نیز در اطلاعیه اول مهر ۹۶ آن بنیاد بیان شده است (۳ روز پس از انتشار متن همین نشست خبری و تقد به بنیاد ملی درباره حذف بروانه تولید) ضریبه مهلهکی به تلاش های یک دهه ای تولیدکنندگان محترم این کسب و کار زده و خواهد زد. ایندوارم این موضوع موربدبررسی دقیق دستگاه های ذی ربط قرار بگیرد و از استحاله فرهنگی و تربیت غلط فرزندانمان در آینده (به وسیله استفاده از برخی محتواهای بی مجوز در حوزه بازی های رایانه ای) جلوگیری نمایند.

طبق بیانات مدیران محترم بنیاد در جوابیه فوق، امروز هرگز با هر اعتقاد و بینش و نگرش و ملیت و هدفی می تواند برای تمام گروه های منی کشورمان محسوسی به نام بازی رایانه ای تولید نماید و اگر پس از نشر آن، بنیاد ملی بازی های رایانه ای مشکلی را تشخیص داد به وسیله ممیزی پس از نشر، آن محصول را اصلاح می نمایند. دقیقاً درست متوجه شده اید، این همان نذر کردن روغن ریخته برای امام زاده است. یعنی در کشورمان ایندا محصول تولید می شود (با صرف میلیون ها تومان هزینه بخش خصوصی و هنرمندی عده ای نخبه که می خواهند برای خودشان کسب و کاری دست و وا کنند) بعد به مخاطبان داخلی عرضه می شود، سپس اگر بد بود و مشکلی بینا شد جلوی آن گرفته می شود و اگر کسی هم به این رویه در نشست خبری اختراع کند به جرم جلوگیری از گردش آزاد اطلاعات بر دهانش برچسب می زنیم و از او شکایت قضائی هم می کنم!

-۸ در بند ۸ بیانیه خود فرموده اید: - اعطای بروانه ساخت برای محسولی که هر روز یا هفتگه در حال تغییر است عملاً به مانند یک شوخی می ماند و این تفکرات به دلیل عدم به روز بودن برخی افراد مطرح می شود

با این تفاسیر و تعابیر شما و به دلیل راحتی ساخت فیلم های خانگی که تیاز به بیرون رفتن از منزل ندارند می توانیم با اختصار مجوز ساخت فیلم های ویدئویی را تیز حذف کنیم و به دلیل به روز بودن بخش عظیمی از کارگردان های ایروان رفته هی سینهای کشور، بگوییم بفرمایید هرچه دوست دارید بسازید، اگر بد بود پس از چند روز نمایش در سینماهای کشور یا بخش در نمایش خانگی، آن را "ممیزی پس از نشر" می کنیم! احتمالاً مستولان محترم بنیاد در خواب هستند و تا زمانی که با لگد دشمن فرهنگی بنیاد شوند، یعنی به اشتباه های مدیریتی خود نمی برند. قضاوت درباره این نگاه و انتراف مدیران فرهنگی کشور را بر عهده مخاطبان و مستولین ذی ربط در دستگاه های امنیتی می گذاریم.

-۹ در بند ۹ بیانیه تیز مجدد اشتباه خود درباره مدیریت فرهنگی و وظایف بنیاد را با کمی چاشنی ایوزیسیون و مظلوم نمایی مدیریتی برای قشری خاص در حوزه قوانین فرهنگی مطرح کرده اید که تیازی به پاسخ ندارد، العامل یکنی بالاشاره.

-۱۰ در بند ۱۰ با تأکید بر عرایض بنده مبنی بر اهدا جایزه به برخی بازی های ایرانی که مجوز تولید نشر و حتی عرضه در کشور را ندارند و به تشویق برخی مدیران فرهنگی مانند حضرت عالی فقط برای بازارهای بین المللی و مخاطب خاص تولیدشده است، به مخاطبان این بحث و مستولین امر تابت کردید که ادامه روند فعالیت شما برای آینده این کسب و کار در کشورمان بسیار خطروناک است (البته قطعاً عده ای هم بسیار مشتاق ادامه حضورتان هستند) برای فهم بیشتر ماجرا تجسم کنید یک کارگردان در جمهوری اسلامی ایران یک فیلمی بسازد برای برنده شدن در جشنواره های بین المللی و با استانداردهایی پوششی، محتواهی و داستانی کشور هدف مثلاً آمریکا و با هر سوزه ای و مستولان محترم جشنواره ای مانند فیلم فجر به این فیلم تابه آن را تصویب کرده اند و نه حتی بروانه تولید دریافت کرده است، جایزه بدهند ولیکن شرعاً کنند که این فیلم بدون ویرایش و تغییرات داستانی، محتواهی، پوششی و ... تایید در ایران اکران شودا حال بخشی از اساس نامه بنیاد ملی بازی های رایانه ای را یادآور می شود تا مخاطب این مطلب متوجه شود من اشتباه تقد کرده ام یا مدیران بنیاد به سمت اشتباه حرکت می کنم: تبیین، تقویت و ترویج مبانی فرهنگی و هویت اسلامی از طریق صنعت بازی های رایانه ای با نگاه ویژه به کودکان و نوجوانان!

این یعنی وقتی یک گروه باساد و هنرمند مانند سازندگان بازی - در حال ساخت یک محصول بومی با استفاده از ظرفیت های داخلی و بودجه شخصی هستند باید آن ها را تشویق کنید به ساخت محصولی بهتر و اگر توانستید این گونه عمل کنید (بنده موافق با مدافعان برخود سلیمان نیستم) حداقل رفاقت ایشان را تشویق نکنید و جایزه ای به ایشان برای بازی غیرقابل نشر در بازار ایران تقديم نکنید تا راه غلط را برای دیگر بازی سازان مشخص نکنید. وظیفه شما ریل گذاری برای آینده است. هر تصمیم شما می تواند آینده این کسب و کار را به سمت دیگری سوق دهد. تغییر دائمی بازی ساز با تصمیم های شما و جوایز خاص و سفارشی شما می شود که متأسفانه در این امر موفق بوده اید.(ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) - ۱۱- در بند ۱۱ فرموده اید رده بندی سنتی مثلاً ۳+ سال برای بازی های آتلاین بدین معناست که حتی اگر یک کودک سه ساله پایی بازی پنشیوند برای او سرگرم کننده خواهد بود و محتوای معتبری ندارد و این که کودک کار با اینترنت را بلکه است یا نه هیچ ارتباطی به این مسئله ندارد و در این موارد باید خاتمه ها و والدین نکات موردنظر را رعایت کنند.

دوباره رسیدیم به اساس نامه پنداد ملی بازی های رایانه ای که گویا همچنان برای موضوع فرهنگ سازی و تأثیر مجوزها و فعالیت های آن پنداد بر پیکره جامعه فکری نشده است. تفاوت وظیفه پنداد به عنوان متولی حاکمیتی با یک شرکت خصوصی که فقط به فکر کسب و کار و درآمدزایی از فرهنگ است، چیست؟ آینده نسلی که قرار است این متولی (پنداد ملی بازی های رایانه ای) مستولیت تهیه و تنظیم راهبردها و سیاست ها در زمینه بازی های رایانه ای و سرگرمی های دیجیتال جهت ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی قضایی مجازی را بر عهده داشته باشد، چیست؟ با همین روحیه، شاهد ظهور بازی های مانند تاس بازی برای موبایل هستیم که البته در بود عرضه مهر رده بندی سنتی ۳+ سال پنداد ملی بازی های رایانه ای داردند؟ یا بازی هایی مانند خروس چنگی که باوجود ابزارهای چنگی مانند شمشیر و تیزه و اسلحه نظامی و تبر ... برای سینم ۷+ سال رده بندی شده است؟

چرا به جای اصلاح این امور، به پاسخگویی خشن درباره این نقد محترمانه روی آورده اید؟ اگر شما به نظام رده بندی سنتی بازی ها اعتقاد دارید، چرا بازار این حوزه فرهنگی بدین گونه است؟ راستی، هنوز هم خبری از سامانه اطلاع رسانی رده بندی سنتی و مجاز و غیرمجاز بودن بازی های رایانه ای برای کنترل بیشتر والدین، نشده است؟!

۱۲- در بند ۱۲ بیانیه فرموده اید که برخلاف عربیش بندۀ تعداد کمی بازی وجود دارد که رده بندی نشده است که آن موارد هم طی هفته های آینده انجام خواهد شد.

خدرا شکر، ای کاش قل از رسانه ای شدن اعتراض ها، این چند هفته فرارسیده بود، البته اگر تا چند هفته آینده که خودتان وعده آن را دادید این اتفاق رخ ندهد، استاد و مدارک این مجموعه بزرگ رده بندی نشده (و از تظر شما بخش کوچک) را که اکثرآ بازی های وارداتی پرسود در بازار ایران هستند در اختیار رسانه ها قرار خواهند داد تا مخاطبان تفاوت و عده و عمل را درک کنند و خانواده ها تیز بدانند مدیران فرهنگی ما وقت آزاد برای انجام وظیفه ندارند و بیشتر مرافق سرگرمی های فرزندان خود باشند.

۱۳- در بند ۱۳ بیانیه خود فرموده اید: این حرف که بودجه پنداد ملی بازی های رایانه ای قطع شده است، اساساً کذب بوده و تکذیب می شود... (در متن مصاحبه اشاره شده است به مشکلات سال ۱۳۹۱ و قطع بودجه پنداد از سوی مجلس)

بر اساس ادعای فوق در جوابیه پنداد، لطفاً بقلماید چرا در سایت رسمی پنداد مورخ ۱۵ اردیبهشت ۹۲ قید شده است که حوزه بازیهای رایانه ای از بودجه سال ۹۲ حذف شده است! یا در تاریخ ۱۶ اردیبهشت ۹۲ که عنوان شده است ردیف بودجه ساخت بازی های رایانه ای حذف شد و مثال های خبری دیگر که حتی با جستجو ساده در فضای مجازی نیز به نتایج زیادی دست پیدا می کنید اینکه در جریان چنین خبر و موضوعی تبوده اید نشانه اشتباه مدیریت در پنداد است نه کذب بودن آن سخن! در ادامه نیز فرموده اید عملکرد مالی پنداد ۱۰۰ درصد شفاف بوده است لطفاً بقلماید چرا در قسمتی از بروزی لایحه بودجه سال ۱۳۹۱ کل کشور در حوزه رسانه ها این گونه بیان شده است که: از آنجا که پنداد ملی بازی های رایانه ای اولاً یک دستگاه غیر حاکمیتی بوده، ثانیاً تاکنون در آندهای اختصاصی داشته که عملکرد مالی آن لائق شفاف نیست و ثالثاً این نحو پرداخت اعتبارات در قالب کمک، امکان سیاستگذاری متمرکز و نظارت دولت در آن را کاهش خواهد داد و از سوی دیگر امکان تغایرات بر نحوه هزینه شدن این اعتبارات توسعه نهادهای تغایرات مالی مانند دیوان محاسبات را از بنی خواهد برد و... یا من و عزیزان تماینده در مجلس کتاب هستیم یا مدیران محترم پنداد در جریان امور نیستند! و گرنه در عصر گردد آزاد اطلاعات، این همه کذب و افتراء علیه یک نشست مطبوعاتی غیرمنتظری است. بودجه مستقل پنداد که شما بر صندلی مدیریت عامیل آن تکیه زده اید، در سال ۱۳۹۱ به دلایل مطرح شده بالا توسط مجلس شورای اسلامی قطع شد و این برای کسب و کاری که قرار بود به عنوان یک صنعت شکوفا شود، خوب نیست. پیشنهاد می کنم به جای لجزیزی با معتقدین و تهدید به شکایت و قلع و قمع کردن ایشان، بروید سراغ کارهای اصلی و ریشه ای و با اصلاح اساس نامه آن پنداد، دولت مجلس و فعالیت این حوزه را به آرامش بررسانید.

۱۴- در بند ۱۴ بیانیه خود مواردی را در دفاع از فروش و درآمد بازی های خارجی در ایران و اتصال این بازی ها به شبکه بازکی کشور بیان فرموده اید موضوعی که بیشتر ربط به مسائل سیاسی و اجرا فرمان های بالادستی در حوزه مدیریت کلان فرهنگی دارد. متأسفانه خواسته یا ناخواسته علی رغم تذکرهای فراوان در حال دهن کجی به دستورالعمل های صادره در خصوص قانون کمی رایت و خروج از کشور هستید و این گونه با فرافکنی و توجیه غلط های مدیریت این سال ها که خود بیشتر می دانید امروز کنترل اوضاع برایتان مانند کالافی سردرگم شده است، در حال فرار روبه جلو هستید.

مخاطبان عزیز دقت بقلمایند که در خصوص رعایت قانون کمی رایت محصولات خارجی و خروج از کشور به دلایل مختلف و نیز آنکه جمهوری اسلامی ایران درباره پیوستن به کنوانسیونین المللی کمی رایت به جمع بندی ترسیده است و چندین دلیل دیگر که از آن گذر می کنم، هیچ فیلم اینیمیشان یا بازی رایانه ای به صورت اورجینال با قیمت روز جهانی و با مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ایران عرضه نمی شود.

اما به دلیل انتباش مدیریتی عزیزان در پنداد ملی بازی های وارداتی ای در کنترل بازار بازی های وارداتی و فقط در یک مورد به گفته همین پنداد ملی بازی های رایانه ای در سند "منفور محیوب" بازی تلفن همراه کلش آف کلنز ۱۳۲ میلیارد تومان در بازار ایران درآمد ارزی داشته است.

یعنی طبق قانون، به دلایل بسیار زیاد قرار نیست برای استفاده از محصولات خارجی و به بهانه قانون کمی رایت، از از کشور خارج کنیم ولی در گرفتاری های این روزهای مستولین، اعداد میلیاردي و بسیار بزرگ توسط اتصال بازی های موبایل خارجی به شبکه شتاب، بدون جلب توجه از کشور خارج می شود. مدیران محترم پنداد نیز به جای آنکه برای این موضوع سازوکاری بین اندیشند یا حداقل با نگارش یک پیوست فرهنگی بتوانند امروز در مقابل متقاضان پاسخ علمی داشته باشند، صورت مسئله را پاک کرده و به گفته خودشان با جذب ۲۰ الی ۴۰ درصدی بخشی از این بول ها توسط شرکت های دلال و لوکالایز کننده ایرانی (که طبیعتاً این کسب و کارهای میلیاردي غیرمنتظری در اختیار امثال من و شما خواننده محترم قرار نمی گیرد!) شبکه بازکی کشور را به بازار بین المللی درآمدزایی این شرکت های خارجی وصل کرده اند و در جواب نقد این عملکرد نیز بسیار آشفته می شوند! حساب کنید ۲۰ الی ۴۰ درصد حق دلالی فروش این بازی های موبایلی وارداتی با عدد مثال زده شده برای یک بازی تمونه خارجی در ایران، چقدر است؟ بیش از یک صد بازی محیوب و پرفروش تلفن همراه در ایران می ۲ سال گذشته وارد و لوکالایز (ترجمه و بومی سازی) شده است.(ادامه دارد...)

(ادامه خبر...) تو خود حدیث مفصل بخوان از این مجلد.
 ۱۵- در بند ۱۵ از بیانیه خود فرموده اید که در مطلب، ذکر شده شرکت ۱۴ میلیارد تومان وام گرفته است. این شرکت به هیچ وجه ۱۴ میلیارد تومان وام دریافت نکرده است. این شرکت از وام های وام وجوه اداره شده وزارت ارتباطات پرخوردار شده که برای دریافت آن روندی شفاف و قانونی وجود دارد. شایان ذکر است این وام مصوب شده برای این شرکت ۹۵ میلیون تومان بوده است که تاکنون ۴۷۵ میلیون تومان این وام دریافت شده است. برای دریافت این میزان از وام نیز سند ملکی در گروی بانک گذاشته شده است. همچنین این شرکت قصد ندارد مابقی وام را دریافت کند.
 برایم جالب و قابل اختیار بود اگر این گونه برای آبروی تمام شرکت ها و فعالین این کسب و کار تلاش می کردید یا حاصل همین قدر برای دیگران نیز وقت می گذاشتید. چندخطی درباره این ماجرا خطاب به مخاطبان و مستولین محترم، مطالبی را بیان می کنم به شما و عدالت شما که دیگر امیدی ندارم: طی سال های گذشته، وعده های زیادی به بازی سازان (قدیمی و جدید) داده شده است. بخشی از وعده های مستولین نیز پس از نام گذاری سال ۱۳۹۵ توسط مقام معظم رهبری، توسط وزرای مربوطه رسانه ای شد.
 مانند خبر حمایت وزارت ارتباطات از صنعت بازی سازی ایران و تخصیص مبالغ مختلف از طریق اداره های گوناگون (از موضوع ماهیت چگونگی ورود وزارت ارتباطات به این حوزه و تلاش های کارگروه صنفی بازی سازان قبل از ورود بنیاد به این بخش نیز بگذردم) هم زمان نیز بخش هایی از بودجه های حمایتی کشور توسط معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری به حوزه بازی های رایانه ای اختصاص پیدا کرد.

کم کم سرسیبد و وعده ها فرارسید و در یک مورد خاص که مدیرعامل بنیاد ملی بازی سازان عضو سازمان نظام صنعت ۲۰۰ میلیون ریال وام فوری پرداخت می کند و برای این موضوع نیز خلیل مصاحبه کردند (به عنوان نمونه اینجا را مطالعه بفرمایید) شخصاً به دلیل مشکلات مالی شرکت (و البته بررسی دقیق ماجرا به دلیل مستولیت صنفی در آن زمان) نیز درخواست دریافت تسهیلات ۲۰۰ میلیون ریالی در کنار ۲۰ شرکت دیگر را به بنیاد ملی بازی های رایانه ای تقدیم کردیم. از آن ماجرا و مصاحبه های یک طرفه مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره حمایت از بازی سازان ایران فقط یک مورد را مثال می نمم که در خبرگزاری مهر فرموده اند: این وام قرض الحسن (بدون سود) بوده و کارمزد ۲ درصدی دارد و مدت بازپرداخت آن نیز یک سال است.

متن مصاحبه نیز در سایت خبرگزاری مهر مورخ ۱۴/۰۶/۹۵ موجود است. اما بناید این دلسوی که اینجا در بیانیه بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای حمایت از شان یک شرکت بازی ساز خرج شده است، تاکنون برای ۲۰ شرکت بیوم صرف نشده و فقط ایشان مصاحبه های رنگارانگی درباره خدمت و اعطا وام به بازی سازان از طریق سازمان نظام صنعت داشته اند، اما در مقام عمل اصطلاحاً به دلیل ده کردن در وعده های خبری و تغیر شرایط وام قرض الحسن به وام بهره ای و بنیاز به ضامن و سند و ... این وام ها رسماً به دلیل کوتاهی بازی سازان منتفی شده شخصاً سه جلسه با ایشان و مدیریت مالی آن بنیاد برای دریافت وام ۲۰ میلیون تومانی شرکت های متقاضی برگزار کرد و طبق اسناد موجود اعلام کردند اینکه شما نمی توانید از فرستاده استفاده کنید و وام بگیرید مشکل ما نیست!
 در حال حاضر نیز سهمیه وام ها منتفی شده است و نمی توانیم کمکی کنیم. تجسم کنید برای وام سی میلیون تومانی چه کاره اند.

البته اگر مستولی در دستگاه های ناظرتی این متن را می خوانند، لطفاً از طریق پست بانک بیکاری بفرمایند که این پول ها قرار بوده از حساب شخصی چه افرادی پرداخت شود و بعد این وام ها به چه کسانی پرداخت شده است (اگر توجه نگرفتند، حاضرم این اسناد را در اختیارشان بگذارم) در موارد مشابه دیگر نیز برای دریافت وام وجوه اداره شده که مدیریت و تولیت اصلی جلسات برسی طرح ها در وزارت ارتباطات در اختیار بنیاد ملی بازی های رایانه ای قرار گرفته است، معاون حمایت بنیاد به عنوان تماينده، مستولی اظهارنظر به عنوان نماینده متولی این صنعت را بر عهده داشتند. اما همین معاون محترم در همان زمان به عنوان معاون

یکی از همین شرکت های بازی ساز در بخش خصوصی مشغول به فعالیت بودند. ...

خواهانده محترم دقت بفرمایند در مقایسه کاف وام (۳۰ میلیون تومان) و سقف وام (۱ میلیارد تومان) و عدالتی که در جامعه صنعت این کسب و کار به وجود آمده است. حال همین مبالغ نیز میسر نشده و شرکت های بیان شده در بالا به هیچ عنوان این مبالغ را دریافت نکرده اند! غیر از یک یا دو مورد.

یعنی حتی در بی عدالتی حمایت این متولی نیز صداقت وجود ندارد ادامه این بحث در فضای مجازی و معرفی دقیق تن های برتر که جزو لیست اصلی دریافت کنندگان برخی وجود خاص هستند بعand تا در فرستاده مناسب در اختیار مستولین امر قرار بگیرد (از دریافت وام خاص برای یک مستولی بنیاد از یکی از شعب بانک ... به نام تولید کننده بازی رایانه ای) تا وام های وجود اداره شده و مصاحبه وزیر محترم ارتباطات درباره پرداخت ۱۰ میلیاردا وام به بازی سازان یا برگزاری ایجاد زمینه رقابت بخش خصوصی برای بیانیه زیرساخت های اداری بنیاد در حوزه فرایندهای جامع مالی و اداری و پشتیبانی، صدور مجوز نشر، صدور پروانه ساخت بازی (ا) اما همین را بناید که غیر از عدم رعایت اصل امانت داری در دریافت طرح برخی فعالیت این حوزه و تبدیل برخی طرح های مستقل به طرح های متعلق به کارت فرهنگی - اقتصادی توسط برخی معاونان بنیاد به بازی های رایانه ای (شرکتی که از تولید کارت تخفیف خرید فروشگاهی تا زدگیر منزل و ... را در کنار ترجمه بازی های خارجی و بازی سازی انجام می دهد) و انعقاد قراردادهای حمایتی گرلن قیمت برای راه اندازی طرح های موافق با کشور با کد "... نیز به وفور اجراشده است.

متلاً مجموعه ای خصوصی با جانی بازی سازان عضو نظام صنعت یا حتی قراردادهایی بدون برسی و کنترل مالی یا برگزاری مزایده برای ایجاد زمینه داشته، اما تاکنون تصمیم گرفته شد با حمایت معاونت علمی ریاست جمهوری و دخالت بنیاد ملی، دوباره سازی سایت مشابه بانام دیگر در اختیار همین کارت فرهنگی قرار بگیرد. یا به عنوان نماینده بعد از موقوفیت یک کسب و کار تبلیغاتی-تجاری برای تبلیغات در بازی های موبایل ... طرحی مشابه با حمایت های خاص برای همین کارت فرهنگی مصوب شد تا موافقی کاری جدیدی با حمایت های بنیاد شکل بگیرد.

یا متلاً وقتی یکی از شرکت های قدیمی این صنعت که آبروی خوبی در سطح بین المللی با توجه به تولیدات بسیار قاهر در حوزه ساخت بازی های رایانه ای بیومی نیز دارد قصد داشت تا زیرساخت نشر دیجیتال بازی های رایانه ای را باهده ساماندهی نشاند بازی های بومی و رفع مشکلات بازی های سازان راه اندازی کند تاکنون طرح دیگری مجسم شد و با چند شرط و پیچیده کردن ماجرا به قصد فریب افکار عمومی، طرح جدید به صورت غیرمستقیم و با هزینه وام و حمایت های مرتبط در سبد همان کارت فرهنگی - اقتصادی (این بار به عنوان مجری فنی انتشاری) واریز شد.

با حتم انعقاد قرارداد با برخی افراد برای راه اندازی طرح های ماتن ساماندهی بازی ها و اطلاع رسانی که گویا به دلیل خصوصی بودن اساس (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) نامه بنیاد، نیازی به انتشار فراخوان و مذاکره در هیچ یک از این طرح‌ها نبوده است! از این نیز بگذریم... فقط مستولین محترم و مخاطبان بدانند این صفت و کسب و کار را روزی که به جای مادر، تأمین‌ری داشته باشد، همین است و تغییر احساس نخواهد شد و قطعاً پیش‌رفتی نیز حاصل نمی‌شود.

۱۶- در بند ۱۶ بیانیه خود فرموده اید: مبارزه دو خروس در یک بازی رایانه‌ای در این مطلب به حیوان آزاری تعبیر شده و اگر این گونه باشد محتوای بیش از ۹۵ درصد بازی‌ها آسیب راست چراکه در اغلب بازی‌ها مبارزه نقشی اساسی ایفا می‌کند...

فراخکنی و فرار روبه جلو در جوایه شما بسیار مشهود است. کسی نگفته است چرا این بازی ساخته شده است. بر اساس تجربه و سلیمانی شخصی محتوای این بازی را که به گفته شما (در سایت بنیاد) اولین بازی موبایل موفق ایرانی در بازار بین‌الملل است را تقدیم کرده ام و همچنان معتقد هستم تباید خلوفیت بنیاد و ام های بازی سازی و بودجه‌های دانش بنیان و ... صرف ساخت چنین مخصوصاتی شود! این حمایت‌ها به توعی حق الناس است که بهتر بود بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای پک مقدار ملی تر برخوردد می‌گردد. مثلاً بررسی می‌کردند که چه طرح‌هایی می‌تواند صفت بازی‌سازی در کشور را مستقل کند، نه اینکه چه طرحی می‌تواند فرد را عزیز یک جریان خاص سیاسی کند!

در باره این محصول و مشکلات محتوایی آن مطالب زیادی در تشریفات و فضای مجازی منتشر شده است که به راحتی قابل دسترس است. فقط همین قدر بناید که در بازدید یکی از عالی ترین مقام‌های علمی کشور از این شرکت لوکالایز کننده بازی‌های موبایل (و سازنده برخی عنوان‌بومی) این مجموعه در کمال تاباوری به عنوان یکی از بهترین شرکت‌های دانش بنیان کشور معرفی شده است!

۱۷- در بند ۱۷ بیانیه خود فرموده اید در مطلب گفته شده که بنیاد در تماشگاه «گیمز کام» شرکت دارد که اساساً غلط است. تماشگاهی به نام گیمز کام وجود خارجی ندارد. اساساً معلوم نیست منظور از این حضور خیالی چه بوده است؟!

در مصاحبه گفته ام: بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای همین امروز در تماشگاه «گیمز کام» شرکت دارد اینکه چگونه خود را به بی اطلاعی می‌زیند و براي یك اشتباه تایپ و جایه جایی ب به جای م این گونه خود را به بی اطلاعی می‌زیند و در بیانیه رسمی خود مدعی می‌شود که این حضور خیالی را درک نکرده اید نیز براي من جالب بود که چقدر وقت از ازد و انرزی دارید!

۱۸- در بند ۱۸ و انتهای بیانیه خود نیز فرموده اید: بر اساس آمار رسمی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ما در کشور ۲۳ میلیون گیمز داریم، مشخص نیست آمار ۲۵ میلیون گیمز که در مطلب اورده شده از کدام منبع است.

واقعاً نمی‌دانم جواب این را هم بدهم یا بگذرم؟ آقای مدیرعامل! شما خانه به خانه رفته اید و کشور را جستجو کرده اید که این گونه از تقریباً ۱۳٪ آماری که مدعی آن هستید آنچه شده اید؟! من ۲ میلیون نفر از آمار ادعایی شما را اشتباه گفته ام و قصدم دلالت در آمار آن بنیاد نبوده است و فقط چون این اعداد را حفظ نکرده ام به اشتباه ۱۳٪ بیشتر اعلام کردم. لطفاً بایت این یک قسمت از مصاحبه، بدنه را متهم به نشر آکاذیب نفرمایید. همان صحبت‌های قبلی کفایت می‌کند.

*بخشی از جوایه و برخی از نامهای مطرحه در آن مطابق با قانون مطبوعات قابل انتشار نبوده و تزد خبرگزاری فارس محفوظ است.

هشدارنیوز

صنعت بازی‌های رایانه‌ای بی خطر و بی نیاز از کنترل خانواده‌ها نیست / باید سواد رسانه‌ای مسئولین و خانواده‌ها را تقویت کرد

(۱۴/۰۷/۰۷)

نشست تخصصی بررسی وضعیت بازی‌های رایانه‌ای و مسائل پیرامون آن با حضور باشکوه میرزا زاده ای و مسئله کارشناس رسانه‌های نوین در خبرگزاری فارس برگزار شد.

پس از انتشار مطالب باشکوه میرزا زاده ای و مسئله کارشناس رسانه‌های نوین در ایران / مجرای وام «کلش آف کلنز» در ایران ۱۵۰ میلیارد تومانی بازی رایانه‌ای ای از این اتفاق می‌گذرد. همان صحبت‌های قبلی کفایت می‌کند.

بیش از ۱۴ هزار بازی موبایلیزی های رایانه‌ای، ارائه کرد.

باشکوه میرزا زاده ای از این توپیخات امده است: در کمال احترام برای مسئولین مجموعه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ارائه کرده است.

در این توپیخات امده است: در این توپیخات امده است: در کمال احترام برای مسئولین مجموعه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و به جهت تغییر افکار عمومی، مطالب ذیل در پاسخ به این بیانیه ۱۸ ماهه ای آن بنیاد بیان می‌شود.

«هنر گوهر بسیار گران بهایی است که لرزش و گران بهایی آن فقط بدین جهت نیست که دل ها و چشم های را به خود جذب می‌کند - خیلی از چیزهایی که هنری نیست» ممکن است چشم ها و دل های را به خود جذب کند - نه، این یک موهبت و عطیه الهی است.

حقیقت هنر - هر نوع هنری - یک عطیه الهی است... هنرمند، هم در باب فرم و قالب هنر خودش و هم در قالب مضمون و محتوی تعهد دارد. کسی که قریب به هنری دارد، تباید به سطح پایین اکتفا کند این یک تعهد است. هنرمند تبلیغ و بی تلاش، هنرمندی که برای تعالی کار هنری خودش و ایجاد خلاقیت تلاش نمی‌کند، در حقیقت به مستولیت هنری خودش در قبال قالب عمل نکرده است... علاوه بر این، تعهد در قبال مضمون و محتوی است. ما چه می‌خواهیم ارائه بدهیم؟ اگر انسان محترم و عزیز است، دل و ذهن و فکر او هم عزیز و محترم است. نمی‌شود هر چیزی را به مخاطب داد، فقط به صرف این که او نشسته و از آثار ما استفاده می‌کند.» مقام معلم رهبری

۱- مدیرعامل محترم بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در بخش ۱ از بیانیه طولانی خود، ضمن فراخکنی و تهمت به بندۀ فرموده اید: در ابتدای مطلب اشاره شده که میزگرد با حضور دو نفر برگزارشده است اما در ادامه تنها سخنان یکی از حاضران اوردۀ شده است که نشان می‌دهد اساساً این مطلب خروجی یک میزگرد نیست بلکه تربیوتی یک طرفه برای انشاع مطالب تاصلاحی و نشر آکاذیب است... (آدامه دارد...)

هشدارنیوز

(ادامه خبر...) نسبت به بی اطلاعی شما از معنی میزگرد، نشست خبری، مناظره... و نیز بی اطلاعی شما از صحبت‌های مطرح شده در دو بخش متفاوت درباره فضای مجازی و بازی‌های رایانه‌ای عورت می‌کنم و قضاوت را به خوانندگان و اگذار می‌کنم.

اما درباره قسمتی که فرموده اید بندۀ مطالب ناصحیح و اگذار متنشّر گردد ام، خدمتمند عرض می‌کنم اگر واقعاً کوچک ترین کذبی در مطالب منتشرشده مشاهده فرموده اید، لطفاً طبق وعده ای که در تهدید نامه خود بر روی سایت رسمی بنیاد مطرح گردد اید و دیگران را نیز به شکایت علیه این جانب فراخوانده اید عمل کرده و بدون هیچ گونه پخشش و گذشت و رافت و محبتی در دادگاه علیه بندۀ اعلام جرم بفرمایید تا مطالب و مستنداتی که به دلیل رعایت اصول و ضوابط نمی‌توانم در رساله‌ها مطرح کنم را در اختیار قانون بگذارم تا شاید دست درازی به بیت‌المال پایان یافته و مدیران بعدی این کسب و کار، کمی به فکر فرهنگ و پیشرفت این صنعت فرهنگی (و استراتژیک) در کشورمان باشند.

اگر هم فقط در حد یک بیانیه و به چهت خالی نبوند فعالیت‌های بنیاد در مقابل مستقدیم "گردش کاری" انجام داده اید و قصدی برای شکایت ندارید بشارت می‌دهم که به زودی بندۀ به عنوان شاکن خصوصی از آن بنیاد "ملی" شکایت خواهیم گرد. تاسیه روی شود هر که در او غش باشد.

- ۲- در بخشی از بند ۲ جوابیه فرموده اید: باید مشخص شود که این حرف‌ها بر اساس چه مستنداتی زده شده و کدام بازی ایرانی با چنین محتوایی تاکنون ساخته شده است که این گونه درباره بازی سازان ایرانی حرف زده می‌شود؟

صحبت‌هایی که در این نشست مطرح شد، فقط به قصد اصلاح امور بیان شده که متأسفانه حضرت عالی با دفاع بی دلیل از محتوای غلط برخی بازی‌های بومی که در دوران ریاست شما تولیدشده اند بازهم قدم در راه گل آلود کردن آب برداشتید.

این همان نقطه اختلاف ما است. نگاه به محتوای محصولات فرهنگی از سوی بندۀ بازگاه به فرهنگ اقتصادی از محصولات فرهنگی که از سوی آن مجموعه تبلیغ می‌شود، تفاوت دارد.

اصل‌آگر به مقوله محتوای تولیدشده در محصولات فرهنگی به عنوان خوارک ذهنی برای گروه‌های سنی مختلف به خصوص کودک و نوجوان نگاه کنیم، متوجه مشکل اصلی در بحث مطرح شده درباره قربانی شدن اینده کودک و نوجوان امروز (دانش آموزان) می‌شویم.

به نظرم برای اینکه ذهن مخاطبین، نسبت به ادعای اینجات و دندگاه‌های بیان شده در نشست خبری درباره قریب الوقوع بوند بروز سونامی بی‌اخلاقی و بازگشت ادبیات دوران جاهلیت به ادبیات نسل جدید روش شود، کافی است خلاصه‌ای از چند داستان مجموعه بازی‌های ایرانی اصطلاحاً زرد تولیدشده برای تلفن‌های همراه در دوران تولیت حضرت عالی در همین بنیاد ملی بازی رایانه‌ای را عیناً ارائه کنیم:

- ۱- بازی ... در این بازی شما چهار حرکت ویژه دارید: چک، بیخ! ضایع کردن و عربده کشیدن! پس از شکست دادن هر حریف او را به پول خورد تبدیل می‌کنید.

محیط بازی شما را به پشت صحنه ساخت فیلم‌های سیاه و سفید فارسی می‌برد. این بازی نبرد، گنده لات هاست که به صورت آنلاین هم زمان در اون باقیه نوجه‌های گنده لاتها به صورت کاملاً هم زمان و بالادرنگ به صورت مرحله‌ای مبارزه و رقابت می‌کنید.

صدھا نمونه بازی دیگر که یا شما می‌دانید این محتوا چه تأثیری بر آینده کودک و نوجوان این مرزوپوم می‌گذارد که باید برای بینش شما افسوس خورد. یا نمی‌دانید که بازهم باید از این غفلت و سوء مدیریت افسوس خورد...

به نظر می‌رسد با توجه به عصبانیت شما و تهدید به شکایت و برجسب زنی به این جانب که فقط نقدی از سر دلسویزی بیان گردد ام (توهین از طریق برخی رساله‌ها فایده چندانی برایتان ندارد) باید بازگاه به عملکرد برخی مدیران فرهنگی در خصوص صدور اجازه تولید و نشر این قبل مخصوصات و البته سکوت معماندار متولیان محترم بالادستی در شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی فضای مجازی که با عملکرد غلط و سکوت آن ها برای تولیدکنندگان بازی‌های ایرانی موضوع مدیریت فرهنگی و تأثیر محتوای تولیدشده در بازی‌ها به خوبی تبیین شده است، باشیم و شما یا همکارانشان را تشویق هم کنیم تا خدای ناکرده به آقایان متولی فرهنگ برخود و با برجسب زنی جذبات در افکار عمومی نیز متمم به جلوگیری از گردش آزاد اطلاعات تشویم.

قرار بود طبق دستورالعمل‌های صادره، شورای عالی فضای مجازی علاوه بر جریان اشتباہات فنی و احتمالی شورای عالی انقلاب فرهنگی برای این روزها و این اشکالات نیز برنامه داشته باشد، اما متأسفانه با تمام دل خوشی‌هایی که داشتیم آن شورا نیز ... فقط نقش میانجی بین دستگاه‌های متولی را بازی می‌کنند به خصوص مجموعه‌ای که توقع داشتیم با حضور افراد ارزشمند در شورای عالی فضای مجازی، شرایط محتوی در حوزه بازی‌های رایانه‌ای به حدی خوب شود که نیازی به تقدیم و بحث و گفتگو توسط فردی چون من در رساله‌ها نیاشد و یکن من متأسفانه نه تنها چیزی تبییر نکرده است حتی خروجی‌های سند ملی صنعت بازی‌های رایانه‌ای و آین نامه‌های وعده شده در شورای عالی فضای مجازی برای بهبود صنعت گیم کشور نیز بیش از ۲ سال است که خروجی مفید و ملموس برای ما نداشته است.

... متأسفانه برای آینده کودکان امروزمان که قرار است با احیا فیلم فارسی دوباره ادبیات زرد فرهنگ گذشته را از طریق بازی‌های رایانه‌ای زنده کنند و بر سر زبان بیندازند (تولید بیش از ۱۰۰ بازی رایانه‌ای بیومی با محتوای زرد طی دو سال گذشته) و خاتمده هایی که بی خبر از این سونامی بی‌اخلاقی که محتوای آن با مجوز نماینده دولت عرضه می‌شوند گوشی و تبلت‌ها را به عنوان پستانک برای فرزندانشان تهیه گردد اند نیز کاری نمی‌توانیم انجام دهیم.

چون فعلاً متمم هستیم به آنکه می‌خواهیم جلوی پیشرفت و تمدن را بگیریم ... ما خود را افسران جنگ ترم می‌دانیم و همچنان تا پایان یافتن اشتباہات مدیریتی در این حوزه، از پایی نخواهیم افتاد و حرف‌هایمان را بلندبند و آتش به اختیار می‌گوییم. شاید کسی شنید

در بخشی دیگر از همین بند از جوابیه، بندۀ را متمم کرده اید به تحریک و تشویق اذهان عمومی جامعه (فکر می‌کنم منظورتان تشویش اذهان عمومی بوده است) و از جانب بندۀ فرموده اید که گفته ام: تنبه با اعتراض عمومی می‌توان کاری را به پیش برد !!

اینکه چرا جملات آن مصاحبه را این گونه خوانده اید و این همه برجسب به بندۀ زده اید را درک نمی‌کنم؛ البته احساس می‌کنم تیتر انتخاب شده برای بازنشر این نشست در برخی رساله‌ها که با عنوان "آن برتر در حوزه بازی‌های رایانه‌ای" انتخاب شده بوده است به مناق شما خوش نیامده و این گونه همه چیز را اشتباه خوانده اید.

این تیتر که برگرفته از متن صحبت‌های بندۀ است به سلیمانه آن خبرگزاری‌ها انتخاب شده است و البته بندۀ منظوری درباره شما به عنوان یک آقازاده محترم، تداشته ام و بیشتر صحبت‌ها درباره اشتباہات وزارت ارتباطات، معاونت علمی ریاست جمهوری و... و اهنا وام های ادعایی ۱۰ میلیارد تومانی توسعه وزیر محترم وقت و ادامه این مباحث توسط جناب آقای چهرمی به عنوان حمایت از بازی سازان ایران بود (ادامه دارد...)

هشدار فیوز

(ادامه خبر) - پس کمی با آرامش و متأتی منن نشست را دوباره بخوانید. مخاطبان محترم نیز بدون هیچ توضیح اضافه، یک بار دیگر عیناً بخشی از من مصاحبه فوق را که در ذیل بیان می کنم بخوانند. تا قضاوت نماید که چرا آقایان متولی فرهنگی با تهمت و سیاه نمایی از پاسخگویی فراری هستند.

در مصاحبه این گونه عرض کرده ام: در حال حاضر، تصمیم های اشتباہی گرفته اند و امروز فقط با یک تصمیم جدید، رویه رو شدن با یک اختراض عمومی بین تولیدکنندگان و بالا رفتن هزینه اصلاح امور، شاید بتوان آینده را بهتر کرد. همان طور که مشاهده می نماید، بشارت داده ام که اگر بخواهند آینده این صنعت فرهنگی را بهتر کنند باید تصمیم های جدیدی پذیرند که قطعاً این تصمیم ها منجر به یک اختراض عمومی بین تولیدکنندگان بازی های رایانه ای (نه اختراض در جامعه یا تحریک و تشویق اذهان عمومی به خرابکاری) می شود و متولیان فرهنگ باید آماده رویه رو شدن با آن نیز باشند! بگذریم...

-۳- در بند ۳ جوابیه مدعی شده اید به تهمت زدن بنده درباره بی سوادی مستولان در حوزه بازی های رایانه ای و فرموده اید در بنیاد ملی بازی های رایانه ای نداشته باشند تیز کارشناس خبره وجود دارد. در ادامه نیز بده که حتی اگر مستولان نهادهای دیگر تسلط کافی به سواد حوزه بازی های رایانه ای نداشته باشند تیز اهمیت آن زیاد نیست چرا که تصمیم گیری ها در این زمینه باید با مرکزیت بیناد ملی بازی های رایانه ای به عنوان مرجع تخصصی گرفته شود.

اگر به گفته خودتان مستولیت این حوزه بر عهده بنیاد است و نباید تگران بی سوادی مستولان در خصوص تولید محصولی فرهنگی به نام بازی رایانه ای باشیم، پفرماید در خصوص فرهنگ سازی برای والدین کودک و نوجوان (دانش آموزان) که بحث اصلی این قسمت از نشست بوده است، چه کرده اید؟ همچنان معتقد هستم به دلیل این سوادی برخی مستولان نسبت به منی **Video Game** و جدی نگرفتن بازی های رایانه ای، امکان ایجاد زیرساخت های تبلیغاتی و اطلاع رسانی برای فرهنگ سازی بازی های رایانه ای وجود ندارد و البته همچنان مدعی هستم به دلیل این سوادی برخی مستولان وقت در سال های گذشته، حتی اساس نامه بنیادی که شما مدیرعامل آن هستید برخلاف قانون اساسی کشور (مواد ۱۱ تا ۲۴ قانون خدمات کنورتی که صراحانجام اجازه واگذاری امور حاکمیتی در این حوزه به بخش خصوصی غیردولتی را رد می کنند) تصویب شده است. حضرت عالی مدعی خلاف عاریض بنده هستید؟ بسم الله. پاسخگو باشید: چرا وضیعت این کسب و کار باوجود افراد تخبیه و باتجربه ای که شما فرموده اید در رأس مدیریت این حوزه نشسته اند این گونه است؟ این و لذگاری فرهنگی در محتوای بازی های تولیدشده در ۲ سال گذشته از چه چیزی نشأت گرفته است؟ عدم رعایت عدالت برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای و عدم کارشناسی دقیق مشکلات بازی سازان در دوران قائم مقامی و مدیرعاملی شماها حاصل بی سوادی شما و گروهتان است یا حاصل بی سوادی و کم تجربی دیگر مستولان امر نسبت به حوزه بازی های رایانه ای؟ آیا نظارت، ساماندهی و شتاب دهنی آن مجموعه بر حوزه تولیدات فرهنگی فوق، هم زمان با اصلاح امور و بالا بردن سطح سواد دیجیتال مستولین و خانواده ها در کنار افزایش فیلم تولیدکنندگان محترم نسبت به مقوله فرهنگ و محتوا بوده است یا بی تجربگی کرده اید و برای کزارش کار فقط به آمارها کفایت کرده اید؟

-۴- در بند ۴ بیانیه، متأسفانه مدعی شده اید که صنعت بازی های رایانه ای مانند سینما نیست که هالیوود آن را تسخیر کرده است! و فرموده اید که متسرب کردن بخشی از صنعت بازی های رایانه ای جهان به صهیونیست ها دارای اشکال است.

لطلاً پفرماید ماهیت مدیران، متخصصین و کمپانی های بزرگ صهیونیست مازنده بازی های رایانه ای فاخر و AAA مانند **Michael Jaret** در **Running Man**، **Robert Altman** در **Activision Blizzard**، **Robert Kotick** با **WithScissors** **Strauss Zelnick** در **T2 Warner Bros Interactive Entertainment** و **Sam & Jack Warner** در **T2** چیست؟ چرا وقتی تمام دنیا غرب حتی کارشناس هایی که شما آن ها را قبول دارید، صنعت بازی های ویدئویی را فراتر از سرگرمی می دانند و اذعان دارند که آینده و تبدیل از طریق انتقال مقایم، با تولید محتوای سرگرمی ها و بازی های رایانه ای در کنار فلسفه تولید عنایون مختلف و بزرگ این حوزه نهفته است، مردم و مستولین را به سمت مصرف گرانی محصولات بومی صرف کرد (بازی های ایرانی که بالاتر معرفی کردم) یا محصولات بعضاً مضر وارداتی سوق می دهید و حتی اختراض های رسانه ای به این رویه را نیز برنمی تایید و این گونه عصبانی می شوید؟ در حال حاضر باید برای تکلیف نقش مالکان صهیونیست در بخش قابل توجه این محتوای بازی های رایانه ای دنیا سینه چاک دهید و علیه جملات بنده در نشست خبری درباره برخی بازی سازان و لزوم توجه خانواده ها به محصولات سرگرمی وارداتی فرزندان بالای ۳ سال ایشان، تکذیب بدھید یا باید برای اصلاح امور تولیدکنندگان و ساماندهی بازی های توسعه محتوای بازی های تولیدی داخل یا حتی وارداتی ها وقت بگذارید؟ به کجا چنین شتابان؟

خواهندگان و مخاطبان عزیز نیز توجه داشته باشند که هدف از بیان این نمونه ها، آن است که صنعت بازی های رایانه ای را نیز مانند صنعت سینما جدی پذیرید و بدانید همه چیز در این حوزه می خطر و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست. باید هوشیار و بیدار باشند و بدانند بخشی از این سرگرمی ها برای فرهنگی قومیت و دین فرزندانشان مضر است، البته بازی های رایانه ای و سرگرمی های دیجیتال در کنار این حسابات ها، صنعت سینما مهیج، زیبا و جذاب تری نسبت به سینما است و توانیم تحت هیچ شرایطی فرزندان این مرزبوم را از تجربه این محصولات فرهنگی محروم نماییم، اما می توانیم آگاهانه انتخاب کنیم و با چشم انداختن به هر چه با مجوز امثال بنیاد ملی بازی های رایانه ای در اختیار عموم قرار گرفته است، اعتماد تکیی، باید سواد دیجیتال و سواد رسانه ای مستولین و خانواده ها بالا ببرود تا آینده بپتری داشته باشیم ...

-۵- در بند ۵ و در قسمت بیان وظایف اصلی بنیاد (طبق مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی) بزرگ ترین اشتباه این سال ها را که شخصاً همیشه آن فریاد می زدم که شما عزیزان وظایف خودتان را تمنی دانید، به زیان خود تکرار کرده و اعتراف بدی کرده اید! به نظر می رسد حق با من بوده است و مدیران محترم بنیاد کمی دچار سوءتفاهم هستند. لیست ارائه شده به عنوان وظایف اصلی بنیاد اشتباه است! درواقع این لیست، اهداف بنیاد (طبق اساس نامه مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی) است که متأسفانه حتی به یکی از بخش های اصلی اهداف تأسیس بنیاد (طبق اساس نامه) یعنی نظارت بر فرآیند تولید و واردات بازی های رایانه ای (حداقل در بخش تلفن های همراه) عمل نمی کنید و بدون سیر مراتب قانونی آن را از عملکرد خود حذف کرده اید (درباره این تخلف عجیب حضور عالی مطالبی را در بخش ۷ عرض خواهیم کرد)

شرح وظایف بنیاد طبق لیست ذیل و طبق مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی است:

تهیه و تنظیم راهبردها و سیاست ها در زمینه بازی های رایانه ای جهت ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی - برنامه ریزی و طراحی کلان در زمینه این بازی ها در ایجاد مختلف تفریحی، آموزشی و کمک آموزشی (ادامه دارد ...)

هشدارنیوز

(ادامه خبر) - تدوین سیاست های حمایت و تشویقی در زمینه تهیه، تولید، واردات، صادرات و توزیع بازی های رایانه ای توسط بنیاد و بخش خصوصی به منظور ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی و تعریف سیاست های مناسب برای مقابله با بازی های مفسر و مخرب استفاده از ظرفیت های داخل و خارج از کشور به منظور رشد و ارتقاء صنعت بازی های ویدئویی و رایانه ای تدوین استانداردهای لازم جهت برسی کمی و یکی واردات و صادرات محصولات بازی های رایانه ای تلاش در راستای تأمین حقوق مادی و معنوی تولیدکنندگان و مصرف کنندگان بازی های رایانه ای برنامه ریزی و حمایت از اجرای دوره های آموزشی و پژوهشی مورد نیاز باهدف تقویت مبانی نظری، علمی و کاربردی اسلامی و ایرانی ایجاد زمینه برای رشد و شکوفایی خلاقیت های جوانان در صنعت سرگرمی و بازی برگزاری، حمایت و شرکت در همایش ها، جشنواره ها، چشمگیری ملی، منطقه ای و جهانی

ایجاد زمینه جهت رقابت های علمی، فنی، فرهنگی و هنری میان دست اندر کاران فعال در صنعت سرگرمی و بازی به منظور ارتقا و رشد کمی و یکی این صنعت تلاش در جهت توسعه همکاری های بین المللی به ویژه با کشورهای اسلامی در زمینه صنعت بازی های رایانه ای حقیقتاً به عنوان مدیرعامل این بنیاد در عمل، کدام یک از این فعالیت ها که گواه در جوانان تبوده اید که جزو وظایف اصلی آن بنیاد است (به شهادت متن جوابه بنیاد ملی بازی های رایانه ای) را به عنوان وظیفه ای محول شده شورای عالی انقلاب فرهنگی انجام داده اید؟ لطفاً به فعالین این حوزه پرמקاتب گزارش ارائه نمایید که مثلاً در حوزه همکاری های بین المللی به ویژه با کشورهای اسلامی که در شرح وظایف آن بنیاد با قید "به ویژه کشورهای اسلامی" بیان شده است، چه کرده اید؟ به عنوان مثال در همین نمایشگاه اخیر **TGC** چه مسیری را پس از حضور کشورهای اسلامی در این نمایشگاه ترسیم نموده اید؟ البته با فرض آنکه مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی را به صورت سلیمانی تفسیر نقرمهده اید. یا بفرمایید برای برگزاری دوره های آموزشی حتی در انتیتو ملی بازی سازی چه کرده اید؟ چرا گروه و عوامل مدیریتی و آموزشی آن مجموعه آموزشی که به گواه مخاطبان آن مجموعه در دوره اخیر پهلوان خروجی ها را داشته اند، به صورت دسته جمعی (در کتاب مدیران مالی بنیاد) استخنا داده اند؟ لطفاً طبق تمهدی که در یکی از نشست های خبری آنلاین خود به بازی سازان داده بودید خروجی عملکرد بنیاد حداقل درباره وظایف محوله را به بازی سازان ارائه تماشا

۶- در بند ۶ جوابه خود همچنان درباره ماهیت تأسیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای فرافکنی فرموده اید و با بیان آنکه چگونه فردی مانند باپک کرباسی به خود اجازه می دهد از لفظ مجموعه خصوصی برای بنیاد ملی بازی های رایانه ای استفاده کند و خیرگزاری فارس نیز بدون تحقیق آن را منتشر کند. مطالعی را بیان کرده اید...

بالطبع! یعنی در شرایط فعلی و حضور شما در بدنه مدیریت فرهنگی این کسب و کار، یک شهروند ایرانی که حتی شاید سابقه تولید و فعالیت در این کسب و کار را پیشتر از شما داشته باشد و وقتی اولین محصول خود را در بازار ایران عرضه کرده است، شما در حال تحصیل در دوران متوجه بوده اید، نمی تواند انسان نامه یک بنیاد را در نشست خبری روحانی کند و این امر نیاز به شجاعت خاصی دارد که برایتان سوال شده است که چطور به خودم اجازه داده ام؟ ... مخاطبین محترم و دلسوزان عرصه فرهنگ و هنر لطفاً بخش هایی از اساس نامه بنیاد را که برخلاف نص صريح قانون خدمات کشوری مبنی بر عدم واگذاری مستولیت مدیریت کلان (در حوزه های رایانه ای در دسترس است، برسی نمایید) و حتی سایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای در دسترس است، برسی نمایید:

بنیاد ملی بازی های رایانه ای، زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. این بنیاد مؤسسه ای فرهنگی، هنری، غیرانتفاعی، غیردولتی و ایرانی است که شخصیت حقوقی مستقل دارد.

طبعاً می دانید که تمام مؤسیات فرهنگی هنری و حتی بنیادهای فرهنگی زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی فعالیت می نمایند و این بخش از اساس نامه بنیاد که مجموعه تحت مدیریت شما زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، موضوع عجیب یا یک مجوز خاص نیست. اینکه چگونه در شورای عالی انقلاب فرهنگی، موضوع تولیت قوانین حاکمیتی در حوزه محصولات مرتبه با گروه های سنتی مختلف در اختیار یک موسسه فرهنگی هنری غیردولتی گذاشته شده است باعث می شود عاجزانه درخواست کنیم تا دیوان عدالت اداری و دیگر دستگاه های مرتبط، به برسی پرونده فوق ورود کنند و در صورت صلاح دید با ابطال مصوبه این شورا، نص صريح قانون خدمات کشوری را اجرا کرده و تولیت این حوزه فرهنگی را به بدنه دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (حتی در حد یک اداره کل، مانند روزهای اول ساماندهی کسب و کار بازی های رایانه ای در کشور) بازگردانند. شاید این گونه بسادی مستقدین تأسیس این بنیاد غیردولتی نیز از بین بود و اصل بر حاشیه پیروز شود دلایل حقوقی این ادعای نیز در اختیار مجریان قرار خواهد گرفت. (مستولین محترم وقت در شورای عالی انقلاب فرهنگی می توانستند برای واگذاری این قبیل خدمات حاکمیتی، این بنیاد را با عنوان موسسه دولتی مانند بنیاد ملی نخبگان و واپسیه به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ثبت نمایند و تکلیف ما نیز با این موضوع یکسره می شد. در حال این بنیاد نه شأن و جایگاه متولی حاکمیتی دارد و نه در تصمیم گیری ها به قوانین تن می دهد)

۷- در بند ۷ و در تبیین دلایل حذف "پروانه ساخت" بازی های رایانه ای و تبدیل آن به "میزی پس از نشر" مطالعی را بیان فرموده اید که ذاتاً تخلف و اشتباه است.

مستولین محترم فرهنگی به خصوص مدیران محترم شورای عالی فضای مجازی که قرار بود مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی در حوزه فضای مجازی را بر عهده بگیرند و متأسفانه این روزها گرفتار روزمرگی شده و شان و جایگاه خود را رعایت نمی کنند، دقت بفرمایند که مدیران بنیاد ملی بازی های رایانه ای نمی توانند قانون را تفسیر و بر اساس سلیمانی خود در گمده های چندنفره تغییر دهند!

آقایان توجه بفرمایند که در اساس نامه بنیاد ملی بازی های رایانه ای و در متن اصلی مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی که امروز صیانت از آن مصوبه بر عهده شورای عالی فضای مجازی است، بیان شده است که وظیفه تظارت بر فرآیند تولید، واردات و توزیع اتواع بازی های ویدئویی و رایانه ای بر عهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای است و طبق قوانین بالادستی و رویه قبلی در برخورد با تقویات موردنیاز در اساس نامه بنیاد مانند مصوب جلسه ۵۸۴ آن شورا، موضوعاتی که نیاز به تغییر دارند نیز باید مجدداً درخواست هیئت امنا بنیاد در شورای عالی انقلاب فرهنگی مطرح و در صورت تصویب مصوبه ابلاغ گردد. در این مورد نیز در اساس نامه بنیاد این گونه قیدشده است که: پیشنهاد هرگونه تغییر و اصلاح در مفاد اساسنامه جهت تصویب در شورای عالی انقلاب فرهنگی از (ادامه دارد...)

هشدارنیوز

(ادامه خبر ...) و علایف هیئت امنا بنیاد ملی بازی های رایانه ای است... حال چگونه بدون مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی ذات اساس نامه بنیاد تغییر کرده و "پروانه تولید" بازی های رایانه ای (به دلایل واهی که بیشتر شبهه توجیه کم کاری و سردگمی مدیریت بنیاد در برخورد با این موضوع است) حذف شده و مجوزی جدید به نام "میزی پس از نشر" ابداع شده و تبدیل به وظیفه بنیاد شده است؟ شما عزیزان و دلسویل عرصه فرهنگ در شورای عالی انقلاب فرهنگی و شما عالی جناب مشفول به فضای اعلی فضایی مجازی، فکر نمی کنید باید به جامعه و منتقدین پاسخگو باشید؟

مدیریت بنیاد چگونه به خودشان اجازه داده اند که تخلف قانونی خود در دوران وزیر وقت فرهنگ و ارشاد اسلامی را که به نام طرح "توسعه فرهنگی" اجراشده است و اهداف دیگری غیر از حذف پروانه تولید بازی های رایانه ای دارد را رسماً بیان کنند؟ اگر در مقطع کوتاه به دلیل رقابت های سیاسی و گرفتاری های اقتصادی و نالمنی منطقه ای و... برخی مستولین عالی رتبه کشورمان حواسشان به مصوبه های این چنینی نیست و واقعاً نیز اولویت منطقی برای بررسی این گونه رفتارهای فرهنگی برخی مدیران میانی وجود ندارد، آیا تایید مدیران محترم مانند مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای که قبول مستولیت کرده اند، امانت دار صندلی ریاست خود باشند و با غیرت ایرانی - اسلامی، حد و حدود توپیش ضوابط ۲۴ ماده ای وزیر مستعفی فرهنگ و ارشاد اسلامی مورخ ۱۳۷۷/۹/۵ به بنیاد ملی بازی های رایانه ای را که بخشی از آن خواهی، صدور مجوز تولید، ویرایش و نشر بازی رایانه ای بوده است را بدانند؟ همین ضوابط ۲۴ ماده ای که عرض شد، آیا به تصویب شورای عالی فضای مجازی رسیده است یا به صورت خودسرانه توسط بنیاد در اختیار وزیر مستعفی گذاشته شده تا در ۱۰ ساعت حضور ایشان در مقام وزیر فرهنگ و ارشاد و بدون اطلاع شورای عالی فضای مجازی این ضوابط را به مقام مدیریت عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای ابلاغ و تقویض کرده اند؟

خبردارید این ضوابط یا حتی تغییرات دولطبلانه در شرح وظایف بنیاد به اطلاع هیئت امنا بنیاد رسیده است یا خیر؟ مستولیت شما عزیزان در شورای عالی فضای مجازی چیست؟ اینکه مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای بر اساس مصوبه داخلی، اسامنده بنیاد را تغییر ماهیت داده اند مورد تایید شورای عالی فضای مجازی هست؟ ... مدیران محترم شورا کمی بیشتر دقت بفرمایند و بدانند امروز نیز برای جلوگیری از ضرر دیر است، مدیرعامل محترم بنیاد دقت بفرمایند که اگر آن بازی های اصطلاحاً زرد ایرانی، در ایندی امر موردازنگری و دریافت مجوزهایی لازم قرار می گرفتند، با محتوای بهتر و در چارچوب تمدن ایرانی و در مسیر ریل گذاری شده مدیریت فرهنگی کشور تولید می شدند.

گروه های بازی ساز ایرانی در آستانه ورود به بازار جهانی هستند و البته این رشد و شکوفایی را فقط مدیون تلاش و هنرمندی خودشان اند و مدیون هیچ خدمت دولتی یا حمامیتی تاکنون نیستند. چرا این گروه های باستعداد ندانسته وارد بازی پیچیده و نسلخه ای استحاله فرهنگی غرب شده اند؟ شما برای آگاهی آن ها تلاش نکرده اید چون خودشان نیز به این جنگ فرهنگی اعتقاد نداریدن این نخبه های هنرمند توان ساخت همه چیز را دارند اما به دلیل برهم خوردن نظم بازار و تبدیل شدن کسب و کار فرهنگی در حوزه بازی های رایانه ای به بازار مکاره ای این روحی، ناچار هستند برای کسب بول و گردش مالی، هر محصولی را حتی با برند... پسازند و یکی از مقصرين این مریضی فرهنگی دوران مدیریت شما است. این غلط را تایید فراموش کنیم که حذف پروانه تولید از علایف بنیاد که خیر جایگزین روند نظرارت بر تولید بازی های رایانه ای نیز در اطلاعیه اول مهر ۱۴۰۰ آن بنیاد بیان شده است (۳ روز پس از انتشار متن همین نشست خبری و تقدیم به بنیاد ملی درباره حذف پروانه تولید) ضربه مهلهکی به تلاش های یک دهه ای تولیدکنندگان محترم این کسب و کار زده و خواهد زد. ایندوارم این موضوع موربدبررسی دقیق دستگاه های ذی ربط قرار گیرد و از استحاله فرهنگی و تربیت غلط فرزندانمان در آینده (به وسیله استفاده از برخی محتواهای بی مجوز در حوزه بازی های رایانه ای) جلوگیری نمایند.

طبق بیانات مدیران محترم بنیاد در جوابیه فوق، امروز هرگز با هر اعتقاد و بینش و نگرش و ملیت و هدفی می تواند برای تمام گروه های منی کشورمان مخصوصی به نام بازی رایانه ای تولید نماید و اگر پس از نشر آن، بنیاد ملی بازی های رایانه ای مشکلی را تشخیص داد به وسیله میزی پس از نشر، آن محصول را اصلاح می نمایند. دقیقاً درست متوجه شده اید، این همان نذر کردن روغن ریخته برای امام زاده است. یعنی در کشورمان ایندا محصول تولید می شود (با صرف میلیون ها تومان هزینه بخش خصوصی و هنرمندی عده ای نخبه که می خواهند برای خودشان کسب و کاری دست و وا کنند) بعد به مخاطبان داخلی عرضه می شود، سپس اگر بد بود و مشکلی پیدا شد جلوی آن گرفته می شود و اگر کسی هم به این رویه در نشست خبری اعتراض کند به جرم جلوگیری از گردش آزاد اطلاعات بر دهانش برچسب می زنیم و از او شکایت قضائی هم می کنم!

-۸- در بند ۸ بیانیه خود فرموده اید : - اعطای پروانه ساخت برای مخصوصی که هر روز یا هفته در حال تغییر است عملاً به مانند یک شوخی می ماند و این تفکرات به دلیل عدم به روز بودن برخی افراد مطرح می شودا

با این تفاسیر و تعبیر شما و به دلیل راحتي ساخت قیلم های خانگی که تیاز به بیرون رفتن از منزل ندارند می توانیم با اختصار مجوز ساخت فیلم های ویدیویی را تیز حذف کنیم و به دلیل به روز بودن بخش عظیمی از کارگردان های اروپا رفته ای سینمایی کشور، بگوییم بفرمایید هرچه دوست دارید بسازید اگر بد بود پس از چند روز تماش در سینماهای کشور یا پخش در تماش خانگی، آن را "میزی پس از نشر" می کنیم! احتمالاً مستولان محترم بنیاد در خواب هستند و تازمانی که با لگد دشمن فرهنگی بیدار شوند، یعنی به اشتباه های مدیریتش خود نمی بردند. قضاویت درباره این نگاه و اعتراف مدیران فرهنگی کشور را بر عهده مخاطبان و مستولین ذی ربط در دستگاه های امنیتی می گذاریم.

-۹- در بند ۹ بیانیه تیز مجدد اشتباه خود درباره مدیریت فرهنگی و علایف بنیاد را با کمی چاشنی ایوزیسیونی و مظلوم نمایی مدیریتش برای قشری خاص در حوزه قوانین فرهنگی مطرح کرده اید که تیازی به پاسخ ندارد، العاقل یکنی بالإشارة.

-۱۰- در بند ۱۰ با تأکید بر عراض بند مبنی بر اهدا جایزه به برخی بازی های ایرانی که مجوز تولید، نشر و حتی عرضه در کشور را ندارند و به تشویق برخی مدیران فرهنگی مانند حضرت عالی فقط برای بازارهای بین المللی و مخاطب خاص تولیدشده است، به مخاطبان این بحث و مستولین امر ثابت کردید که ادامه روند فعالیت شما برای آینده این کسب و کار در کشورمان بسیار خطناک است (البته قطعاً عده ای هم بسیار مشتاق ادامه حضورتان هستند) برای فهم پهلو ماجرا تجسم کنید یک کارگردان در جمهوری اسلامی ایران یک فیلمی بسازد برای بزرگ شدن در جشنواره های بین المللی و با استانداردهایی پوششی، محتواهی و داستانی کشور هدف مثلاً آمریکا و با هر سوزه ای و مستولان محترم جشنواره ای مانند فیلم فجر به این فیلم نامه آن را تصویب کرده اند و نه حتی پروانه تولید دریافت کرده است. جایزه بدهند ولیکن شرعاً کنند که این فیلم بدون ویرایش و تغییرات داستانی، محتواهی، پوششی و تباید در ایران اکران شودا حال بخشی از اساس نامه بنیاد ملی بازی های رایانه ای را یادآور می شویم تا مخاطب این مطلب متوجه شود من اشتباه تقد کرده ام با مدیران (ادامه دارد...)

هشدارنیوز

(ادامه خبر...) بنیاد به سمت اشتباه حرکت می کنند: تبیین، تقویت و ترویج مبانی فرهنگی و هوتی اسلامی از طریق صفت بازی های رایانه ای با نگاه ویژه به کودکان و نوجوانان!

این یعنی وقیع یک گروه باسوار و هترمند مانند سازندگان بازی – در حال ساخت یک محصول بومی با استفاده از خلوفیت های داخلی و بودجه شخصی هستند باید آن ها را تشویق کنید به ساخت مخصوصی بیشتر و اگر نتوانستید این گونه عمل کنید (بنده موافق یا مذاق پرخورد سلیمان نیست) حداقل رفاقت ایشان را تشویق نکنید و جایزه ای به ایشان برای بازی غیرقابل تشریف نکنید تا راه غلط را برای دیگر بازی های سازان مشخص نکنید وظیفه شما ربل گذاری برای آینده است. هر تصمیم شما می تواند آینده این کسب و کار را به سمت دیگری سوق دهد. تغییر ذاته بازی ساز با تصمیم های شما و جواز خاص و سفارشی شما میسر می شود که متأسفانه در این امر موفق بوده اید.

۱۱- در بند ۱۱ فرموده اید رده بندی سنی مثلاً ۴۰ سال برای بازی های آنلاین بدين معناست که حتی اگر یک کودک سه ساله پایی بازی بنشینند برای او سرگرم کننده خواهد بود و محتوای مخربی ندارد و این که کودک کار با اینترنت را بلد است یا نه هیچ ارتباطی به این مستله ندارد و در این موارد باید خانواده ها و والدین نکات موردنظر را رعایت کنند...

دوباره رسیدیم به اساس نامه بنیاد ملی بازی های رایانه ای که گواه همچنان برای موضوع فرهنگ سازی و تأثیر مجازها و فعالیت های آن بنیاد بر پیکره جامعه فکری نشده است. تفاوت وظیفه بنیاد به عنوان متولی حاکمیتی با یک شرکت مخصوصی که فقط به فکر کسب و کار و درآمدزایی از فرهنگ است، چیست؟ آینده نسلی که قرار است این متولی (بنیاد ملی بازی های رایانه ای) مستولیت تهیه و تنظیم راهبردها و سیاست ها در زمینه بازی های رایانه ای و سرگرمی های دیجیتال جهت ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی فضای مجازی را بر عهده داشته باشد، چیست؟ با همین روایی، شاهد ظهور بازی های مانند تاس بازی برای موبایل هستیم که البته در بود عرضه مهر رده بندی سنی ۳۰ سال بنیاد ملی بازی های رایانه ای دارد! یا بازی هایی مانند خروس چنگی که باوجود ایزه های چنگی مانند شمشیر و تیزه و اسلحه نظامی و تبر و... برای سینم ۷۰ سال رده بندی شده است؟

چرا به جای اصلاح این امور، به پاسخگویی خشن درباره این نقد محترمانه روی اورده اید؟ اگر شما به نظام رده بندی سنی بازی ها اعتقاد دارید، چرا بازار این حوزه فرهنگی بدين گونه است؟ راستی، هنوز هم خبری از سامانه اطلاع رسانی رده بندی سنی و مجاز و غیرمجاز بودن بازی های رایانه ای برای کنترل بیشتر والدین، نشده است؟!

۱۲- در بند ۱۲ بیانیه فرموده اید که بخلاف عرایض بنده تمدّد کمی بازی وجود دارد که رده بندی نشده است که آن موارد هم طی هفته های آینده انجام خواهد شد.

خدا را شکر. ای کاش قل از رسانه ای شدن اعتراض ها، این چند هفته فرارسیده بود، البته اگر تا چند هفته آینده که خودتان وعده آن را دادید این اتفاق رخ ندهد، استاد و مدارک این مجموعه بزرگ رده بندی نشده (از نظر شما بخش کوچک) را که اکنون بازی های وارداتی پرسود در بازار ایران هستند در اختیار رسانه ها خواهیم داد تا مخاطبان تفاوت وعده و عمل را درک کنند و خانواده ها تیز بدانند مدیران فرهنگی ما وقت آزاد برای انجام وظیفه ندارند و بیشتر مراقب سرگرمی های فرزندان خود باشند

۱۳- در بند ۱۳ بیانیه خود فرموده اید: این حرف که بودجه بنیاد ملی بازی های رایانه ای قطع شده است، اساساً کذب بوده و تکذیب می شود... (در متن مصاحبه اشاره شده است به مشکلات سال ۱۳۹۱ و قطع بودجه بنیاد از سوی مجلس)

بر اساس ادعای فوق در جوابه بنیاد، لطفاً بفرمایید چرا در سایت رسمی بنیاد مورخ ۱۵ اردیبهشت ۹۲ قید شده است که حوزه بازیهای رایانه ای از بودجه سال ۹۲ حذف شده است! یا در تاریخ ۱۶ اردیبهشت ۹۲ که عنوان شده است ردیف بودجه ساخت بازی های رایانه ای حذف شد و مثال های خبری دیگر که حتی با جستجو ساده در فضای مجازی نیز به نتایج زیادی دست پیدا می کنید اینکه در جریان چنین خبر و موضوعی تبوده اید نشانه اشتباه مدیریتی در بنیاد است نه کذب بودن آن سخن! در ادامه نیز فرموده اید عملکرد مالی بنیاد ۱۰۰ درصد شفاف بوده است. لطفاً بفرمایید چرا در قسمتی از بررسی لایحه بودجه سال ۱۳۹۱ کل کشور در حوزه رسانه ها این گونه بیان شده است که: از آنجا که بنیاد ملی بازی های رایانه ای اولاً یک دستگاه غیر حاکمیتی بوده، تا آنکه در آندهای اختصاصی داشته که عملکرد مالی آن لائق شفاف نیست و تالاً این نحو پرداخت اعتبارات در قالب کمک، امکان سیاستگذاری متمرکز و نظارت دولت در آن را کاهش خواهد داد و از سوی دیگر امکان نظارت بر نحوه هزینه شدن این اعتبارات توسعه نهادهای نظارت مالی مانند دیوان محاسبات را از بین خواهد بود.... یا من و عزیزان تماينده در مجلس کتاب هستیم یا مدیران محترم بنیاد در جریان امور نیستند! و گرنه در عصر گردش آزاد اطلاعات، این همه کذب و افتراء علیه یک نشست مطبوعاتی غیر منطقی است. بودجه مستقل بنیادی که شما بر حسنی مدیریت خاملی آن تکیه زده اید، در سال ۱۳۹۱ به دلایل مطرح شده بالا توسط مجلس شورای اسلامی قطع شد و این برای کسب و کاری که قرار بود به عنوان یک صفت شکوفا شود، خوب نیست. پیشنهاد می کنم به جای لجیازی با معتقدین و تهدید به شکایت و قلع و قمع کردن ایشان، بروید سراغ کارهای اصلی و ریشه ای و با اصلاح اساس نامه آن بنیاد، دولت مجلس و فعالیت این حوزه را به آرمانش بررسانید.

۱۴- در بند ۱۴ بیانیه خود مواردی را در دقایق از فروش و درآمد بازی های خارجی در ایران و اتصال این بازی ها به شبکه بازکی کشور بیان فرموده اید موضوعی که بیشتر ربط به مسائل سیاسی و اجرا فرمان های بالادستی در حوزه مدیریت کلان فرهنگی دارد. متأسفانه خواسته یا ناخواسته علیرغم تذکرهای فراوان در حال دهن کجی به دستورالعمل های صادره در مخصوص قانون کمی رایت و خروج ارز از کشور هستید و این گونه با فرافکنی و توجیه غلط های مدیریتی این سال ها که خود بپهلوی می دانید امروز کنترل اوضاع برایتان مانند کلافی سردرگم شده است، در حال فرار روبه جلو هستید.

مخاطبان عزیز دقت بفرمایند که در مخصوص رعایت قانون کمی رایت محصولات خارجی و خروج ارز از کشور به دلایل مختلف و نیز آنکه جمهوری اسلامی ایران درباره پیوستن به کنوانسیون بین المللی کمی رایت به جمع بندی ترسیمی است و چندین دلیل دیگر که از آن گذر می کنم، هیچ فیلم اینمیشون یا بازی رایانه ای به صورت اورجینال با قیمت روز جهانی و با مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ایران عرضه نمی شود.

اما به دلیل اشتباه مدیریتی عزیزان در بنیاد ملی بازی های وارداتی این در کنترل بازار بازی های وارداتی و فقط در یک مورد به گفته همین بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سند "منفور محبوب" بازی تلقن همراه کلش آف کلتز ۱۲۲ میلیارد تومان در بازار ایران درآمد ارزی داشته است.

یعنی طبق قانون، به دلایل بسیار زیاد قرار نیست برای استفاده از محصولات خارجی و به بهانه قانون کمی رایت، ارز از کشور خارج کنیم ولی (ادامه دارد...)

هشدارنیوز

(ادامه خبر ...) در گرفتاری های این روزهای مستولین، اعداد میلیاردی و سیار بزرگ توسط اتصال بازی های موبایل خارجی به شبکه شتاب ، بدون جلب توجه از کشور خارج می شود.

مدیران محترم بنیاد نیز به جای آنکه برای این موضوع سازوکاری این اندیشنده یا حداقل با نگارش یک پیوست فرهنگی بتواند امروز در مقابل منتقدان پاسخ علمی داشته باشند، صورت مستله را پاک کرده و به گفته خودشان با جذب ۲۰ الی ۴۰ درصدی بخشی از این بول ها توسط شرکت های دلال و لوکال‌ایز کننده ایرانی (که طبقنا این کسب و کارهای میلیاردی غیرمنطقی در اختیار امثال من و شما خوانده محترم قرار نمی گیرد!) شبکه بازک کشور را به بازار بین المللی درآمدزایی این شرکت های خارجی وصل کرده اند و در جواب نقد این عملکرد نیز سیار آشفته می شوند! حساب کنید ۲۰ الی ۴۰ درصد حق دلالی فروش این بازی های موبایل وارداتی با عدد مثال زده شده برای یک بازی تمونه خارجی در ایران، چقدر است؟ یعنی از یک صد بازی محبوب و پرفروش تلفن همراه در ایران طی ۲ سال گذشته وارد و لوکال‌ایز (ترجمه و بومی سازی) شده است.

تو خود حدیث مفصل بخوان از این مجله.

۱۵- در بند ۱۵ از بیانیه خود فرموده اید که در مطلب، ذکر شده شرکت ۱۴ میلیارد تومان وام دریافت نکرده است. این شرکت از وام های وام و جووه اداره شده وزارت ارتباطات برخوردار شده که برای دریافت آن روندی شفاف و قانونی وجود دارد. شایان ذکر است این وام مصوب شده برای این شرکت ۹۵۰ میلیون تومان بوده است که تاکنون ۴۷۵ میلیون تومان این وام دریافت شده است.

برای دریافت این میزان از وام نیز سند ملکی در گروی یاتک گذاشته شده است. همچنین این شرکت قصد ندارد مابقی وام را دریافت کند...

برایم جالب و قابل احترام بود اگر این گونه برای ابروی تمام شرکت ها و فعالیت این کسب و کار تلاش می کردید یا حداقل همین قدر برای دیگران نیز وقت می گذاشتید. چندخطی درباره این ماجرا خطاب به مخاطبان و مستولین محترم، مطالبی را بیان می کنم به شما و عدالت شما که دیگر امیدی ندارم: طی سال های گذشته، وعده های زیادی به بازی سازان (قديمي و جديدي) داده شده است. بخشی از وعده های مستولین نیز پس از نام گذاري سال ۱۳۹۵ توسط مقام معظم رهبری، توسط وزرای مربوطه رسانه ای شد.

مانند خبر حمایت وزارت ارتباطات از صنعت بازی سازی ایران و تخصیص مبالغ مختلف از طریق اداره های گوناگون (از موضوع ماهیت چگونگی ورود وزارت ارتباطات به این حوزه و تلاش های کارگروه صنفی بازی سازان قبل از ورود بنیاد به این بخش نیز بگذریم) هم زمان نیز بخش هایی از بودجه های حمایتی کشور توسط معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری به حوزه بازی های رایانه ای اختصاص پیدا کرد.

کم کم سرمهيد وعده ها فرازرسيد و در يك مورد خاص كه مدیرعامل بنیاد ملى بازی های رایانه ای اعلام کردند به بازی سازان عضو سازمان نظام صنفی ۲۰۰ میلیون ریال وام فوری پرداخت می کنند و برای این موضوع نیز خلیل مصاحبه کردند (به عنوان نمونه اينجا را مطالعه بفرمایید) شخصاً به دلیل مشکلات مالی شرکت (و البته بررسی دقیق ماجرا به دلیل مستولیت صنفی در آن زمان) نیز درخواست دریافت تسهیلات ۳۰۰ میلیون ریالی در کنار ۲۰ شرکت دیگر را به بنیاد ملى بازی های رایانه ای تقدیم کردیم. از آن ماجرا و تنشت های خبری و مصاحبه هایی یک طرفه مدیرعامل بنیاد ملى بازی های رایانه ای درباره حمایت از بازی سازان ایران فقط يك مورد را مثال می زنم که در خبرگزاری مهر فرموده اند: این وام قرض الحسنه (بدون سود) بوده و کارمزد ۲ درصدی دارد و مدت بازپرداخت آن نیز يك سال است.

متن مصاحبه نیز در سایت خبرگزاری مهر مورخ ۱۴/۰۶/۹۵ موجود است. اما بداتید این دلسویز که اینجا در بیانیه بنیاد ملى بازی های رایانه ای برای حمایت از شان يك شرکت بازی ساز خرج شده است، تاکنون برای ۲۰ شرکت بومی صرف نشده و فقط ایشان مصاحبه های رنگارنگی درباره خدمت و اعطا وام به بازی سازان از طریق سازمان نظام صنفی داشته اند، اما در مقام عمل اصطلاحاً به دلیل ده کردن در وعده های خبری و تغیر شرایط وام قرض الحسنه به وام بهره ای و نیاز به خامن و سند و ... این وام ها رسماً به دلیل کوتاهی بازی سازان متفق شد! شخصاً سه جلسه با ایشان و مدیریت مالی آن بنیاد برای دریافت وام ۲۰ میلیون تومانی شرکت های متقاضی برگزار کرد و طبق استناد موجود اعلام کردند اینکه شما نمی توانید از فرست استفاده کنید و وام بگیرید مشکل ما نیست!

در حال حاضر نیز سهمیه وام ها متفق شده است و نمی توانیم کمک کنیم. تجسم کنید برای وام سی میلیون تومانی چه کرده اند.

البته اگر مستولی در دستگاه های نظارتی این متن را می خوانند، لطفاً از طریق پست یاتک بیکاری بفرمایند که این بول ها قرار بوده از حساب شخصی چه افرادی پرداخت شود و بعد این وام ها به چه کسانی پرداخت شده است (اگر تیجه نگرفتند، حاضرم این استناد را در اختیار بنیاد بگذارم!) در موارد مشابه دیگر نیز برای دریافت وام وجوه اداره شده که مدیریت و تولیت اصلی جلسات بررسی طرح ها در وزارت ارتباطات در اختیار بنیاد ملى بازی های رایانه ای خواهد بود. معاون حمایت بنیاد به عنوان نماینده، مستولیت اغلها را به عنوان نماینده متولی این صنعت را بر عهده داشتند اما همین معاون محترم در همان زمان به عنوان معاون یکی از همین شرکت های بازی ساز در بخش خصوصی مشغول به فعالیت بودند. ...

خواسته محترم دقت بفرمایند در مقایسه کف وام (۲۰ میلیون تومان) و سقف وام (۱ میلیارد تومان) و عدالتی که در جامعه صنفی این کسب و کار به وجود آمده است. حال همین مبالغ نیز میسر نشده و شرکت های بیان شده در بالا به هیچ عنوان این مبالغ را دریافت نکرده اند! غیر از يك يا دو مورد.

يعني حتى در بي عدالتی حمایتی این متولی نیز صداقت وجود ندارد ادامه این بحث در فضای مجازی و معرفی دقیق تر های پرتر که جزو لیست اصلی دریافت کنندگان برخی وجوده خاص هستند بماند تا در فرست متناسب در اختیار مستولین امر قرار بگیرد (از دریافت وام خاص برای يك مستول بیان از شعب یاتک - به نام تولیدکننده بازی رایانه ای! تا وام های وجوده اداره شده و مصاحبه وزیر محترم ارتباطات درباره پرداخت ۱۰ میلیاردا وام به بازی سازان یا پرداخت وام های یاتک - برای تزدیگان بنیاد به چالی بازی سازان عضو نظام صنفی یا حتى قراردادهایی بلوں بررسی و کنترل مالی یا برگزاری مزایده برای ایجاد زمینه رقابت بخش خصوصی برای بیانی زیرساخت های اداری بنیاد در حوزه قرایندهای جامع مالی و اداری و پشتیبانی، صدور مجوز نشر، صدور پروانه ساخت بازی!) اما همین را بداتید که غیر از عدم رعایت اصل امانت داری در دریافت طرح برخی فعالیت این حوزه و تبدیل برخی طرح های مستقل به طرح های متعلق به يك کارت قرنگی - اقتصادی توسعه برخی معاونان بنیاد ملى بازی های رایانه ای (شرکتی که از تولید کارت تخفیف خرید فروشگاهی تا زدگیر منزل ... را در کنار ترجمه بازی های خارجی و بازی سازی انجام می دهد) و انعقاد قراردادهای حمایتی گردن قیمت برای راه اندازی طرح های موائزی در کشور با کد "... نیز به وفور اجرانده است.

متلاً مجموعه ای خصوصی با چند مال سایقه در راه اندازی و نگه داری اطلاعات مشاغل مربوط به صنعت بازی سازی کشور را به صورت (ادامه دارد ...)

هشدار فیوز

(ادامه خبر...) خودجوش بر عهده داشت، اما ناگهان تصمیم گرفته شد با حمایت معاونت علمی ریاست جمهوری و دخالت بنیاد ملی، دوباره سازی سایت مشابه پایانی دیگر در اختیار همین کارتل فرهنگی قرار گیرید. با به عنوان نمونه بعد از موقتی یک کسب و کار تبلیغاتی-تجاری برای تبلیغات در بازی های موبایل و... طرحی مشابه با حمایت های خاص برای همین کارتل فرهنگی مصوب شد تا موافقی کاری جدیدی با حمایت های بنیاد شکل بگیرد.

یا مثلاً وقتی یکی از شرکت های قدمی این صنعت که آبروی خوبی در سطح بین المللی با توجه به تولیدات بسیار فاخر در حوزه ساخت بازی های رایانه ای یومی نیز دارد، قصد داشت تا زیرساخت نشر دیجیتال بازی های رایانه ای را باهدف ساماندهی نشر بازی های بومی و رفع مشکلات بازی سازان راه اندازی کند ناگهان طرح دیگری مجسم شد و با چند شرط و پیچیده کردن ماجرا به قصد فربیض افکار عمومی، طرح جدید به صورت غیرمستقیم و با هزینه وام و حمایت های مرتبط در سبد همان کارتل فرهنگی - اقتصادی (این بار به عنوان مجری فنی انتصاری) واریز شد.

یا حتی اتفاقاً قرارداد با برخی افراد برای راه اندازی طرح هایی مانند ساماندهی بازی ها و اخلاق رسانی که گویا به دلیل خصوصی بودن اساس نامه بنیاد، نیازی به انتشار فراخوان و مناقصه در هیچ یک این طرح ها نبود است!

از این نیز پگذیری... فقط مستولین محترم و مخاطبان بدانند این صنعت و کسب و کار تاروی که به جای مادر، تامادری داشته باشد همین است و تنفسی احسان تغواص شد و قطعاً پیشتر قنیز حاصل نمی شود.

۱۶- در بند ۱۶ بیانیه خود فرموده اید مبارزه دو خرس در یک بازی رایانه ای در این مطلب به حیوان آزاری تعبیر شده و اگر این گونه باشد محتوای بیش از ۹۵ درصد بازی ها آسیب راست چراکه در اغلب بازی ها مبارزه نقش اساسی ایفا می کند...

فرافکنی و فرار روبه جلو در جوابه شما بسیار مشهود است. کسی نگفته است چرا این بازی ساخته شده است، بر اساس تجربه و سلیقه شخصی محتوای این بازی را که به گفته شما (در سایت بنیاد) اولین بازی موبایل موفق ایرانی در بازار بین الملل است را تقدیم کرده ام و همچنان معتقد هستم تباید ظرفیت بنیاد وام های بازی سازی و بودجه های دانش بنیان و... صرف ساخت چنین مخصوصاتی شود این حمایت ها به نوعی حق الناس است که بهتر بود بنیاد ملی بازی های رایانه ای یک مقدار ملی تر برخورد می کردد. مثلاً بررسی می کردد که چه طرح هایی می توانند صنعت بازی سازی در کشور را مستقل کند، نه اینکه چه طرحی می توانند را عزیز یک جریان خاص سیاسی کنند.

درباره این محصول و مشکلات محتوایی آن مطالب زیادی در تشریفات و فضای مجازی منتشر شده است که به راحتی قابل دسترسی است، فقط همین قدر بدانید که در بازدید یکی از عالی ترین مقام های علمی کشور از این شرکت لوگالاپز کننده بازی های موبایل (و سازنده برخی عنوانی بومی) این مجموعه در کمال تبلیوری به عنوان یکی از پهلوان شرکت های دانش بنیان کشور معرفی شده است!

۱۷- در بند ۱۷ بیانیه خود فرموده اید در مطلب گفته شده که بنیاد در نمایشگاه «گیمز کام» شرکت دارد که اساساً غلط است. تماشگاهی به نام گیمز کام وجود خارجی ندارد. اساساً معلوم نیست منظور از این حضور خیالی چه بوده است؟

در مصالحه گفته ام : بنیاد ملی بازی های رایانه ای همین امرزو در نمایشگاه «گیمز کام» شرکت دارد اینکه چگونه خود را به بی اطلاعی می زند و برای یک اشتباه تایپی و جایه جایی ب به جای م این گونه خود را به بیراهه می زند و در بیانیه رسمی خود مدعی می شود که این حضور خیالی را درک نکرده اید نیز برای من جالب بود که چقدر وقت ازداد و انزدی دارید.

۱۸- در بند ۱۸ و انتهای بیانیه خود نیز فرموده اید بر اساس آمار رسمی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ما در کشور ۲۳ میلیون گیمز داریم، مشخص نیست آمار ۲۰ میلیون گیمز که در مطلب آورده شده از کدام منبع است.

و اقناً نمی دانم جواب این را هم بدهم یا بگذرم؟ آقای مدیرعامل! شما را چستجو کرده اید که این گونه از تغییر ۱۳٪ آماری که مدعی آن هستید آشفته شده اید؟ من ۲ میلیون نفر از آمار ادعایی شما را اشتباه گفته ام و قصد دخالت در آمار آن بنیاد نبوده است و فقط چون این اعداد را حفظ نکرده ام به اشتباه ۱۳٪ بیشتر اعلام کردم. لطفاً بایت این یک قسمت از مصالحه، بتد را متمم به نشر آکاذیب نفرمایید. همان صحبت های قبلی کفایت می کند.

*بخشی از جوابه و برخی از نامهای مطرحه در آن مطلب با قانون مطبوعات قابل انتشار نبوده و نزد خبرگزاری فارس محفوظ است.

انتهای پیام /



پاسخ یک فعال حوزه بازی های رایانه ای به بنیاد ملی بازی های رایانه ای صنعت بازی های رایانه ای بی خطر و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست / باید سواد رسانه ای مسئولین و خانواده ها بالا بروه تا آینده بهتری داشته

پاسخیم (۱۸/۰۷/۱۸-۱۸/۰۷/۱۸)

یک فعال حوزه بازی های رایانه ای که در نشست خبری انتقاداتی به نحوه عملکرد و مدیریت بنیاد ملی بازی های رایانه ای مطرح گرده بود، در پاسخ به جوابه این بنیاد توضیحاتی را ارائه کرد.

به گزارش ذاکرنشوز، نشست تخصصی بررسی وضعیت بازی های رایانه ای و مسائل پیرامون آن با حضور باشکوهی که از تولید کنندگان این بازی ها و حمید صدیق میرزاگی کارشناس رسانه های توین در خبرگزاری فارس برگزار شد.

پس از انتشار مطلب باشکوهی که این بنیاد ملی بازی های رایانه ای تقدیر شده، بنیاد ملی بازی های رایانه ای توینی «کلش آف کلنز» در ایران / ماجرای وام ۱۴۰ میلیاردی به یک آغازاده / حیوان آزاری در یک بازی رایانه ای تقدیر شده، بنیاد ملی بازی های رایانه ای توینی را تحت عنوان رشد روزافزون تولید بازی های رایانه ای در کشور / رده بندی بیش از ۱۶ هزار بازی موبایلی بازی های رایانه ای، ارائه کرد (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) پایک کریاسی نیز توضیحاتی را بر مطالب بنیاد ملی بازی های رایانه ای ارائه کرده است.

در این توضیحات آمده است: در کمال احترام برای مستولین مجموعه بنیاد ملی بازی های رایانه ای و به جهت تغییر افکار عمومی، مطالب ذیل در پاسخ به این پیانیه ۱۸ ماده ای آن بنیاد بیان می شود:

«هنر گوهر بسیار گران پهابنی است که لرزش و گران پهابنی آن فقط بدین جهت نیست که دل ها و چشم های را به خود جذب می کند - خیلی از چیزهای که هنری نیست» ممکن است چشم ها و دل هایی را به خود جذب کند - نه، این یک موهبت و عطیه الهی است. حقیقت هنر - هر نوع هنری - یک عطیه الهی است... هنرمند، هم در باب فرم و قالب هنر خودش و هم در قالب مضمون و محتوى تعهد دارد. کسی که قریحه هنری دارد، نباید به سطح پایین اکتفا کند این یک تعهد است. هنرمند تبلی و بی تلاش، هنرمندی که برای تعالی کار هنری خودش و ایجاد خلاقیت تلاش نمی کند، در حقیقت به مستولیت هنری خودش در قالب قالب عمل نکرده است - علاوه بر این، تعهد در قالب مضمون و محتوى است، ما چه می خواهیم ارائه بدیهی؟ اگر انسان محترم و عزیز است، دل و ذهن و فکر او هم عزیز و محترم است. نمی شود هر چیزی را به مخاطب داد، فقط به صرف این که او نشسته و از آثار ما استفاده می کند.» مقام معظم رهبری

۱- مدیرعامل محترم بنیاد ملی بازی های رایانه ای در بخش ۱ از پیانیه ملولاتی خود، ضمن فراکنی و تهمت به بندۀ فرموده اید: در ابتدای مطالب اشاره شده که میزگرد با حضور دو نفر برگزارشده است اما در ادامه تها سخنان یکی از حاضران آورده شده است که نشان می دهد اساساً این مطالب خروجی یک میزگرد نیست بلکه تربیوتی یک طرفه برای انشاعه مطالب ناصحیح و نشر اکاذیب است.

نسبت به بی اصلاحی شما از معنی میزگرد، نشست خوبی، مناظره و... و نیز بی اصلاحی شما از صحبت های مطرح شده در دو بخش متفاوت درباره فضای مجازی و بازی های رایانه ای عبور می کنند و قضاوت را به خواندنگان و اکاذیب می کنند. اما درباره قسمتی که فرموده اید بندۀ مطالب ناصحیح و اکاذیب منتشر شده مشاهده فرموده اید، لطفاً طبق وعده ای که در تهدید نامه خود بر روی سایت رسمی بنیاد مطرح کرده اید و دیگران را نیز به شکایت علیه این جانب فراخوانده اید عمل کرده و بدون هیچ گونه بخشش و گذشت و رأفت و محبتش در دادگاه علیه بندۀ اعلام جرم بفرمایید تا مطالب و مستنداتی که به دلیل رعایت اصول و ضوابط نمی توانم در رساله ها مطرح کنم را در اختیار قانون بگذارم تا شاید دست درازی به بیت المال پایان یافته و مدیران بعدی این کسب و کار، کمی به فکر فرهنگ و پیشرفت این صنعت فرهنگی (او استراتژیک) در کشورمان باشند.

اگر هم فقط در حد یک پیانیه و به جهت خالی نبودن فماليت های بنیاد در مقابل مستقدمین "گردش کاری" انجام داده اید و قصدی برای شکایت ندارید بشرط می دهم که به زودی بندۀ به عنوان شاکن خصوصی از آن بنیاد "ملی" شکایت خواهیم کرد. تا سیه روی شود هر که در او غش باشد.

۲- در بخشی از بند ۲ جوابیه فرموده اید: باید مشخص شود که این حرف ها بر اساس چه مستنداتی زده شده و کدام بازی ایرانی با چنین محتوایی تاکنون ساخته شده است که این گونه درباره بازی سازان ایرانی حرف زده می شود؟ صحبت هایی که در این نشست مطرح شد، فقط به قصد اصلاح امور بیان شده که متأسفانه حضرت عالی با دفاع بی دلیل از محتوای غلط برخی بازی های بومی که در دوران ریاست شما تولید شده اند بازهم قدم در راه گل الود کردن اب برداشتید. این همان نقطه اختلاف ما است. نگاه به محتوای محصولات فرهنگی از سوی بندۀ با نگاه به فرهنگ اقتصادی از محصولات فرهنگی که از سوی آن مجموعه تبلیغ می شود، تفاوت دارد.

اصولاً اگر به مقوله محتوای تولید شده در محصولات فرهنگی به عنوان خوارک ذهنی برای گروه های مسن مختلف به خصوص کودک و نوجوان نگاه کنیم، متوجه مشکل اصلی در بحث مطرح شده درباره قربانی شدن آینده کودک و نوجوان امروز (دانش آموزان) می شویم. به نظرم برای اینکه ذهن مخاطبین، نسبت به ادعای اینجانب و دندگانه های بیان شده در نشست خبری درباره قربانی این اصطلاحاً زرد تولید شده برای بازگشت ادبیات دوران جاهلیت به ادبیات نسل جدید روش شود، کافی است خلاصه ای از چند داستان مجموعه بازی های ایرانی اصطلاحاً زرد تولید شده برای تلقن های همراه در دوران تولیت حضرت عالی در همین بنیاد ملی بازی های رایانه ای را عیناً ارائه کنند.

۱- بازی ... در این بازی شما چهار حرکت ویژه دارید: چک، بیخ! ضایع کردن و عربده کشیدن! پس از شکست دادن هر حریف او را به پول خورد تبدیل می کنید. محیط بازی شما را به پشت صحنه ساخت فیلم های سیاه و سفید فارسی می برد. این بازی نبرد، گنده لات هاست که به صورت آنلاین هم زمان در اون باقیه نوجه های گنده لاتها به صورت کاملاً هم زمان و بالادرنگ به صورت مرحله ای مبارزه و رقابت می کنند. صدها نمونه بازی دیگر که یا شما می دانید این محتوا چه تأثیری بر آینده کودک و نوجوان این مژوپوم می گذارد که باید برای بینش شما افسوس خورد. یا نمی دانید که بازهم باید از این غفلت و سوء مدیریت افسوس خورد...

به نظر می رسد با توجه به عصبانیت شما و تهدید به شکایت شما و تهدید از طریق برخی رسانه ها فایده چندانی برایتان ندارد باشد با نگاه به عملکرد برخی مدیران فرهنگی در خصوص صدور اجازه تولید و نشر این قبل مجموعات و البته سکوت ممتاز م Tollolian محترم بالادستی در شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی فضای مجازی که با عملکرد غلط و سکوت آن ها برای تولید کنندگان بازی های ایرانی موضوع مدیریت فرهنگی و تأثیر محتوای تولید شده در بازی ها به خوبی تبیین نشده است، باسیم و شما یا همکارانش را تشویق هم کنیم تا خدای ناکرده به آقایان متولی فرهنگ برخود و یا بر جسب زنی جنابتان در افکار عمومی نیز متمه به جلوگیری از گردش آزاد اطلاعات نشویم.

قرار بود طبق دستورالعمل های صادره، شورای عالی فضای مجازی علاوه بر جبران اشتباہات فنی و احتمالی شورای عالی انقلاب فرهنگی برای این روزها و این اشکالات نیز برنامه داشته باشند، اما متأسفانه با تمام دل خوشی هایی که داشتیم آن شورا نیز ... فقط نقش میانجی بین دستگاه های متولی را بازی می کنندایه خصوص مجموعه ای که توقع داشتیم با حضور افراد ارزشمند در شورای عالی فضای مجازی، شرایط محتوی در حوزه بازی های رایانه ای به حدی خوب شود که نیازی به تقد و بحث و گفتگو توسط فردی چون من در رساله ها نباشد ولیکن متأسفانه نه تنها چیزی تغییر نکرده است حتی خروجی های سند ملی صنعت بازی های رایانه ای و آینین نامه های وعده شده در شورای عالی فضای مجازی برای بهبود صنعت گیم کشور نیز بیش از ۲ سال است که خروجی مقید و ملموس برای ما نداشته است. (ادامه دارد ...)

5

(ادامه خبر...) متأسفانه برای آینده کودکان امروزمان که قرار است با اجرا فیلم فارسی دوباره ادبیات زرد فرهنگ گذشته را از طریق بازی های رایانه ای زنده گذارد و بر سر زبان بیندازند (تولید پیش از ۱۰۰ بازی رایانه ای بومی با محتوای زرد طی دو سال گذشته) و خاتمه هایی که بی خبر از این سوانح بین اخلاقی که محتوای آن با مجوز نماینده دولت عرضه می شوند، گوشی و تبلت ها را به عنوان پستانک برای فرزندانشان تهیه کرده اند نیز کاری نمی توانیم انجام دهیم. چون فعلاً متهمن هستیم به آنکه می خواهیم جلوی پیشرفت و تمدن را بگیریم - ما خود را افسران جنگ نرم می دانیم و همچنان تا پایان یافتن اشتباها م مدیریتی در این حوزه، از پای نخواهیم افتد و حرف هایمان را بلند نمود و آتش به اختیار می گوییم. شاید کسی شنید در پخشی دیگر از همین بند از جوابیه، بند را متهمن کرده اید به تحریک و تشویق اذهان عمومی جامعه (فکر می کنم منظورتان تشویش اذهان عمومی بوده است) و از جانب بند فرموده اید که گفته ام: تهبا با اعتراض عمومی می توان کاری را به پیش برد !!

اینکه چرا جملاً آن مصالحه را این گونه خوانده اید و این همه برجسب به بنده زده اید را درک نمی کنم، البته احساس من کنیم تیتر انتخاب شده برای بازنشر این نشست در برخی رسانه ها که با عنوان "زن برتر در حوزه بازی های رایانه ای" انتخاب شده بوده است به مناق شما خوش نیامده و این گونه همه چیز را اشتیاه خوانده اید.

این تیتر که برگرفته از متن صحبت های پنده است به سلیقه آن خبرگزاری ها انتخاب شده است و البته پنده منظوری درباره شما به عنوان یک آقازاده محترم، نداشته ام و بیشتر صحبت ها درباره اشتباها و وزارت ارتباطات، معاونت علمی ریاست جمهوری ... و اهدا وام های ادعایی ۱۰ هیلیارد تومانی توسط وزیر محترم وقت و ادامه این مباحثه توسط جان آقای چهرمی به عنوان حمایت از بازی سازان ایران بود

پس کمی با آرامش و متن امن نشست را دوباره بخوانید. مخاطبان محترم نیز بدون هیچ توضیح اضافه، یک بار دیگر عیناً بخشی از متن مصاحبه فوق را که در ذیل بیان می کنم بخوانند. تا قضایت نماید که چرا آقایان متولی فرهنگی با تهمت و سیاه نمایی از پاسخگویی قراری هستند.

در مصاچه این گونه عرض کرده است: در حال حاضر، تصمیم‌های اشتباہی گرفته‌اند و امروز فقط با یک تصمیم جدید روبه رو شدن با اعتراف عمومی بن تویلید کنندگان و بالا رفتن هزینه اصلاح امور، شاید بتوان آینده را بهتر کرد. همان‌طور که مشاهده می‌نمایید، بشارت داده ام که اگر بخواهند آینده این صفت فرهنگی را بهتر کنند باید تصمیم‌های جدیدی پذیرند که قطعاً این تصمیم‌ها منجر به یک اعتراف عمومی بن تویلید کنندگان بازی‌های رایانه‌ای (نه اعتراف در جامعه یا تحریک و تشویق اذهان عمومی به خرابکاری) می‌شود و متولیان فرهنگ باید آماده روبه رو شدن با آن تیز باشند! بگذریم...

۳-۳- در بند ۳ جواهیره مدعی شده اید به تهمت زدن پنده درباره بی سوادی مستولان در حوزه بازی های رایانه ای و فرموده اید: در بنیاد ملی بازی ها به اینازه کافی کارشناس خبره وجود دارد. در ادامه نیز اعتراف کرده اید که حتی اگر مستولان نهادهای دیگر تسسلط کافی به سواد حوزه بازی های رایانه ای نداشته باشد نیز اهمیت آن زیاد نیست چرا که تصمیم گیری ها در این زمینه باید با مرکزیت بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان مرجع تخصصی گرفته شود.

اگر به گفته خودتان مستولیت این حوزه بر عهده بنیاد است و نایاب نگران بی سوادی مستولان درخصوص تولید مخصوصی فرهنگی به تام بازی رایانه ای باشیم، پفرماید درخصوص فرهنگ سازی برای والدین کودک و نوجوان (دانش آموزان) که بحث اصلی این قسمت از نشست بوده است، چه کردۀ اید؟ همچنان معتقد هستم به دلیل بی سوادی برخی مستولان نسبت به معنی VideoGame و جدی نگرفتن بازی های رایانه ای، امکان ایجاد زیرساخت های تبلیغاتی و اطلاع رسانی برای فرهنگ سازی بازی های رایانه ای وجود ندارد و البته همچنان مدعی هستم به دلیل بی سوادی برخی مستولان وقت در سال های گذشته، حتی انسان نامه بنیادی که شما مدیرعامل آن هستید برخلاف قانون اساسی کشور (مواد ۸ تا ۱۱ و ۱۳ تا ۲۴) قانون خدمات کشوری که صراحتاً اجازه واگذاری امور حاکمیتی در این حوزه به بخش خصوصی غیردولتی را رد می کند) تصویب شده هستید؟ بسم الله ياسخوك بالأشد:

جزاً وضعيت اين كسب و كار باوجود افراد تجربه و باتجاربه اى که شما فرموده ايد در رأس مدیریت اين حوزه نشسته اند، اين گونه است؟ اين و لذگاري فرهنگي در محنتوي بازی های تولیدشده در ۲ سال گذشته از چه چيزی نشأت گرفته است؟ عدم رعایت عدالت برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای و عدم کارشناسی دقیق مشکلات بازی سازان در دوران قائم مقامی و مدیرعاملی شما، حاصل بی سوادی شما و گروهتان است یا حاصل بی سوادی و کم تجربگی دیگر مستولان امر نسبت به حوزه بازی های رایانه ای؟ آیا نظارت، ساماندهی و شتاب دهن آن مجموعه بر حوزه تولیدات فرهنگی فوق، هم زمان با اصلاح امور و بالا بردن سطح سواد دیجیتال مستولین و خانواده ها در کنار افزایش فهم تولیدکنندگان محترم نسبت به مقاله فرهنگ و محنتوا بوده است یا بی تجربگی کردۀ اید و برای گزارش، کار فقط به امارها کفايت گردد اید؟

- در بند ۴ بیانیه، متأسفانه مدعی شده اید که صنعت بازی های رایانه ای مانند سینما نیست که هالیوود آن را تسخیر کرده است! و فرموده اید که متسب کردن بهخش از صنعت بازی های رایانه ای جهان به صورتیست ها دارای اشکال است.

در حال حاضر باید برای تکذیب نقش مالکان صهیونیست در بخش قابل توجهی از صنعت بازی های رایانه ای دنیا سینه چاک دهید و علیه جملات بندۀ در نشست خبری درباره پرخی بازی سازان و لزوم توجه خانواده ها به محصولات سرگرمی وارداتی فرزندان بالای ۳ سال ایشان، تکذیبیه بدھید یا باید برای اصلاح امور تولیدکنندگان و ساماندهی بازار آشفته محتواهای بازی های تولیدی داخلی یا حتی وارداتی ها وقت بگزارید؟
به کجا چنین شتابان؟

خوانندگان و مخاطبان عزیز نیز توجه داشته باشند که هدف از بیان این نموده ها، آن است که صنعت بازی های رایانه ای را نیز مانند صنعت سینما جذب پنگیرید و بدانید همه چیز در این حوزه بی خطر و بی تیاز از کنترل خانواده ها تیست. باید هوشیار و بینار باشند و بدانند بخشی از این سرگرمی ها (ادامه دارد...)

(ادامه خبر) برای فرهنگ، قومیت و دین فرزندانشان مضر است، البته بازی های رایانه ای و سرگرمی های دیجیتال در کنار این حساسیت ها، صنعت بسیار مهیج، زیبا و جذاب تری نسبت به سینما است و نمی توانیم تحت هیچ شرایطی فرزندان این مژده بوم را از تجربه این محصولات فرهنگی محروم نماییم، اما من توافق آگاهانه انتخاب کنیم و با چشم اندازی به هر چه با مجوز امثال بنیاد ملی بازی های رایانه ای در اختیار عموم قرار گرفته است، اعتماد نکنیم، باید سواد دیجیتال و سواد رسانه ای مستولین و خانواده ها بالا برود تا آینده پهلوی داشته باشیم.

۵- در بند ۵ و در قسمت بیان وظایف اصلی بنیاد (طبق مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی) بزرگ ترین انتباخت این سال ها را که شخصاً همینه آن فریاد می زدم که شما عزیزان وظایف خودتان را نمی دانید، به زبان خود تکرار کرده و اختلاف بدی گردد ایدا به نظر می رسد حق با من بوده است و مدیران محترم بنیاد کمی دچار سوءتفاهم هستند، لیست ارائه شده به عنوان وظایف اصلی بنیاد انتباخت است در واقع این لیست، اهداف بنیاد (طبق اساس نامه مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی) است که متأسفانه حتی به یکی از بخش های اصلی اهداف تأسیس بنیاد (طبق اساس نامه) یعنی نظارت بر فرآیند تولید و واردات بازی های رایانه ای (حداقل در بخش تلفن های همراه) عمل نمی کنید و بدون سیر مراتب قانونی آن را از عملکرد خود حذف گردد اید (درباره این تخلف عجیب حضرت عالی مطالی را در بخش ۷ عرض خواهیم کرد)

شرح وظایف بنیاد طبق لیست ذیل و طبق مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی است:

تقویت و تنظیم راهبردها و سیاست ها در زمینه بازی های رایانه ای جهت ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی - برنامه ریزی و طراحی کلان در زمینه این بازی ها در ایجاد مختلف تفریحی، آموزشی و کمک آموزشی

تدوین سیاست های حمایتی و تشویقی در زمینه تقویت، تولید، واردات، صادرات و توزیع بازی های رایانه ای توسط بنیاد و بخش خصوصی به منظور ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی و تعریف سیاست های مناسب برای مقابله با بازیهای مضر و مخرب

استفاده از ظرفیت های داخل و خارج از کشور به منظور رشد و ارتقاء صنعت بازی های ویدئویی و رایانه ای

تدوین استانداردهای لازم جهت بررسی کمی و گیفی واردات و صادرات محصولات بازی های رایانه ای

تلاش در راستای تأمین حقوق مادی و معنوی تولیدکنندگان و مصرف کنندگان بازی های رایانه ای

برنامه ریزی و حمایت از اجرای دوره های آموزشی و پژوهشی موردنیاز باهدف تقویت مبانی نظری، علمی و کاربردی اسلامی و ایرانی

ایجاد زمینه برای رشد و شکوفایی خلاقیت های جوانان در صنعت سرگرمی و بازی

ایجاد زمینه جهت رقابت های علمی، فنی، فرهنگی و هنری میان دست اندرکاران فعال در صنعت سرگرمی و بازی به منظمه ارثقا و رشد کمی و گیفی این صنعت تلاش در جهت توسعه همکاری های بین المللی به ویژه با کشورهای اسلامی در زمینه صنعت بازی های رایانه ای

حقیقتاً به عنوان مدیرعامل این بنیاد در عمل، کدام یک از این فعالیت ها که گویا در جریان نبوده اید که جزو وظایف اصلی آن بنیاد است (به شهادت متن جوابه بنیاد ملی بازی های رایانه ای) را به عنوان وظیفه می محول شده شورای عالی انقلاب فرهنگی انجام داده اید؟ لطفاً به فعالین این حوزه پر مخاطب گزارش ارائه

نمایید که مثلاً در حوزه همکاری های بین المللی به ویژه با کشورهای اسلامی که در شرح وظایف آن بنیاد با قيد "به ویژه کشورهای اسلامی" بیان شده است، چه کرده اید؟ به عنوان مثال در همین نمایشگاه اخیر **TGC** چه مسیری را برای حضور کشورهای اسلامی در این نمایشگاه ترسیم نموده اید؟ البته با فرض آنکه

محصولات شورای عالی انقلاب فرهنگی را به صورت سلیمانی ای تفسیر نگرموده اید، یا یافرمايد برای برگزاری دوره های آموزشی حتی در استیتو ملی بازی سازی چه کرده اید؟ چرا گروه و عوامل مدیریتی و آموزشی آن مجموعه ای که به گواه مخاطبان آن مجموعه در دوره اخیر بهترین خروجی ها را داشته اند، به

صورت دسته جمعی (در کنار مدیران مالی بنیاد) استغذا داده اند؟ لطفاً طبق تعهدی که در یکی از نشست های خبری آنلاین خود به بازی سازان داده بودید خروجی عملکرد بنیاد حداقل درباره وظایف محوله را به بازی سازان ارائه تمايزا

۶- در بند ۶ جوابه خود همچنان درباره ماهیت تأسیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای فرافکنی فرموده اید و با بیان آنکه چگونه فردی مانند باشک کرباسی به خود اجازه می دهد از لفظ مجموعه خصوصی برای بنیاد ملی بازی های رایانه ای استفاده کند و خیرگزاری فارس تیز بدون تحقیق آن را منتشر کند. مطالی را بیان کرده اید...

بالطبع! یعنی در شرایط فعلی و حضور شما در بدن مدیریت فرهنگی این کسب و کار، یک شهروت ایرانی که حتی شاید سایقه تولید و فعالیت در این کسب و کار را بیشتر از شما داشته باشد و وقتی اولین مخصوص خود را در بازار ایران عرضه کرده است، شما در حال تحصیل در دوران متوجه بوده اید، نمی تواند انسان نامه یک بنیاد را در نشست خیری روحخانی کند و این امر تیاز به شجاعت خاصی دارد که برایتان سوال شده است که چطور به خودم اجازه داده ام؟

... مخاطبین محترم و دلسویزان عرصه فرهنگ و هنر لطفاً بخش هایی از اساس نامه بنیاد را که برخلاف نص صریح قانون خدمات کشوری مبنی بر عدم واگذاری مستولیت مدیریت کلان (در حوزه های مختلف به خصوص فرهنگ) به بخش خصوصی است را که عیناً از سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی، سایت مجلس و حتی سایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای در دسترس است، بروز نمایید:

بنیاد ملی بازی های رایانه ای، زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. این بنیاد مؤسسه ای فرهنگی، هنری، غیرانتفاعی، غیردولتی و ایرانی است که شخصیت حقوقی مستقل دارد.

طبیعتاً می دانید که تمام مؤسسات فرهنگی هنری و حتی بنیادهای فرهنگی زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی فعالیت می نمایند و این بخش از اساس نامه بنیاد که مجموعه تحت مدیریت شما زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، موضوع عجیب یا یک مجوز خاص نیست.

اینکه چگونه در شورای عالی انقلاب فرهنگی، موضوع تولیت قوانین حاکمیتی در حوزه محصولات مرتبط با گروه های سنتی مختلف در اختیار یک موسسه فرهنگی هنری غیردولتی گذاشته شده است باعث می شود عاجزانه درخواست تدوین عدالت اداری و دیگر دستگاه های مرتبط، به بروز پرونده فوق ورود کند و در صورت صلاح دید با ابطال مصوبه این شورا، نص صریح قانون خدمات کشوری را اجرا کرده و تولیت این حوزه فرهنگی را به بدن مدیریت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (حتی در حد یک اداره کل، مانند روزهای اول ساماندهی کسب و کار بازی های رایانه ای در کشور) بازگرداند.

شاید این گونه بی سوادی معتقدین تأسیس این بنیاد غیردولتی نیز از بین بود و اصل بر حائمه پیروز شود. دلایل حقوقی این ادعا تیز در اختیار (ادامه دارد...)

(ادامه خبر) — مجریان قرار خواهد گرفت. (مسئولین محترم وقت در شورای عالی انقلاب فرهنگی می‌توانستند برای واکناری این قبیل خدمات حاکمیتی، این بنیاد را با عنوان موسسه دولتی مانند بنیاد ملی تجیگان و وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بنت نمایند و تکلیف ما نیز با این موضوع یکسره می‌شد. در حال این بنیاد نه شان و جایگاه متولی حاکمیتی دارد و نه در تصمیم گیری ها به قوانین تن می‌دهد) ۷- در بند ۷ و در تبیین دلایل حذف "پروانه ساخت" بازی های رایانه ای و تبدیل آن به "ممیزی پس از نشر" مطالبی را بیان فرموده اید که ذاتاً تخلف و اشتباه است.

مسئولین محترم فرهنگی به خصوص مدیران محترم شورای عالی فضای مجازی که قرار بود مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی در حوزه فضای مجازی را بر عهده بگیرند و متأسفانه این روزها گرفتار روزمرگی شده و شان و جایگاه خود را رعایت نمی کنند، دقت بفرمایند که مدیران بنیاد ملی بازی های رایانه ای نمی توانند قانون را تفسیر و بر اساس سلیمانی خود در گمده های چندنفره تغییر دهند.

اقایان توجه بفرمایند که در اساس نامه بنیاد ملی بازی های رایانه ای و در متن اصلی مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی که امروز صیانت از آن مصوبه بر عهده شورای عالی فضای مجازی است، بیان شده است که وظیفه نظارت بر فرآیند تولید، واردات و توزیع اتواع بازی های ویدئویی و رایانه ای بر عهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای است و طبق قوانین بالادستی و رویه قبلی در برخورد با تحریرات موردنیاز در اساس نامه بنیاد مانند مصوب جلسه ۵۸۴ آن شورا، موضوعاتی که نیاز به تغییر دارند نیز باید مجدداً در برخواست هیئت امنا بنیاد در شورای عالی انقلاب فرهنگی مطرح و در صورت تصویب مصوبه ابلاغ گردد. در این مورد نیز در اساس نامه بنیاد این گونه قیدشده است که: پیشنهاد هرگونه تغییر و اصلاح در مقدار اساسنامه چهت تصویب در شورای عالی انقلاب فرهنگی از وظایف هیئت امنا بنیاد ملی بازی های رایانه ای است... حال چگونه بدون مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی ذات اساس نامه بنیاد تغییر گردد و "پروانه تولید" بازی های رایانه ای (به دلایل واهی که بیشتر شبیه توجیه کم کاری و سردگمی مدیریت بنیاد در برخورد با این موضوع است) حذف شده و مجوزی جدید به نام "ممیزی پس از نشر" ابداع شده و تبدیل به وظیفه بنیاد شده است؟ شما عزیزان و دلوزان عرصه فرهنگ در شورای عالی انقلاب فرهنگی و شما عالی جنابان مشغول به فعالیت در شورای عالی فضای مجازی، فکر نمی کنید باید به جامعه و مستثنیان پاسخگو باشید؟

مدیریت بنیاد چگونه به خودشان اجازه داده اند که تخلف قانونی خود در دوران وزیر وقت فرهنگ و ارشاد اسلامی را که به نام طرح "توسعه فرهنگی" اجراء شده است و اهداف دیگری غیر از حذف پروانه تولید بازی های رایانه ای دارد را رسماً بیان کنند؟ اگر در مقطع کوتني به دلیل رقابت های میانی و گرفتاری های اقتصادی و نامنی منطقه ای و... برخی مسئولین عالی رتبه کشورمان حواسشان به مصوبه های این چنین نیست و واقعاً نیز اولویت منطقی برای بررسی این گونه رفتارهای فرهنگی برخی مدیران میانی وجود ندارد، آیا تایید مدیران محترم مانند مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای که قبول مسئولیت گرده اند، امانت دار صندلی ریاست خود باشند و با غیرت ایرانی — اسلامی، حد و حدود تقویض ضوابط ۲۴ ماده ای وزیر مستعفی فرهنگ و ارشاد اسلامی مورخ ۳۷۷۹۵ به بنیاد ملی بازی های رایانه ای را که بخشی از آن ضوابط، صدور مجوز تولید، ویرایش و نشر بازی رایانه ای بوده است را بدانند؟ همین ضوابط ۲۴ ماده ای که عرض شد، آیا به تصویب شورای عالی فضای مجازی ایران رسیده است یا به صورت خودسرانه توسعه بنیاد در اختیار وزیر مستعفی گذاشته شده تا در یاپسین ساعات حضور ایشان در مقام وزیر فرهنگ و ارشاد و بدون اطلاع شورای عالی فضای مجازی این ضوابط را به مقام مدیریت عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای ابلاغ و تقویض کرده اند؟

خبردارید این ضوابط یا حتی تغییرات داوطلبانه در شرح وظایف بنیاد، به اطلاع هیئت امنا بنیاد رسیده است یا خیر؟ مسئولیت شما عزیزان در شورای عالی فضای مجازی چیست؟ اینکه مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای بر اساس مصوبه داخلی، اساسنامه بنیاد را تغییر ماهیت داده اند، مورد تایید شورای عالی فضای مجازی هست؟ ... مدیران محترم شورا کمی بیشتر دقت بفرمایند و بدانند این مجوز نیز برای جلوگیری از ضرر دیر است، مدیرعامل بنیاد دقت بفرمایند که اگر آن بازی های اصطلاحاً زرد ایرانی، در اینداد امر مورداً بازگری و دریافت مجوزهای لازم قرار می گرفتند، با محتواهای بهتر و در چارچوب تمدن ایرانی و در همیز ریل گذاری شده مدیریت فرهنگی کشور تولید می شند.

گروه های بازی ساز ایرانی در آستانه ورود به بازار جهانی هستند و البته این رشد و شکوفایی را فقط مدیون تلاش و هنرمندی خودشان اند و مدیون هیچ خدمت دولتی یا حمایتی تاکنون نیستند. چرا این گروه هایی با استعداد ندانسته وارد بازار پیچیده و نسلخه ای استحالة فرهنگی غرب شده اند؟ شما برای اگاهی آن ها تلاش نکرده اید چون خودتان نیز به این چنگ فرهنگی اعتقاد ندارید! این نخبه های هنرمند توان ساخت همه چیز را دارند اما به دلیل برهم خوردن نظم بازار و تبدیل شدن کسب و کار فرهنگی در حوزه بازی های رایانه ای به بازار مکاره ای بین روح، ناچار هستند برای کسب پول و گردن مالی، هر محصولی را حتی با برنده ... بسازند و یکی از مقصرين این مرضی فرهنگی دوران مدیریت شما است. این غلط را تایید فراموش کنیم که حذف پروانه تولید از وظایف بنیاد که خیر جایگزینی روند نظرات بر تولید بازی های رایانه ای نیز در اطلاعیه اول مهر ۹۶ آن بنیاد بیان شده است (۳ روز پس از انتشار متن همین نشست خبری و تقدیم به بنیاد ملی درباره حذف پروانه تولید) ضربه مهلهکی به تلاش های یک دهه ای تولید کنندگان محترم این کسب و کار زده و خواهد زد. امیدوارم این موضوع موربدرسی دقیق دستگاه های ذی ربط قرار بگیرد و از استحالة فرهنگی و تربیت غلط فرزندانمان در آینده (به وسیله استفاده از برخی محتواهای بی مجوز در حوزه بازی های رایانه ای) جلوگیری نمایند.

طبق بیانات مدیران محترم بنیاد در جوابیه فوق، امروز هرگز با هر اعتقاد و بینش و نگرش و ملیت و هدفی می تواند برای تمام گروه های ممنی کشورمان محسوبی به نام بازی رایانه ای تولید نماید و اگر پس از نشر آن، بنیاد ملی بازی های رایانه ای مشکلی را تشخیص داد به وسیله ممیزی پس از نشر، آن محصول را اصلاح می نمایند. دقیقاً درست متوجه شده اید، این همان نذر کردن روغن ریخته برای امام زاده است. یعنی در کشورمان ایندا محصول تولید می شود (با صرف میلیون ها تومان هزینه بخش خصوصی و هنرمندی عده ای نخبه که می خواهد برای خودشان کسب و کاری دست و پا کنند) بعد به مخاطبان داخلی عرصه می شود، سپس اگر بد بود و مشکلی پیدا شد جلوی آن گرفته می شود و اگر کسی هم به این رویه در نشست خبری اغتراب کند به جرم جلوگیری از گردش آزاد اطلاعات بر دهانش بر جسب می زیم و از او شکایت قضائی هم می کنم!

۸- در بند ۸ بیانیه خود فرموده اید: ... اعطای پروانه ساخت برای محسوبی که هر روز یا هفته در حال تغییر است عملاً به مانند یک شوخی می ماند و این تغییرات به دلیل عدم به روز بودن برخی افراد مطرح می شودا ... درین تغایر شما و به دلیل راحتی ساخت قیلم های خانگی که نیاز به بیرون رفتن از منزل ندارند می توانیم با اختصار مجوز ساخت (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) فیلم های ویدئویی را تیز حذف کنیم و به دلیل به روز بودن بخش عظیمی از کارگردان های اروپا رفته ای سینماهای کشور، بگوییم بفرمایید هرچه دوست دارد بسازید، اگر بد بود پس از چند روز نمایش در سینماهای کشور یا بخش در نمایش خانگی، آن را "ممیزی پس از نشر" می کنیم ! احتمالاً مستolan محترم بنیاد در خواب هستند و تا زمانی که بالگد دشمن فرهنگی بیدار شوند، بی به اشتباه های مدیریتی خود نمی برند. قضاآفت درباره این نگاه و اعتراف مدیران فرهنگی کشور را بر عهده مخاطبان و مستولین ذی ربط در دستگاه های امنیتی من گذاشیم.

-۹- در بند ۹ بیانیه تیز مجدد اشتباه خود درباره مدیریت فرهنگی و وظایف بنیاد را با کمی چاشنی ایوریسیونی و مظلوم نمایی مدیریتی برای قشری خاص در حوزه قوانین فرهنگی مطرح کرده اید که تیازی به پاسخ ندارد، العاقل یکنی باشد.

-۱۰- در بند ۱۰ با تأکید بر عرایض بنده مبنی بر اینها جایزه به برجی بازی های ایرانی که مجوز تولید، نشر و حتی عرضه در کشور را ندارند و به تشویق برجی مدیران فرهنگی مانند حضرت عالی فقط برای بازارهای بین المللی و مخاطب خاص تولیدشده است، به مخاطبان این بحث و مستولین امر تابت کردید که ادامه روند فعالیت شما برای آینده این کسب و کار در کشورمان بسیار خطوطناک است (البته قطعاً عده ای هم بسیار مشتاق ادامه حضورتان هستند) برای فهم پهلو ماجرا تجسم کنید یک کارگردان در جمهوری اسلامی ایران یک فیلمی بسازد برای برند شدن در جشنواره های بین المللی و با استانداردهای پوششی، محتواهی و داستانی کشور هدف مثلاً آمریکا و با هر سوزه ای و مستolan محترم جشنواره ای مانند فیلم فجر به این فیلم که نه فیلم تامه آن را تصویب کرده اند و نه حتی پروانه تولید دریافت کرده است. جایزه بدهند ولیکن شرعاً که این فیلم بدون ویرایش و تغییرات داستانی، محتواهی، پوششی و... تباید در ایران اکران شود حال بخشی از اساس نامه بنیاد ملی بازی های رایانه ای را یادآور می شوم تا مخاطب این مطلب متوجه شود من اشتباه تقد کرده ام یا مدیران بنیاد به سمت اشتباه حرکت می کنند؛ تبیین، تقویت و ترویج مبانی فرهنگی و هویت اسلامی از طریق صنعت بازی های رایانه ای با نگاه و پیوه به کودکان و نوجوانان!

این یعنی وقتی یک گروه باساد و هنرمند مانند سازندگان بازی - در حال ساخت یک محصول بومی با استفاده از ظرفیت های داخلی و بودجه شخصی هستند باید آن ها را تشویق کنید به ساخت محصولی بهتر و اگر نتوانستید این گونه عمل کنید (بنده موافق یا مدافعان پرخورد سلیمان نیستم) حداقل رفشار ایشان را تشویق نکنید و جایزه ای به ایشان برای بازی غیرقابل نظر در بازار ایران تقدیم نکنید تا راه غلط را برای دیگر بازی های سازن مشخص نکنید وظیفه شما ریل گذاری برای آینده است. هر تصمیم شما می تواند آینده این کسب و کار را به سمت دیگری سوق دهد. تغییر دلایله بازی ساز با تصمیم های شما و جواز خاص و سفارشی شما میسر می شود که متأسفانه در این امر موفق بوده اید.

-۱۱- در بند ۱۱ فرموده اید رده بندی سنی مثلاً ۳+ سال برای بازی های آنلاین بین معناست که حتی اگر یک کودک سه ساله بازی بنیشند برای او سرگرم کننده خواهد بود و محتواهی مغربی ندارد و این که کودک کار با اینترنت را بلند است یا نه هیچ ارتباطی به این مسئله ندارد و در این موارد باید خانواده ها و والدین نکات موردنظر را رعایت کنند....

دوباره رسیدم به اساس نامه بنیاد ملی بازی های رایانه ای که گویا همچنان برای موضوع فرهنگ سازی و تأثیر مجازها و فعالیت های آن بنیاد بر پیکره جامعه، فکری نشده است. تفاوت وظیفه بنیاد به عنوان مولوی حاکمیتی با یک شرکت خصوصی که فقط به فکر کسب و کار و درآمدزایی از فرهنگ است، چیست؟ آینده نسلی که قرار است این مولوی (بنیاد ملی بازی های رایانه ای) مستولیت تهیه و تنظیم راهبردها و سیاست ها در زمینه بازی های رایانه ای و سرگرمی های دیجیتال جهت ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی فضای مجازی را بر عهده داشته باشد، چیست؟ با همین روحیه، شاهد ظهور بازی های مانند تاس بازی برای موبایل هستیم که البته در بود عرضه مهر رده بندی سنی ۳+ سال بنیاد ملی بازی های رایانه ای دارند؟! یا بازی هایی مانند خروس چنگی که باوجود ایازهای چنگی مانند شمشیر و تیزه و اسلحه نظامی و تیر... برای سینم ۷+ سال رده بندی شده است؟

چرا به جای اصلاح این امور، به پاسخگویی خشن درباره این نقد محترمانه روی اورده اید؟ اگر شما به نظام رده بندی سنی بازی ها اعتقاد دارید، چرا بازار این حوزه فرهنگی بینین گونه است؟ راستی، هنوز هم خبری از سامانه اطلاع رسانی رده بندی سنی و مجاز و غیرمجاز بودن بازی های رایانه ای برای کنترل بیشتر والدین، نشده است؟!

-۱۲- در بند ۱۲ بیانیه فرموده اید که برخلاف عرایض بنده تعداد کمی بازی وجود دارد که رده بندی نشده است که آن موارد هم طی هفته های آینده انجام خواهد شد.

خدرا شکر. ای کاش قبل از رسانه ای شدن اعراض ها، این چند هفته فرارسیده بود، البته اگر تا چند هفته آینده که خودتان و عنده آن را دادید این اتفاق رخ ندهد، اسناد و مدارک این مجموعه بزرگ رده بندی نشده (و از تظر شما بخش کوچک) را که اکثرآ بازی های وارداتی پرسود در بازار ایران هستند در اختیار رسانه ها فریزدان خواهند داد تا مخاطبان تفاوت و عنده و عمل را درک گنند و خانواده ها تیز بدانند مدیران فرهنگی ما وقت آزاد برای انجام وظیفه ندارند و بیشتر هر روز خود باشند

-۱۳- در بند ۱۳ بیانیه خود فرموده اید: این حرف که بودجه بنیاد ملی بازی های رایانه ای قطع شده است، اساساً کذب بوده و تکذیب می شود... (در متن مصاحبه اشاره شده است به مشکلات سال ۱۳۹۱ و قطع بودجه بنیاد از سوی مجلس)

بر اساس ادعای فوق در جوابه بنیاد، لطفاً بفرمایید چرا در سایت رسمی بنیاد مورخ ۱۵ اردیبهشت ۹۲ قید شده است که حوزه بازیهای رایانه ای از بودجه سال ۹۲ حذف شده است! یا در تاریخ ۱۶ اردیبهشت ۹۲ که عنوان شده است ردیف بودجه ساخت بازی های رایانه ای حذف شد و مثال های خبری دیگر که حتی با جستجو ساده در فضای مجازی نیز به نتایج زیادی دست پیدا می کنید اینکه در جریان چنین خبر و موضوعی تبوده اید نشانه اشتباه مدیریتی در بنیاد است نه کذب بودن آن سخن! در ادامه نیز فرموده اید عملکرد مالی بنیاد ۱۰۰ درصد شفاف بوده است. لطفاً بفرمایید چرا در قسمتی از برسی لایحه بودجه سال ۱۳۹۱ کل کشور در حوزه رسانه ها این گونه بیان شده است که از آنجا که بنیاد ملی بازی های رایانه ای اولاً یک دستگاه غیر حاکمیتی بوده، تانياً تاکنون در آمدهای اختصاصی داشته که عملکرد مالی آن لائق شفاف نیست و ثالثاً این نحو پرداخت اعتبارات در قالب کمک، امکان سیاستگذاری مرکز و نظارت دولت در آن را کاهش خواهد داد و از سوی دیگر امکان تظاهرات بر نحوه هزینه شدن این اعتبارات توسط نهادهای نظارت مالی مانند دیوان محاسبات را از بین خواهد برد و... یا من و عزیزان نماینده در مجلس کتاب هستیم یا مدیران محترم بنیاد در جریان امور نیستند! و گرنه در عصر گرددش آزاد اطلاعات، این همه کذب و افتراء علیه یک نشست مطبوعاتی غیرمنطقی است. بودجه مستقل بنیادی که شما بر صندلی مدیریت غاملی آن تکیه زده اید، در سال ۱۳۹۱ به دلایل مطرح شده بالا توسط مجلس شورای اسلامی قطع شد و این برای کسب و کاری که قرار بود به عنوان یک صنعت شکوفا شود، خوب نیست. پیشنهاد می کنم به جای (ادامه دارد...)



(ادامه خبر...) لجه‌بازی با معتقدین و تهدید به شکایت و قلع و قمع کردن ایشان، بروید سراغ کارهای اصلی و ریشه‌ای و با اصلاح اساس نامه آن بنیاد، دولت مجلس و فعالین این حوزه را به آرامش برسانید.

۱۴- در بند ۱۴ از این خود مواردی را در دفاع از فروش و درآمد بازی های خارجی در ایران و اتصال این بازی ها به شبکه بانکی کشور بیان فرموده اید. موضوعی که بیشتر ربط به مسائل سیاسی و اجرا فرمان های بالادستی در حوزه مدیریت کلان فرهنگی دارد. متأسفانه خواسته یا ناخواسته علیرغم تذکرهای فراوان در حال دهن کمی به دستورالعمل های صادره در حخصوص قانون کمی رایت و خروج ارز از کشور هستید و این گونه با فراقنکی و توجیه غلط های مدیریتی این سال ها که خود پهنه می دانید امروز کنترل اوضاع برایتان مانند کالافی سردرگم شده است، در حال فرار رویه جلو هستید.

مخاطبان عزیز دقت بفرمایند که در حخصوص رعایت قانون کمی رایت محصولات خارجی و خروج ارز از کشور به دلایل مختلف و نیز آنکه جمهوری اسلامی ایران درباره پیوستن به کوآسیون بین المللی کمی رایت به جمع بندی ترسیه است و چندین دلیل دیگر که از آن گذر می کنم، هیچ فیلم اینیشن یا بازی رایانه ای به صورت اورجینال با قیمت روز جهانی و با مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ایران عرضه نمی شود.

اما به دلیل اشتباه مدیریتی عزیزان در بنیاد ملی بازی های رایانه ای در کنترل بازار بازی های وارداتی و فقط در یک مورد به گفته همین بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سند "منفور محیوب" بازی تلفن همراه کشن اف کلنر ۱۲۲ میلیارد تومان در بازار ایران درآمد ارزی داشته است.

یعنی طبق قانون، به دلایل بسیار زیاد قرار نیست برای استفاده از محصولات خارجی و به بناهه قانون کمی رایت، ارز از کشور خارج کنیم ولی در گرفتاری های این روزهای مستولین، اعداد میلیاردی و بسیار بزرگ توسط اتصال بازی های موبایل خارجی به شبکه شتاب، بدون جلب توجه از کشور خارج می شود.

مدیران محترم بنیاد نیز به جای آنکه برای این موضوع سازوکاری میاندیدند یا تفاوت فرهنگی بتوانند امروز در مقابل معتقدان پاسخ علمی داشته باشند، صورت مستله را پاک کرده و به گفته خودشان با جذب ۲۰ الی ۴۰ درصدی بخشی از این بول ها توسط شرکت های دلال و لوکالایز کننده ایرانی (که طبیعتاً این کسب و کارهای میلیاردی غیرمنتظری در اختیار امثال من و شما خواننده محترم قرار نمی گیرد!) شبکه بانکی کشور را به بازار بین المللی درآمدزای این شرکت های خارجی وصل کرده اند و در جواب نقد این عملکرد نیز بسیار آشته می شوند! حساب کنید ۲۰ الی ۴۰ درصد حق دلالی فروش این بازی های موبایل وارداتی با عدد مثال زده شده برای یک بازی تمونه خارجی در ایران، چقدر است؟ یعنی از یک حد بازی محیوب و پرفروش تلفن همراه در ایران طی ۲ سال گذشته وارد و لوکالایز (ترجمه و بومی سازی) شده است.

تو خود حدیث مفصل بخوان از این مجله.

۱۵- در بند ۱۵ از این خود فرموده اید که در مطلب، ذکر شده شرکت ۱۴ میلیارد تومان وام دریافت نکرده است. این شرکت از وام های وام و جووه اداره شده وزارت ارتباطات پرخورهار شده که برای دریافت آن روندی شفاف و قانونی وجود دارد. شایان ذکر است این وام مصوب شده برای این شرکت ۹۵۰ میلیون تومان بوده است که تاکنون ۴۷۵ میلیون تومان این وام دریافت شده است.

برای دریافت این میزان از وام نیز سند ملکی در گروی یا بانک گذاشته شده است. همچنین این شرکت قصد ندارد مابقی وام را دریافت کند... برایم جالب و قابل احترام بود اگر این گونه برای آبروی تمام شرکت ها و فعالین این کسب و کار تلاش می کردید یا حداقل همین قدر برای دیگران نیز وقت می گذاشید. چندخطی درباره این ماجرا خطاب به مخاطبان و مستو

پاشگاه خبرنگاران

از صنعت بازی رایانه ای چگونه بول در بیاوریم + اینفوگرافیک

صنعت بازی رایانه ای در عین سرگرمی می تواند بسیار بول ساز باشد.

به گزارش خبرنگار حوزه دریچه فناوری گروه فضایی مجازی پاشگاه خبرنگاران حجوان؛ بر اساس آخرین آمار بنیاد ملی بازی های رایانه ای از جمعیت ۸ میلیونی کشورمان حدود ۲۳ میلیون گیمر هستند که با رایانه، کنسول های بازی های رایانه ای مانند پلی استیشن و ایکس باکس و ... و یا با گوشی های هوشمند و تبلت بازی می کنند و از طرف دیگر گفته می شود این هنر صنعت سومین رسانه تاثیرگذار فرهنگی و جزو پرمخاطب ترین آنها نیز هست.

با تلاش های سال های اخیر انجام شده این حوزه در سطح حاکمیتی به عنوان یک صنعت در حال پذیرش است و جوانان نیز به سمت این عرصه توپا تمایل نشان داده اند و در حال فعالیت در حوزه بازی هایی با فرهنگ و نگرش ایرانی برای مخاطب داخلی و خارجی ساخته و عرضه شود و جالب تر آنکه به موقعیت های نسبی در حوزه بازی های موبایلی نیز دست یافته اند.

اگر شما هم جویای کار هستید و به فعالیت در صنعت بازی علاقه دارید توصیه می کنیم اینفوگرافیک زیر را مطالعه کنید تا با فرصت های شغلی گسترده در این عرصه آشنا شوید.

مجری طرح : اینفوگزاره

در میزگرد مهر مطرح شد؛ قیاس رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و سلایق گیمرهای ایرانی بر لزوم اصلاح رویکرد رسانه ای به بازی های رایانه ای تأکید کردند.

خبرگزاری مهر - گروه فرهنگ - مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) که قمایت رسمی خود را از تیرماه ۹۴ و در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی های رایانه ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرترین مرکز استخراج اطلاعات آماری درباره وضعیت بازار بازی های رایانه ای در ایران است. پیش از این و در قسمت نخست میزگرد خبرگزاری مهر با کارشناسان این مرکز، به برسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دوین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی های رایانه ای در کشور پردازیم. سید محمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حامد تصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین الملل کفتراس تحقیقات بازی های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند.

در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در خبرگزاری مهر را می خوانید:

فراخ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان برسی آماری وضعیت بازی های رایانه ای در ایران مطرح شد، علاقمندم بدایم از نگاه شما و مستند به پژوهش هایی که تا به این زمانه داشته اید، پدیده بازی های رایانه ای در ایران بیشتر یک پدیده اقتصادی است و یا فرهنگ؟

سیدحسینی: حتماً این پدیده پدیده ای چند جویی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجود درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه آند، عده ای دلالی می کنند و عده ای هم مصرف کنند و متأثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً برای خانواده ها بیشتر جنبه سرگرمی و فرهنگی اولویت دارد و برای تولید کنندگان مباحث اقتصادی، اما اگر سوال تان این است که امروز کدام وجه در کلیت بازار غالب است، حتماً پاسخ، وجه اقتصادی است.

سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است. درآمدی که بازی های رایانه ای برای کشور بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظمه شمسی با کهکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شاید مهمترین دلیل آن سهل الوصول بودن فرآیند دسترسی، عرضه و حتی صادرات در این صنعت است که برای تولید هم نیاز به منابع هنگفت و عجیب ندارد.

این مهترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی ها هم مصدق دارد. ویژگی این صنعت در دنیا وابستگی آن به صنایع دیگر مانند تبلیغات است. براساس گزارشی که مکنی در این زمینه منتشر کرده است، رتبه اول رشد در آمد در بازار تبلیغات هم مربوط به بازی های دیجیتال بوده است. این نشان دهنده ظرفیت این صنعت است.

غیر از این نمونه ای که اشاره کردید اساساً داده های آماری بازار بازی های ایران چقدر متناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اینکه ما امروز نگران عور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایل هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

تصیری: در همه جایی دنیا، آمارها گوایی می دهد که نرخ رشد موبایل و مجموع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوترهای شخصی و کنسول های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و بی سی در بازار، خود را رقیب هم می دانند و به تعبیری کاربران یکدیگران را به سمت خود فرامی خوانند اما موبایل اغلب را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی گذاشتند.

با وجود این شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایل، بازی های بی سی همچنان سود بالاتری دارند در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی های موبایل شدت بازار تولیدات کنسولی و بی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است... تصیری: شاید بهتر باشد اینکونه بگوییم که جون بی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینکونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایل باعث تعطیلی بازار بازی های بی سی بوده است...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی ها در ایران با کشورهای دیگر منتشر کردیم به این نکته اشاره شده است که در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی های اموالی باعث تفاوت این بازارها به شدت ناتناسب است. درآمد بازی های موبایل بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسی مختص ایران هم نیست و بد نیست بدانید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و تعدادهای منتشر شده، شرایط مشابه ما دارد. این بی تناسی ارتیاطی با این واقعیت تدارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های بی سی و کنسول در ایران به صورت قاجاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی: طبیعتاً این نکته تک عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کی رایت شباهت هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه پیشین دشترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بیشتری دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریب نقود اینترنت در تقاضا مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت بالاترین آمارها را داریم. بیشترین اینترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می کنیم.

وقتی تلفن های همراه همه جا در دسترس هستند و امکان اتصال به اینترنت هم فراهم است، این شرایط خود به خود کاربر را به سمت استفاده از بازی ها در اوقات فراغت سوق می دهد. تמוד این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به تسبیت تلفن های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است.

از نظر دیگر مشخصه های مرتبط با عادات رفتاری گیمرها، آمارهای داخلی چه تفاوت ها و شباهت هایی با بازار جهانی دارد؟ [دامنه دارد...]

(ادامه خبر ...) سیدحسینی: تفاوت هایی در زانرهای محبوب بازی وجود دارد اما آنقدر زیاد نیست. تقریباً متنطبق با آمارهای جهانی رفتار من کنیم اما به دلیل نبود پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی ها بیش از متوسط چهاری حضور داریم. مثلاً اگر بازی های استراتژیک در دینا رته اول توجه را دارند، در ایران بازی های ریسینگ یا همان رانندگی بیشتر مورد اقبال قرار دارند. البته بازهم تأکید می کنم میزان استفاده ما و دیگران تفاوت مشهودی با هم ندارد. در زمان استفاده و جنسیت کاربران است که نسبت به بازار چهاری تفاوت هایی داریم.

به خصوص در زمینه جنسیت در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و تزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکور بسیار بیشتر هستند. یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حیطه باتون باشد که هم خود و هم اطرافیانشان معمولاً محافظه کاری بیشتری برای استفاده از سرگرمی ها و بازی ها دارند.

در الگوهای رفتاری دیگر مانند بیشترین تایم استفاده در طول شبانه روز هم گیمرهای ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول شبانه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً متمرکز در ساعت‌های اتمام مدارس است.

در برخی از گزارش های دایرکت به این تفاوت های اماری و رفتاری به صورت جزئی تر پرداخته ایم و این خصوصیات ها است که می تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه گذاران جذاب کند.

فکر می کنید کدام گزاره ها در گزارش های اماری مرتبط با بازی های رایانه ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟ سیدحسینی: نکته ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی کلش، بسیار تmod داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالان در این حوزه خیلی بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی های وارداتی در بازار ایران غالباً پردازدتر هستند یک هشدار جدی بود. ما می توانیم از چرخه درآمدی این بازی ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی های داخلی درآوریم. اما این درآمدهای بسیار بالا در بازار ما به راحتی هر زمینه را دارند و به دست دلالان می رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی آورد. تصریحی: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم در دل دارد و شاید خیلی از جنس هشدار نیاشد. در کشور ما غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه ها می خواهند سراغ بازی های رایانه ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند. مثلاً تیتر می زنیم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بعد از منظر بی تحرکی آن را تهدید قلعه دادم من کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی تواند عامل چاقی باشد!

پایانی می زنیم بازی های رایانه ای خانواده ها را از هم دور می کند. این نگاه در حالی است که در نمایشگاه های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی های خانوادگی اختصاص پیدا می کند. این نگاه را دیگر کمال به مضرات بازی های رایانه ای که غالباً هم محصول پژوهش های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی ها عموماً تبدیل به نهادهای ناکارآمد شوند که خانواده ها خیلی برای آن ها اهمیت نمی دهند. مثل سینما که وقتی اعلام می شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده ها به تکابو می افتد که بجهه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بجهه شان را مرد بار آورده اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دارند است و باعث شده خانواده ها به ما می اعتماد شوند. اگر نکته ای از دل آمارها بخواهد ما را نگران کند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی های ایرانی ها مقداری از متوسط چهانی بالاتر است. این آمار لزوماً نگران کننده نیست اما وقتی هم زمان متوجه این واقعیت می شویم که بازی هایی در بازار ما عرضه می شود که کنترل و نظارتی بر روی آن ها نیست، این به معنای آن است که بجهه های ما به صورت گسترش در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است. مشکل هم از آنجایی آغاز می شود که تهاده های فرهنگی، از آنجا که پیش تر تصمیم گرفته اند کل این بازار را یک خطر بینند، متوجه لزوم تفکیک ممایب و مزایای این بازار نمی شوند و اعتبار خود را از دست می دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقدم استراتژی رسانه ای ما در حوزه بازی های رایانه ای اشتباه است...

اساساً چنینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟ سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنای، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی ها بکسان است. رویکردی که معتقد است بازی های رایانه ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می توان ورزش را جایگزین کردا این در حالی است که وقتی در نظرسنجی ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می روند می گویند در فضای بازی بسیاری از تجربه هایی که نمی توانیم بدون هزینه در فضایی واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه های بسیاری را بگیرد و یا مهارت های را فراگیر کند. چرا روی این ابعاد بازی تمرکز نمی کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد. آنچه مخاطب از بازی ها انتظار دارد و سراغ می گیرد با برداشتی که رسانه های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است. ادامه دارد...



در میزگرد مهر مطرح شد؛ مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و سلایق گیمرهای ایرانی بر لزوم اصلاح رویکرد رسانه ای به بازی های رایانه ای تأکید کردند.

خبرگزاری مهر - گروه فرهنگ - مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال(دایرک) که قمایت رسمی خود را از تیرماه ۹۴ و در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی های رایانه ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرترین مرکز استخراج اطلاعات آماری درباره وضعیت بازار بازی های رایانه ای در ایران است. پیش از این و در قسمت نخست میزگرد خبرگزاری مهر با کارشناسان این مرکز، به برسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دوین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی های رایانه ای در کشور پردازیم. سید محمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حامد تصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین الملل کفتراس تحقیقات بازی های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند.

در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در خبرگزاری مهر را می خوانید:

فراخ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان برسی آماری وضعیت بازی های رایانه ای در ایران مطرح شد، علاقمندم بدایم از نگاه شما و مستند به پژوهش هایی که تا به این زمانه داشته اید، پدیده بازی های رایانه ای در ایران بیشتر یک پدیده اقتصادی است و یا فرهنگ؟

سیدحسینی: حتما این پدیده پدیده ای چند جهی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجود درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه آن، عده ای دلایی می کنند و عده ای هم مصرف کنند و متأثر از این محصولات هستند. از این نظر حتما برای خانواده ها بیشتر جنبه سرگرمی و فرهنگی اولویت دارد و برای تولید کنندگان مباحث اقتصادی، اما اگر سوال تان این است که امروز کدام وجه در کلیت بازار غالب است، حتما پاسخ، وجه اقتصادی است.

سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است. درآمدی که بازی های رایانه ای برای کشور بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظمه شمسی با کهکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شاید مهمترین دلیل آن سهل الوصول بودن فرآیند دسترسی، عرضه و حتی صادرات در این صنعت است که برای تولید هم نیاز به منابع هنگفت و عجیب ندارد.

این مهترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی ها هم مصدق دارد. ویژگی این صنعت در دنیا وابستگی آن به صنایع دیگر مانند تبلیغات است. براساس گزارشی که مکنی در این زمینه منتشر کرده است، رتبه اول رشد در آمد در بازار تبلیغات هم مربوط به بازی های دیجیتال بوده است. این نشان دهنده ظرفیت این صنعت است.

غیر از این نمونه ای که اشاره کردید اساساً داده های آماری بازار بازی های ایران چقدر مناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اینکه ما امروز نگران عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایل هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

تصیری: در همه جایی دنیا، آمارها گوایی می دهد که نرخ رشد موبایل و مجموع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوترهای شخصی و کنسول های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و بی سی در بازار، خود را رقیب هم می دانند و به تعبیری کاربران یکدیگران را به سمت خود فرامی خوانند اما موبایل اتفاقاً را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی گذاشتند.

سیدحسینی: در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایل، بازی های بی سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی های موبایلی در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و بی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است. تصیری: شاید بهتر باشد اینکه بگوییم که چون بی سی شکست خورد، موبایل به میان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینکه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های بی سی بوده است...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی ها در ایران با کشورهای دیگر منتشر کردیم به این نکته اشاره شده است که در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است اما تفاوت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است...

این بی توانی مخصوص ایران هم نیست و بد نیست بدانید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و تعدادهای منتشر شده، شرایط مشابه ما دارد. این بی توانی ارتباطی با این واقعیت تدارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های بی سی و کنسول در ایران به صورت قاجاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی: طبیعتاً این نکته تک عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کمی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کمی رایت شباخته ای بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه پیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بیشتری دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریب نقد اینترنت در نقاط مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت بالاترین آمارها را داریم. بیشترین اینترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می کنیم.

وقتی تلفن های همراه همه جا در دسترس هستند و امکان اتصال به اینترنت هم فراهم است، این شرایط خود به خود کاربر را به سمت استفاده از بازی ها در اوقات فراغت سوق می دهد. نمود این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به نسبت تلفن های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است. (اداعه دارد ...)

(ادامه خبر ...) از نظر دیگر مشخصه های مرتبط با عادات رفتاری گیمرها، آمارهای داخلی چه تفاوت ها و شباهت هایی با بازار جهانی دارد؟ سیدحسینی: تفاوت هایی در زانهای محبوب بازی وجود دارد اما آنقدر زیاد نیست، تقریباً منطبق با آمارهای جهانی رفتار می کنیم اما به دلیل نبود پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی های بیش از متوسط جهانی حضور داریم، مثلاً اگر بازی های استراتژیک در دینا رتبه اول توجه را دارند، در ایران بازی های ریسینگ یا همان رانندگی بیشتر مورد اقبال قرار دارند، البته بازهم تأکید می کنم میزان استفاده ما و دیگران تفاوت مشهودی با هم ندارد، در زمان استفاده و جنسیت کاربران است که نسبت به بازار جهانی تفاوت هایی داریم.

تصویری: غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه ها می خواهند سراغ بازی های رایانه ای بینند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند، مثلاً تیتر می نمایم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بعد از منظر بی تحریر کی ان را تهدید قلمداد می کنیم، از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی تواند عامل چاقی پاشداشته خصوص در زمینه جنسیت، در کشورهای مختلف آمارها بسیار مناسب و تزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکور بسیار بیشتر هستند یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حریم باتون باشد که هم خود و هم اطراف ایشان معمولاً محافظه کاری بیشتری برای استفاده از سرگرمی ها و بازی ها دارد.

در الگوهای رفتاری دیگر مانند بیشترین تایم استفاده در طول شباهه روز هم گیمرهای ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول شباهه روز هم هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً مشتمل بر ساعت است.

در برخی از گزارش های دایرک به این تفاوت های آماری و رفتاری به صورت جزئی تر پرداخته ایم و این خصوصیات ها است که می تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه گذاران جذب کند.

فکر می کنید کدام گزاره ها در گزارش های آماری مرتبط با بازی های رایانه ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟ سیدحسینی: نکته ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی کلش، بسیار تmod داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالان در این حوزه خیلی بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی های وارداتی در بازار ایران غالباً پردازدتر هستند یک هشدار جدی بود، ما می توانیم از چرخه درآمدی این بازی ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی های داخلی دوآوریم، اما این درآمدهای بسیار بالا در بازار

ما به راحتی هر زمینه را درآورده باشند و به دست دلالان می رسد. با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی آورد. تصویری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم در دل دارد و شاید خیلی از جنس هشدار نباشد. در کشور ما غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه ها می خواهند سراغ بازی های رایانه ای بینند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند، مثلاً تیتر می نمایم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بعد از منظر بی تحریر کی ان را تهدید قلمداد می کنیم، از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی تواند عامل چاقی باشد؟

پا تیتر می نمایم بازی های رایانه ای خانواده ها را از هم دور می کند، این نگاه در حالی است که در نمایشگاه های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی های خانوادگی اختصاص پیدا می کند، این نگاه را دیگر کمال به مضرات بازی های رایانه ای که غالباً هم محصول پژوهش های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی ها عموماً تبدیل به نهادهای ناکارآمد شوند که خانواده ها خیلی برای آن ها اهمیت نمی دهند. مثل سینما که وقتی اعلام می شود فیلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده ها به تکابو می افتد که بجهه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بجهه شان را مرد بار آورده اند این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دادن است و باعث شده خانواده ها به ما می اعتماد شوند، اگر نکته ای از دل آمارها بخواهد ما را نگران کند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی های ایرانی ها مقداری از متوسط جهانی بالاتر است، این آمار لزوماً نگران کننده نیست اما وقتی هم زمان متوجه این واقعیت می شویم که بازی هایی در بازار ما عرضه می شود که کنترل و نظارتی بر روی آن ها نیست، این به معنای آن است که بجهه های ما به صورت گسترش در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است. مشکل هم از آنجایی آغاز می شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش تر تصمیم گرفته اند کل این بازار را یک خطر بینند متوجه لزوم تدقیک ممایب و مزایای این بازار نمی شوند و اعتبار خود را از دست می دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقدم استراتژی رسانه ای ما در حوزه بازی های رایانه ای اشتباه است... اساساً چندین استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟ سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثناء، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی ها یکسان است، رویکردی که معتقد است بازی های رایانه ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می توان ورزش را جایگزین کردا این در حالی است که وقتی در نظرسنجی ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می روند می گویند، در فضای بازی بسیاری از تجربه هایی که نمی توانیم بدون هزینه در قضایی واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه های بسیاری را بگیرد و یا مهارت های را فراگیر کند، چرا روسی این ایجاد بازی تمرکز نمی کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد آنچه مخاطب از بازی ها انتظار دارد و سراغ می گیرد با برداشتی که رسانه های رسمی می نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است، ادامه دارد...



مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و سلایق گیمرهای ایرانی بر لزوم اصلاح رویکرد رسانه ای به بازی های رایانه ای تأکید کردند.

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و سلایق گیمرهای ایرانی بر لزوم اصلاح رویکرد رسانه ای به بازی های رایانه ای تأکید کردند. خبرگزاری مهر- گروه فرهنگ: مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال(دایرک) که فعالیت رسمی خود را از تیرماه ۹۴ و در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی های رایانه ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرترین مرکز استخراج اطلاعات آماری درباره وضعیت بازار بازی های رایانه ای در ایران است. پیش از این و در قسمت نخست میزگرد خبرگزاری مهر با کارشناسان این مرکز، به برسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دو مین پخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی های رایانه ای در کشور پردازم. سید محمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، خامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین الملل کفارناس تحقیقات بازی های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند.

در ادامه پخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در خبرگزاری مهر را می خواهیم:

فراخ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و مضمون آماری و وضعیت بازی های رایانه ای در ایران مطرح شد، علاقمند بدانم از نگاه شما و مستند به پژوهش هایی که تا به امروز در این زمینه داشته اید، پدیده بازی های رایانه ای در ایران بیشتر یک پدیده اقتصادی است و یا فرهنگی؟

سیدحسینی: حتما این پدیده پدیده ای چند وجهی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجوده درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده ای دلالی می کنند و عده ای هم مصرف کنند و مثاب این محصولات هستند. از این نظر حتما برای خانواده ها بیشتر جنبه سرگرمی و فرهنگی اولویت دارد و برای تولید کنندگان مباحث اقتصادی. اما اگر سوال تان این است که بازی های رایانه ای برای کشور بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی

سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است، درآمدی که بازی های رایانه ای برای کشور بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظمه شمسی با کهکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شناسی که شاید مهمترین دلیل آن سهل الوصول بودند فرآیند دسترسی، عرضه و حتی صادرات در این صنعت است که برای تولید هم نیاز به منابع هنگفت و عجیب ندارد.

این مهمترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی ها هم مصدق دارد. ویژگی این صنعت در دنیا ویستگی آن به صنایع دیگر مانند تبلیغات است. براساس گزارشی که مکنزی در این زمینه منتشر کرده است، رتبه اول رشد درآمد در بازار تبلیغات هم مربوط به بازی های دیجیتال بوده است. این نشان دهنده ظرفیت این صنعت است.

غیر از این نمونه ای که اشاره کردید اساساً داده های آماری بازار بازی های ایران چقدر متناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اینکه ما امروز نگران عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایل هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

نصیری: در حمه جای دنیا، آمارها گوایی می دهد که نرخ رشد موبایل و جمیع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوترهای شخصی و کنسول های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و بی سی در بازار، خود را رقیب هم می دانند و به تعبیری کاربران یکدیگر را به سمت خود فرامی خوانند اما موبایل انقلابی را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی گذاشتند.

سیدحسینی: در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است و وجود این شایسته ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمد ای بازی های موبایل، بازی های بی سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی های موبایل در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و بی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است... نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون بی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های بی سی بوده است...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی ها در ایران با کشورهای دیگر منتشر کردیم به این نکته اشاره شده است که در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است. درآمد بازی های موبایل بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تابعی مخصوص ایران هم نیست و بد نیست بدآن کشوری مانند چین هم مستند به آمار و تعدادهای مستثن شده، شرابطی مشابه ما دارد. این بی تابعی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های بی سی و کنسول در ایران به صورت قاجاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می شود و بازار رسمی ندارد.

سیدحسینی: طبیعتاً این نکته تک عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کمی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کمی رایت شباهت هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه پیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بیشتری دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر طریب نفوذ اینترنت در نقاط مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت بالاترین آمارها را داریم. بیشترین اینترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می کنیم.

وقتی تلفن های همراه همه جا در دسترس هستند و امکان اتصال به اینترنت هم فراهم است، این شرایط خود به خود کاربر را به سمت استفاده از بازی ها در اوقات فراغت سوق می دهد. نمود این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به نسبت تلفن های همراه هوشمند در (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ... ایران بسیار پایین است.

از نظر دیگر مشخصه های مرتبط با عادات رفتاری گیمرها، آمارهای داخلی چه تفاوت ها و شایسته هایی با بازار جهانی دارد؟ سیدحسینی: تفاوت هایی در ژانرهای محبوب بازی وجود دارد اما آنقدر زیاد نیست. تقریباً منطبق با آمارهای جهانی رفتار می کنیم اما به دلیل نبود پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی های بیش از متوسط جهانی حضور داریم. مثلاً اگر بازی های استراتژیک در دینا رتبه اول توجه را دارند، در ایران بازی های ریسینگ یا همان رانندگی بیشتر مورد اقبال قرار دارند البته بازهم تأکید می کنم میزان استفاده ما و دیگران تفاوت مشهودی با هم ندارد. در زمان استفاده و جنسیت کاربران است که نسبت به بازار جهانی تفاوت هایی داریم.

تصویری: غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه ها می خواهند سراغ بازی های رایانه ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند. مثلاً تیتر می زنیم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بد از منظر بی تحرکی آن را تهدید قلمداد می کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی تواند عامل چاقی باشد! ابهه خصوص در زمینه جنسیت، در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و تزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکور بسیار بیشتر هستند یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حریم یا توان باشد که هم خود و هم اطراف ایشان معمولاً محافظه کاری بیشتری برای استفاده از سرگرمی ها و بازی ها دارد.

در الگوهای رفتاری دیگر مانند بیشترین تایم استفاده در طول شباه روز هم گیمرهای ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول شباه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً متصرف از ساعتی پس از انصراف مدارس است.

در برخی از گزارش های دایرکت به این تفاوت های اماراتی و رفتاری به صورت جزئی تر پرداخته ایم و این خصوصیات ها است که می تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه گذاران جذاب کند.

فکر من تکید کدام گزاره ها در گزارش های اماراتی مرتبط با بازی های رایانه ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟ سیدحسینی: تکته ای که برای خود ما بد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی کلش، بسیار تmod داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالان در این حوزه خیلی بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی های وارداتی در بازار ایران غالباً پرداخت هستند یک هشدار جدی بود ما می توانیم از چرخه درآمدی این بازی ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی های داخلی درآوریم. اما این درآمدهای بسیار بالا در بازار ما به راحتی هر زمینه رود و به مست دلالان می رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی آورد. تصویری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به تکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم در دلال و شاید خیلی از جنس هشدار نیاشد. در کشور ما غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه ها می خواهند سراغ بازی های رایانه ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند. مثلاً تیتر می زنیم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بد از منظر بی تحرکی آن را تهدید قلمداد می کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی تواند عامل چاقی باشد!

یا تیتر می زنیم بازی های رایانه ای خانواده ها را از هم دور می کند. این نگاه در حالی است که در نمایشگاه های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی های خانوادگی اختصاص پیدا می کند. این نگاه را دیگر بازی های رایانه ای که غالباً هم محصول پژوهش های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی ها، عموماً تبدیل به نهادهای ناکارآمد شوند که خانواده های خیلی برای آن ها اهمیت نمی دهند.

مثل سینما که وقتی اعلام می شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده ها به تکالیو می افتدند که بچه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه شان را مرد بار اورده اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دارن است و باعث شده خانواده ها به ما بی اعتماد شوند.

اگر تکته ای از دل آمارها بخواهد ما را نگران کند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی کردن ما ایرانی ها مقداری از متوسط جهانی بالاتر است. این آمار لزوماً نگران کننده نیست اما وقتی همزمان متوجه این واقعیت می شویم که بازی هایی در بازار ما عرضه می شود که کنترل و نظارتی بر روی آن ها نیست، این به معنای آن است که بچه های ما به صورت گسترش در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است.

مشکل هم هو از آنجایی آغاز می شود که نهادهای فرهنگی، از انجا که بیش تر تصمیم گرفته اند کل این بازار را یک خطر بینند، متوجه لزوم تفکیک ممایب و مزایای این بازار نمی شوند و اعتبار خود را از دست می دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقدم استراتژی رسانه ای ما در حوزه بازی های رایانه ای اشتباه است...

اساساً چنینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنای، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی ها یکسان است. رویکردی که معتقد است بازی های رایانه ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می توان ورزش را جایگزینش کردا این در حالی است که وقتی در تظرسنجی ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می روند می گویند در فضای بازی بسیاری از تجربه هایی که نمی توانیم بدون هزینه در قضایی واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه های بسیاری را بگیرد و یا مهارت هایی را فراگیر کند. چرا روی این ابعاد بازی تمرکز نمی کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد. آنچه مخالف از بازی ها انتظار دارد و سراغ می گیرد با برداشتی که رسانه های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است.

ادامه دارد...

در میزگرد مهر مطرح شد؛ قیاس رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!

خبرگزاری مهر - گروه فرهنگ مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) که قمایت رسمی خود را از تیرماه ۹۴ و در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی های رایانه ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرین مرکز استخراج اطلاعات آماری درباره وضعیت بازار بازی های رایانه ای در ایران است. پیش از این و در قسمت نخست میزگرد خبرگزاری مهر با کارشناسان این مرکز، به برسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دوین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی های رایانه ای در کشور پردازیم. سید محمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حامد تصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین الملل کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند.

در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در خبرگزاری مهر را می خوانید:

فراخ از مباحثی که تا به اینجا در ازوم و امکان برسی آماری وضعیت بازی های رایانه ای در ایران مطرح شد، علاقمند بمانم از نگاه شما و مستند به پژوهش هایی که تا به امروز در این زمینه داشته اید، پدیده بازی های رایانه ای در ایران بیشتر یک پدیده اقتصادی است و یا فرهنگ؟

سیدحسینی: حتما این پدیده پدیده ای چند جوچی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجوده درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده ای دلالی می کنند و عده ای هم مصرف کنند و متاثر از این محصولات هستند. از این نظر حتما برای خانواده ها بیشتر جنبه سرگرمی و فرهنگی اولویت دارد و برای تولید کنندگان مباحث اقتصادی. اما اگر سوال تان این است که امروز کدام وجه در کلیت بازار غالب است، حتما پاسخ، وجه اقتصادی است.

سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است. درآمدی که بازی های رایانه ای کشور بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظمه شمسی با کهکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شاید مهمترین دلیل آن سهل الوصول بودن فرآیند دسترسی، عرضه و حتی صادرات در این صنعت است که برای تولید هم نیاز به منابع منفذ و عجیب ندارد.

این مهمترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی ها هم مصدق دارد. ویژگی این صنعت در دنیا وابستگی آن به صنایع دیگر مانند تبلیفات است. براساس گزارشی که مکنزی در این زمینه منتشر کرده است، رتبه اول رشد درآمد در بازار تبلیفات هم مربوط به بازی های دیجیتال بوده است. این نشان دهنده ظرفیت این صنعت است.

غیر از این نمونه ای که اشاره کردید اساساً داده های آماری بازار بازی های ایران چقدر متناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اینکه ما امروز نگران عور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایل هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

تصیری: در ممه جای دنیا، آمارها گوایی می دهد که نرخ رشد موبایل و مجموع درآمدهای حاصل از بازار بازی های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوترهای شخصی و کنسول های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و بی سی در بازار، خود را رقیب هم می دانند و به تعبری کاربران یکدیگران را به سمت خود فرامی خواندند اما موبایل انقلابی را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه ای به این بازار افزوده شود هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی گذاشتند.

سیدحسینی: در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است. این شاید هم این تفاوت ها این تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمد ای این بازی های بی سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما این شرایط متفاوت است ...

عرضه و تولید بازی های موبایلی در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و بی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است ...

تصیری: شاید بهتر باشد اینکه بگوییم بازی های بی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینکه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های بی سی بوده است ...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی ها در ایران با کشورهای دیگر منتشر کردیم به این نکته اشاره شده است که در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است. درآمد بازی های موبایل بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسی مختص ایران هم نیست و بد نیست بدانید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و نمودارهای منتشر شده، شرایط مشابه ما دارد. این بی تناسی ارتباطی با این واقعیت تدارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های بی سی و کنسول در ایران به صورت قاچاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی: طبقنا این نکته تک عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بعثت کمی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کمی رایت شbahat هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می تواند اقبال ویژه هم می تواند اقبال ویژه هم در ایران به داشتن تلفن های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه بیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بیشتری دسترسی به اینترنت را هم داریم. بعثت سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریب نقد اینترنت در نقاط مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت بالاترین آمارها را داریم. بیشترین اینترنت را هم از طریق ابرتورهای تلفن همراه استفاده می کنیم.

وقتی تلفن های همراه همه جا در دسترس هستند و امکان اتصال به اینترنت هم فراهم است، این شرایط خود به خود کاربر را به سمت استفاده از بازی ها در اوقات فراغت سوق می دهد. نمود این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به تسبیت تلفن های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است.

از نظر دیگر مشخصه های مرتبط با عادات رفتاری گیمرها، آمارهای داخلی چه تفاوت ها و شباهت هایی با بازار جهانی دارد؟

سیدحسینی: تفاوت هایی در زانرهای محبوب بازی وجود دارد اما آنقدر زیاد نیست. تقریباً منطبق با آمارهای جهانی رفتار رفاقتی که کنیم اما به دلیل نبود پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی های بیش از متوسط جهانی حضور داریم. مثلاً اگر بازی های استراتژیک در دنیا رتبه اول توجه را دارند، در ایران (ادامه دارد ...)

صفحه روزنامه

(ادامه خبر...) بازی های رسینگ یا همان راندگی بیشتر مورد اقبال قرار دارند البته بازهم تأکید می کنم میزان استفاده ما و دیگران تفاوت مشهودی با هم ندارد در زمان استفاده و جنسیت کاربران است که نسبت به بازار جهانی تفاوت هایی دارند.

تصویری: غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه هایی خواهند سراغ بازی های رایانه ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند. مثلاً تیتر می زنیم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بد از منظر بی تحریر کی آن را تهدید قلمداد می کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی تواند عامل چاقی پاشدازیه خصوص در زمینه جستیت، در کشورهای مختلف آمارها سیار متناسب و نزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکور سیار بیشتر هستند یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حریم یا توافق باشد که هم خود و هم اطراف ایشان معمولاً محافظه کاری بیشتری برای استفاده از سرگرمی ها و بازی ها دارند.

در الگوهای رفتاری دیگر مانند بیشترین تایم استفاده در طول شباهه روز هم گیمرهای ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول شباهه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً متمرکز در ساعت پس از اتمام مدرسان است.

در برخی از گزارش های دایرک به این تفاوت های اماری و رفتاری به صورت جزئی تر پرداخته ایم و این خصوصیات ها است که می تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه گذاران جذب کند.

فکر می کنید کدام گزاره ها در گزارش های اماری مرتبط با بازی های رایانه ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟ سیدحسینی: نکته ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی کلش، سیار تمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالان در این حوزه خیلی بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی های وارداتی در بازار ایران غالباً پردازدتر هستند یک هشدار جدی بود. ما می توانیم از چرخه درآمدی این بازی ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی های داخلی درآوریم. اما این درآمدهای سیار بالا در بازار ما به راحتی هر زمینه را دارند و به دست دلالان می رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی آورد. تصویری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم در دل دارد و شاید خیلی از جنس هشدار نباشد. در کشور ما غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه هایی خواهند سراغ بازی های رایانه ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند. مثلاً تیتر می زنیم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بد از منظر بی تحریر کی آن را تهدید قلمداد می کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی تواند عامل چاقی باشد!

با تیتر می زنیم بازی های رایانه ای خانواده ها را از هم دور می کند. این نگاه در حالی است که در نمایشگاه های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی های خانوادگی اختصاص پیدا می کند. این نگاه را دیگر کمال به مضرات بازی های رایانه ای که غالباً هم محصول پژوهش های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی ها، عموماً تبدیل به نهادهای ناکارآمد شوند که خانواده ها خیلی برای آن ها اهمیت نمی دهند. مثل سینما که وقتی اعلام می شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده ها به تکابو می افتدند که بجهه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بجهه شان را مرد بار آورده اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دارند است و باعث شده خانواده ها به ما می اعتماد شوند. اگر نکته ای از دل آمارها بخواهد ما را نگران کند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی های ایرانی ها مقداری از متوسط چهانی بالاتر است. این آمار لزوماً نگران کننده نیست اما وقتی همزمان متوجه این واقعیت می شویم که بازی هایی در بازار ما عرضه می شود که کنترل و نظارتی بر روی آن ها نیست، این به معنای آن است که بجهه های ما به صورت گسترده در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است. مشکل هم از آنجایی آغاز می شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش تر تصمیم گرفته اند کل این بازار را یک خطر بینند، متوجه لزوم تفکیک ممایب و مزایای این بازار نمی شوند و اعتبار خود را از دست می دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقدم استراتژی رسانه ای ما در حوزه بازی های رایانه ای اشتباه است...

اساساً چنینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنای، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی ها بکسان است. رویکردی که معتقد است بازی های رایانه ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می توان ورزش را جایگزین کردا این در حالی است که وقتی در نظرسنجی ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می روند می گویند در فضای بازی سیاری از تجربه هایی که نمی توانیم بدون هزینه در فضایی واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه های سیاری را بگیرد و یا مهارت هایی را فراگیر کند. چرا روی این ابعاد بازی تمرکز نمی کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد آنچه مخاطب از بازی ها انتظار دارد و سراغ می گیرد با برداشتی که رسانه های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است. ادامه دارد...

سایه اینترنت

مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می دانیم!

شبکه خبری ایرانا - گروه فرهنگ: مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال(دایرک) که فعالیت رسمی خود را از تیرماه ۹۴ و در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی های رایانه ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرترین مرکز استخراج اطلاعات آماری در بازاره و وضعیت بازار بازی های رایانه ای در ایران است.(ادامه دارد...)

(ادامه خبر...) پیش از این و در قسمت نخست میزگرد شیکه خبری ایرانا با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارتهای دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دوین بخش این میزگرد تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی های رایانه ای در کشور پردازیم.

سید محمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین الملل کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند

در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در شبکه خبری ایرانا را می خوانید:

فأراغ از مباحثي كه تا به اينجا در لزوم و امكان بررسى آماري وضعیت بازی های رایانه ای در ايران مطرح شد، علاقمند بدانم از نگاه شما و مستند به پژوهش هایي كه تا به امروز در این زمینه داشته ايد، پديده بازی های رایانه ای در ايران بيشتر يك پديه اقتصادي است و يا فرهنگ؟

سیدحسیني: حتما اين پديده اين چند وجهي است و هر بخش از جامعه با يكى از اين وجوده درگير است. گروهي مشغول توليد و عرضه اند، عده اى دلالى مى كنند و عده اى هم مصرف كنند و مثار از اين مخصوصات هستند. از اين نظر حتما هرگاه بازی خانواده ها بيشتر جنبه سرگرمی و فرهنگي اولويت دارد و برای توليد كنندگان مباحث اقتصادي. اما اگر سوال تان اين است كه امروز کدام وجه در كلیت بازار غالب است، حتما پاسخ، وجه اقتصادي است.

سیر صعودي چرخش مالي در اين صنعت پس از مشهود است. درآمدی كه بازی های رایانه ای برای کشور بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعت مانند نفت، حکم مقایسه منظمه شمسی با كپکشان راه شیري را داشته باشد، اما نكته مهم درباره اين بازار شتاب رشد است. شناسی كه شاید مهمترین دليل آن سهل الوصول بودند فرآيند دسترسی، عرضه و حتى صادرات در اين صنعت است كه برای توليد هم نياز به منابع هنگفت و عجیب ندارد.

اين مهمترین ويزگي صنعت بازی های ايران است كه البته درباره صنعت جهانی بازی هم مصدق دارد. ويزگي اين صنعت در دنيا و ايستگي آن به صنایع دیگر مانند تبلیفات است. براساس گزارشي که مکنزی در این زمینه منتشر كرده است، رتبه اول رشد درآمد در بازار تبلیفات هم مربوط به بازی های دیجیتال بوده است. اين نشان دهنده ظرفيت اين صنعت است.

غیر از اين نمونه اى كه اشاره كردید اساساً داده های آماری بازار بازی های آماری بازار بازی های اقتصادي مناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اينگاه ما امروز نگران عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوتراهای شخصی به سمت بازی های موبایل هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ايران موضوعیت دارد؟

تصیری: در همه جای دنیا، آمارها گوایی می دهد كه نرخ رشد موبایل و مجموع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوتراهای شخصی و کنسول های بازی) بسیار بیشتر است. به اين نكته هم توجه داشته باشید كه برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و بی سی در بازار، خود را رقیب هم می دانند و به تعییری گاربران یکدیگر را به سمت خود فرامی خواهند اما موبایل اقلایی را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه اى به اين بازار افزوده شود. هم در ايران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده اند كه پیش از اين شاید وقت برای اين سرگرمی نمی گذاشتند.

سیدحسیني: در سه قارهٔ آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد گاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما در ايران این بازارها به شدت نامتناسب است و وجود این شباهت ها اما تفاوتی كه بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدگذاری بازی های موبایل، بازی های بی سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی های موبایل در ايران به شدت بازار تولیدات کنسولی و بی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است... تصیری: شاید بهتر باشد اينگونه بگويم که چون بی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اينقدر سهم گرفت. اينگونه نیست که بگويم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های بی سی بوده است...

سیدحسیني: در گزارشي که اخيراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی ها در ايران با کشورهای دیگر منتشر کردیم به اين نكته اشاره شده است که در سه قارهٔ آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد گاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما در اiran این بازارها به شدت نامتناسب است. درآمد بازی های موبایل بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسی مختص ایران هم نیست و بد نیست بدانید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و تعداد داروارهای منتشر شده، شرایطی مشابه ما دارد. این بی تناسی ارتباطی با اين واقعیت تدارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های بی سی و کنسول در اiran به صورت قاجاق و با قیمت غیرواقعي عرضه می شود و بازار رسمي ندارد؟

سیدحسیني: طبیعتاً اين نكته تک عاملی نیست اما حتماً يكى از عوامل اصلی آن همین بحث كپي رايت است. به خصوص كه بازار چين هم از نظر رعایت كپي رايت شباهت هایی به بازار ما دارد. اما دليل دیگر هم می تواند اقبال ويزه مردم اiran به داشتن تلفن های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه پیشرين دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بيشتری دسترسی به اينترنت را داريم. بحث سرعت نكته جدایی است اما از نظر ظریب نقد اينترنت در نقاط مختلف کشور و تعداد گاربران اينترنت بالاترین آمارها را داريم. بيشترین اينترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می کنیم.

وقتی تلفن های همراه همه جا در دسترس هستند و امكان اتصال به اينترنت هم فراهم است، این شرایط خود به خود گاربر را به سمت استفاده از بازی ها در اوقات فراغت سوق می دهد. تמוד اين واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که گاربران آن به تسبیت تلفن های همراه هوشمند در اiran بسیار پایین است.

از نظر دیگر مشخصه های مرتبط با عادات رفتاری گیرمه، آمارهای داخلی چه تفاوت ها و شباهت هایی با بازار جهانی دارد؟

سیدحسیني: تفاوت هایی در ژانرهای محبوب بازی وجود دارد اما انقدر زياد نیست. تقریباً منطبق با آمارهای جهانی رفتاری گیرمه اما به دلیل تبود پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی های پیش از متوجه چهارمی خصوص داریم. مثلاً اگر بازی های استراتژیک در دینا رتبه اول توجه را دارند، در اiran بازی های رسیتیگ یا همان رانندگی بيشتر مورد اقبال قرار دارند. البته بازهم تاکید می کنم میزان استفاده ما و دیگران تفاوت مشهودی با هم ندارد. در زمان استفاده و جنبش گاربران است که نسبت به بازار جهانی تفاوت هایی داریم.

تصیری: غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه ها می خواهند سراغ بازی های رایانه ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوزه می روند. مثلاً تیتر می زنیم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بعد از منظر بی تحریکی آن را تهدید قلمداد می کنم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) تواند عامل چاقی باشد؟ به خصوص در زمینه جنسیت، در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و نزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکور بسیار بیشتر هستند. یکی از دلایل این تفاوت هم می‌تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حیم بانوان باشد که هم خود و هم احترافیاتان معمولاً محافظه کاری بیشتری برای استفاده از سرگرمی‌ها و بازی‌ها دارد.

در الگوهای رفتاری دیگر مانند بیشترین تایم استفاده در طول شبانه روز هم گیمرهای ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۲۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول شبانه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً متمرکز در ساعت‌های پس از انعام مدارس است.

در برخی از گزارش‌های دایرکت به این تفاوت‌های اماری و رفتاری به صورت جزئی تر پرداخته این و این خصوصیات‌ها است که می‌تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه‌گذاران جذب کند.

فکر من کنید کدام گزاره‌ها در گزارش‌های اماری مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟ سیدحسینی: نکته‌ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی‌کلش، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالان در این حوزه خلیلی بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی‌های وارداتی در بازار ایران غالباً پرداخته هستند یک هشدار جدی بود. ما می‌توانیم از چرخه درآمدی این بازی‌ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی‌های داخلی درآوریم. اما این درآمدهای بسیار بالا در بازار ما به راحتی هر زمینه‌ی رود و به دست دلالان می‌رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می‌کند و هم به تحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی‌آورد. تصریف: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می‌خواهم به نکته‌ای اشاره کنم که بیشتر حکم در دلال و شاید خلیلی از جنس هشدار نیاشد. در کشور ما غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه‌ها می‌خواهند سراغ بازی‌های رایانه‌ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می‌روند. مثلاً تیتر می‌زینم بازی‌های رایانه‌ای عامل چاقی می‌شوند، بعد از منظر می‌تحرکی آن را تهدید قلعداد می‌کنیم. از این نگاه منکر کتاب خواندن نمی‌تواند عامل چاقی باشد؟

یا تیتر می‌زینم بازی‌های رایانه‌ای خانواده‌ها را از هم دور می‌کند. این نگاه در حالی است که در نمایشگاه‌های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی‌های خانوادگی اختصاص پیدا می‌کند. این نگاه را دیگر بازی‌های رایانه‌ای که غالباً هم محصول پژوهش های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی‌های عموماً تبدیل به نهادهای ناکارآمد شوند که خانواده‌ها خلیلی برای آن‌ها اهمیت نمی‌دهند. مثل سینما که وقتی اعلام می‌شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده‌ها به تکابو می‌افتد که بجهه‌های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا نایت کنند که بجهه‌شان را مرد بار اورده اند این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دافع است و باعث شده خانواده‌ها به ما می‌اعتماد شوند. اگر نکته‌ای از دل آمارها بخواهد ما نگران کنند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی کردن ما ایرانی‌ها مقادیری از متوسط جهانی بالاتر است. این آمار لزوماً نگران کننده نیست اما وقتی هم‌زمان متوجه این واقعیت می‌شویم که بازی‌هایی در بازار ما عرضه می‌شود که کنترل و نظارتی بر روی آن‌ها نیست، این به معنای آن است که بجهه‌های ما به صورت گسترده در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است. مشکل هم از آنجایی آغاز می‌شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش تر تصمیم گرفته‌اند کل این بازار را یک خطر بین‌المللی متوجه لزوم تدقیک ممایب و مزایای این بازار نص شوند و اعتبار خود را از دست می‌دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقدم استراتژی رسانه‌ای ما در حوزه بازی‌های رایانه‌ای اشتباه است....

اساساً چنینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می‌کنم این استراتژی به خصوص در سدواوسما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثناء، غالباً رویکرد تولیزیون تسبیت به بازی‌ها یکسان است. رویکردی که معتقد است بازی‌های رایانه‌ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می‌توان ورزش را جایگزین کردا این در حالی است که وقتی در نظرسنجی‌ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می‌روند می‌گویند، در فضای بازی بسیاری از تجربه‌هایی که نمی‌توانیم بدون هزینه در فضای واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می‌تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه‌های بسیاری را بگیرد و یا مهارت‌هایی را فراگیر کند. چرا روی این ابعاد بازی تمرکز نمی‌کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد. آنچه مخاطب از بازی‌ها انتظار دارد و سراغ می‌گیرد با برداشتی که رسانه‌های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است.

ادامه دارد....

فیاس رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!

شبکه خبری ایرانا - گروه فرهنگ: مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) که فعالیت رسمی خود را از تیرماه ۹۴ و در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرترین مرکز استخراج اطلاعات آماری درباره وضعیت بازی‌های رایانه‌ای در ایران است. پیش از این و در قسمت تخلیه میزگرد شبکه خبری ایرانا با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا امروز پرداختیم و حالا در قالب دو میانجی این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای اماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در کشور پردازیم. سید محمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در شبکه خبری ایرانا را می خوانید: فارغ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری و ضمیم بازی های رایانه ای در ایران مطرح شد، علاقمندم نتاً از نگاه شما و مستند به پژوهش هایی که تا به امروز در این زمینه داشته اید، پدیده بازی های ای در ایران بیشتر یک پدیده اقتصادی است و یا فرهنگی؟

سیدحسینی: حتماً این پدیده پدیده ای چند و چهی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجوده درگیر است، گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده ای دلالی می کنند و عده ای هم مصرف کنند و متاثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً برای خانواده های بیشتر جنبه سرگرمی و فرهنگی اولویت دارد و برای تولید کنندگان مباحث اقتصادی. اما اگر سوال تاز این است که امروز کدام وجه در کلیت بازار غالب است، حتماً پاسخ، وجه اقتصادی است. سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است، درآمدی که بازی های رایانه ای برای کشور بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظمه شمسی با کمکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی سهل الوصول بودند فرآیند دسترسی، عرضه و حتی صادرات در این صنعت است که برای تولید هم نیاز به منابع هنگفت و عجیب ندارد.

این مهمنترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی های هم مصدق دارد. ویژگی این صنعت در دنیا وایستگی آن به صنایع دیگر مانند تبلیغات است، براساس گزارشی که مکنزی در این زمینه منتشر کرده است، رتبه اول رشد درآمد در بازار تبلیغات هم مربوط به بازی های دیجیتال بوده است. این نشان دهنده ظرفیت این صنعت است.

غیر از این نمونه ای که اشاره کردید اساساً داده های آماری بازار بازی های ایران چقدر متناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اینکه ما امروز نگران عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوتراها شخصی به سمت بازی های موبایل هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟ تصمیری: در همه جایی دنیا، آمارها گوایی می دهد که نرخ رشد موبایل و مجموع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوتراها شخصی و کنسول های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و بی سی در بازار، خود را رقیب هم می دانند و به تعبیری کاربران یکدیگر را به سمت خود فراهم خواهند ادا موبایل انقلابی را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی گذاشتند.

سیدحسینی: در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی متناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است و وجود این تباہت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمد ای ای بازی های موبایل، بازی های بی سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است ...

عرضه و تولید بازی های موبایل در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و بی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است ... تصمیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون بی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایل باعث تعطیلی بازار بازی های بی سی بوده است ...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی ها در ایران با کشورهای دیگر منتشر کردیم به این نکته اشاره شده است که در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی متناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است. درآمد بازی های موبایل بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسی مختص ایران هم نیست و بد نیست بدانید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و تعدادهای منتشر شده، شرایطی مشابه ما دارد. این بی تناسی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های بی سی و کنسول در ایران به صورت قاجاق و با قیمت غیراقعی عرضه می شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی: طبیعتاً این نکته تک عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کمی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کمی رایت تباہت هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه پیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بیشتری دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدی است اما از نظر طریب نفوذ اینترنت در نقاط مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت بالاترین آمارها را داریم. بیشترین اینترنت را هم از طریق ابرتورهای تلفن همراه استقاده می کنیم.

وقتی تلفن های همراه همه جا در دسترس هستند و امکان اتصال به اینترنت هم فراهم است، این شرایط خود به خود کاربر را به سمت استقاده از بازی ها در اوقات فراغت سوق می دهد. تמוד این واقعیت هم در آمار استقاده از تبلیغ مشخص است که کاربران آن به تسبیت تلفن های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است.

از نظر دیگر مشخصه های مرتبط با عادات رفتاری گیمرها، آمارهای داخلی چه تفاوت ها و شباہت هایی با بازار جهانی دارد؟ تصمیری: تفاوت هایی در ژانرهای محبوب بازی وجود دارد اما آنقدر زیاد نیست. تقریباً منطبق با آمارهای جهانی رفتار می کنیم اما به دلیل تبدیل پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی های بیش از متوسط جهانی حضور داریم. مثلاً اگر بازی های استراتژیک در دینا رتبه اول توجه را دارند، در ایران بازی های رسینگ یا همان رانندگی بیشتر مورد اقبال قرار دارند. البته بازهم تأکید می کنم میزان استفاده ها و دیگران تفاوت مشهودی با هم ندارد. در زمان استقاده و جنسیت کاربران است که نسبت به بازار جهانی تفاوت هایی داریم.

تصمیری: غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه ها می خواهند سراغ بازی های رایانه ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند. مثلاً تیتر می زنیم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بد از منظر بی تحرکی آن را تهدید قلمداد می کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی تواند عامل چاقی باشد! ایهه خصوص در زمینه جنسیت، در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و تزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکور بسیار بیشتر هستند. یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حریم یا توافق باشد که هم خود و هم اطراف ایشان معمولاً محافظه کاری بیشتری برای استقاده از سرگرمی ها و بازی ها دارند.

در الگوهای رفتاری دیگر مانند بیشترین تایم استقاده در طول شبانه روز هم گیمرهای ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر (ادامه

(ادامه خبر ...) غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول شبانه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً تمرکز در ساعت پس از اتمام مدارس است. در برخی از گزارش‌های دایرک به این تفاوت‌های آماری و رفتاری به صورت جزئی تر برداخته این و این خصوصیات‌ها است که می‌تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه‌گذاران جذب کند.

فکر من کنید کدام گزاره‌ها در گزارش‌های آماری مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟ سیدحسینی: تکنله‌ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی‌کلش، بسیار تهدید داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالان در این حوزه خلیلی بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی‌های وارداتی در بازار ایران غالباً پوردرآمدتر هستند یک هشدار جدی بود. ما می‌توانیم از چرخه درآمدی این بازی‌ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی‌های داخلی درآوریم. اما این درآمدهای بسیار بالا در بازار ما به راحتی هر زمینه را دارند و به دست دلالان می‌رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات‌های امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می‌کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی‌ورد. تصریحی: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ ندادید و من هم می‌خواهم به تکنله‌ای اشاره کنم که بیشتر حکم در دل دارد و شاید خلیلی از جنس هشدار نباشد. در گشوار مغالباً زمانی که کارشناسان و رسانه‌ها می‌خواهند سراغ بازی‌های رایانه‌ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می‌روند. مثلاً تیتر می‌زینم بازی‌های رایانه‌ای عامل چاقی می‌شوند، بعد از منظر می‌تحرکی آن را تهدید قلعه‌داد می‌کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نصیحت توائدهای عامل چاقی باشد؟

یا تیتر می‌زینم بازی‌های رایانه‌ای خانواده‌ها را از هم دور می‌کند. این نگاه در حالی است که در نمایشگاه‌های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی‌های خانوادگی اختصاص پیدا می‌کند. این نگاه را دیگر بازی‌های رایانه‌ای که غالباً هم محصول پژوهش‌های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی‌های عموماً تبدیل به نهادهای ناکارآمد شوند که خانواده‌ها خلیلی برای آن‌ها اهمیت نمی‌دهند.

مثل سینما که وقتی اعلام می‌شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده‌ها به تکاپو می‌افتدند که بجهه‌های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما بپرند تا ثابت کنند که بجهه‌شان را مرد بار اورده اند. این نگاه در فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دافن است و باعث شده خانواده‌ها به ما می‌اعتماد شوند. اگر تکنله‌ای از دل آمارها بخواهد ما انگران کند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی کردن ما ایرانی‌ها متفاوت از متوسط جهانی بالاتر است. این آمار از روما نگران کننده تیست اما وقتی همزممان متوجه این واقعیت می‌شویم که بازی‌هایی در بازار ما عرضه می‌شود که کنترل و نظارتی بر روی آن‌ها تیست، این به معنای آن است که بجهه‌های ما به صورت گسترش در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است.

مشکل هم از آنجایی آغاز می‌شود که نهادهای فرهنگی، از انجا که پیش تر تصمیم گرفته‌اند کل این بازار را یک خطر بین‌الملل متوجه لزوم تفکیک ممایب و مزایای این بازار نمی‌شوند و اعتبار خود را از دست می‌دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقد استراتژی رسانه‌ای ما در حوزه بازی‌های رایانه‌ای اشتباه است ...

اساساً چنینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می‌کنم این استراتژی به خصوص در صدawisima وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنای، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی‌ها یکسان است. رویکردنی که معتقد است بازی‌های رایانه‌ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می‌توان ورزش را جایگزینش کردا این در حالی است که وقتی در تلفیضی‌ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می‌دونم گویند، در فضای بازی بسیاری از تجربه‌هایی که نمی‌توانیم بدون هزینه در فضای واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می‌تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه‌های بسیاری را بگیرد و یا مهارت‌هایی را فراگیر کند. چرا روى این ایجاد بازی تمرکز نمی‌کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد. آنچه مخاطب از بازی‌ها انتظار دارد و سراغ می‌گیرد با برداشتی که رسانه‌های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است.

ادامه دارد ...

ECONEWS

مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!

اقتصاد ایران: کارشناسان مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و سلایق گیمرهای ایرانی بر لزوم اصلاح رویکرد رسانه‌ای به بازی‌های رایانه‌ای تأکید کردند.

خبرگزاری مهر - گروه فرهنگ: مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) که فعالیت رسمی خود را از تیرمه ۹۴ و در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرترین مرکز استخراج اطلاعات آماری درباره وضعیت بازی‌های رایانه‌ای در ایران است. پیش از این و در قسمت نخست میزگرد خبرگزاری مهر با کارشناسان این مرکز، به برسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دو میش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازی‌های رایانه‌ای در گشوار پیردادیم. سید محمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد تصمیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرمانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در خبرگزاری مهر را می خوانید:

فأخرج أزماتي كـه تـا به اينجا در لـزوم و امكان بررسـى آمارـى و ضمـعـت بازـى هـاي رـايـانـه اـي در اـيرـان مـطـرـح شـد عـلاقـقـنـدمـ نـدانـه اـز نـگـاه شـما و مـسـنـدـ به بـزوـهـشـ هـايـنـ كـه تـا به اـمـروـزـ در اـيـنـ زـمـينـهـ دـاشـتهـ اـيدـ،ـ پـديـدهـ باـزـىـ هـايـ رـايـانـهـ اـيـ درـ اـيرـانـ بـيـشـتـ يـكـ پـديـدهـ اـقـصـادـيـ اـسـتـ وـ يـاـ فـرهـنـگـ؟ـ

سيـدـحسـينـيـ:ـ حـتـمـاـ اـيـنـ پـديـدهـ پـديـدهـ اـيـ جـنـدـ وـ جـهـنـجـيـ اـسـتـ وـ هـرـ بـخـشـ اـزـ جـامـعـهـ بـاـيـكـيـ اـزـ اـيـنـ وـجـوهـ درـگـيرـ استـ،ـ گـرـوـهـيـ مشـغـلـ تـولـيدـ وـ عـرضـهـ اـنـدـ،ـ عـدـهـ اـيـ دـلـالـيـ مـيـكـنـدـ وـ عـدـهـ اـيـ هـمـ مـصـرـفـ كـنـنـدـ وـ مـتـائـرـ اـزـ اـيـنـ مـحـضـولـاتـ هـسـتـنـدـ،ـ اـزـ اـيـنـ نـظـرـ حـتـمـاـ بـاـرـيـ خـانـوـادـهـ هـاـ بـيـشـتـ جـنـبـهـ سـرـگـرمـ وـ فـرـهـنـگـيـ اـولـوـيـتـ دـارـدـ وـ بـارـيـ توـلـيدـ كـنـتـدـگـانـ مـياـحـتـ اـقـصـادـيـ اـسـتـ،ـ اـمـاـ اـكـرـ سـوالـ تـاـنـ اـيـنـ اـسـتـ كـهـ باـزـىـ هـايـ رـايـانـهـ اـيـ بـرـايـ كـشـورـ بـخـواـهـ يـهـ هـمـرـاءـ دـاشـتـهـ باـشـدـ،ـ شـايـدـ درـ قـيـاسـ باـصـنـعـيـ مـاـنـدـنـدـ،ـ حـكـمـ مقـاـيسـهـ مـنـظـومـهـ شـمـسـ باـ كـهـكـشـانـ رـاهـ شـيـرـيـ رـاـ دـاشـتـهـ باـشـدـ،ـ اـمـاـ نـكـنـهـ مـهـمـ درـ بـارـهـ اـيـنـ دـلـيلـ دـلـيلـ

سـهـلـ الوـسـولـ بـوـدـنـدـ فـرـآـيـدـ دـسـتـرسـيـ،ـ عـرـضـهـ وـ حـتـىـ صـادـرـاتـ درـ اـيـنـ صـنـعـتـ اـسـتـ كـهـ بـرـايـ توـلـيدـ هـمـ نـيـازـ بـهـ مـنـابـعـ هـنـكـفـتـ وـ عـجـيبـ نـدارـدـ،ـ اـيـنـ مـهـمـتـرـينـ وـيـزـگـيـ صـنـعـتـ باـزـىـ هـايـ اـيـرـانـ اـسـتـ كـهـ الـبـتـهـ درـ بـارـهـ صـنـعـتـ جـهـانـيـ باـزـىـ هـايـ هـمـ مـصـدـاقـ دـارـدـ،ـ وـيـزـگـيـ اـيـنـ صـنـعـتـ درـ دـنـيـاـ وـيـسـتـگـيـ آـنـ بـهـ صـنـاعـتـ دـيـگـرـ

مـاـنـدـ تـبـليـعـاتـ اـسـتـ،ـ بـرـاسـاسـ گـزـارـشـيـ كـهـ مـكـنـزـيـ درـ اـيـنـ زـمـينـهـ مـنـتـشـرـ كـرـدـهـ اـسـتـ،ـ رـتـهـ اـولـ رـشـدـ دـرـآـمـدـ درـ باـزـارـ تـبـليـعـاتـ هـمـ مـرـبـوطـ بـهـ باـزـىـ هـايـ دـيـجـيـتـالـ بـوـدـهـ اـسـتـ،ـ اـيـنـ نـشـانـ دـهـنـدـ ظـرفـيـتـ اـيـنـ صـنـعـتـ اـسـتـ.

غـيـرـ اـزـ اـيـنـ نـمـونـهـ اـيـ كـهـ اـشـارـهـ كـرـدـيـدـ اـسـاسـاـ دـادـهـ هـايـ آـمـارـيـ باـزـارـ باـزـىـ هـايـ اـيـرـانـ چـقـدرـ مـنـتـشـرـ باـ آـمـارـهـايـ جـهـانـيـ اـسـتـ؟ـ مـثـلاـ اـيـنـهـ كـهـ مـرـوـزـ نـگـرانـ عـبـورـ باـزـىـ سـازـانـ اـزـ توـلـيدـ مـحـضـولـ بـرـايـ كـاـبـيـوـتـهـايـ شـخـصـيـ بـهـ سـمـتـ باـزـىـ هـايـ مـوـبـاـيـلـ هـسـتـيـمـ،ـ اـيـنـ تـكـنـوـلـوـجـيـ چـقـدرـ درـ خـارـجـ اـزـ اـيـرـانـ مـوـضـوعـيـتـ دـارـدـ؟ـ

تصـيـرـيـ:ـ درـ هـمـهـ جـايـ دـنـيـاـ،ـ آـمـارـهـاـ گـوـهـيـ مـيـ دـهدـ كـهـ نـرـخـ رـشـدـ مـوـبـاـيـلـ وـ مـجمـعـ درـ دـرـآـمـهـايـ حـاـصـلـ اـزـ آـنـ دـرـ باـزـارـ باـزـىـ هـايـ دـيـجـيـتـالـ،ـ بـهـ سـمـتـ دـوـ پـلـتـفـورـمـ دـيـگـرـ (ـكـاـبـيـوـتـهـايـ شـخـصـيـ وـ كـنـسـولـ هـايـ باـزـىـ)ـ بـسـيـارـ بـيـشـتـرـ اـسـتـ،ـ بـهـ اـيـنـ تـكـنـهـ هـمـ تـوـجـهـ دـاشـتـهـ باـشـدـ كـهـ بـرـخـالـافـ مـوـبـاـيـلـ،ـ دـوـ پـلـتـفـورـمـ كـنـسـولـ وـ بـيـ سـيـ درـ باـزـارـ،ـ خـودـ رـاـ رـقـيـبـ هـمـ مـيـ دـانـدـ وـ بـهـ تـبـيـرـيـ كـارـبـرـانـ يـكـيـگـرـانـ رـاـ يـهـ سـمـتـ خـودـ فـراـمـيـ خـواـنـدـ اـمـاـ مـوـبـاـيـلـ اـنـقـلـاـيـ رـاـ رـقـمـ زـدـهـ وـ باـعـثـ شـدـهـ مـخـاطـبـانـ تـازـهـ اـيـ بـهـ اـيـنـ اـفـزـودـهـ شـودـ هـمـ درـ اـيـرـانـ وـ هـمـ درـ جـهـانـ وـ هـمـ باـشـدـ اـفـرادـيـ بـهـ وـاسـطـهـ مـوـبـاـيـلـ مـشـتـريـ باـزـىـ هـايـ آـمـارـيـ باـزـارـ باـزـىـ هـايـ اـيـرـانـ چـقـدرـ مـنـتـشـرـ باـ آـمـارـهـايـ جـهـانـيـ اـسـتـ؟ـ مـثـلاـ اـيـنـهـ كـهـ مـرـوـزـ نـگـرانـ عـبـورـ باـزـىـ

تصـيـرـيـ:ـ درـ سـهـ قـارـهـ آـمـريـكاـ،ـ اـرـوـپـاـ وـ اـسـتـرـالـياـ نوعـ مـصـرـفـ وـ الـكـوـيـ مـصـرـفـ كـامـلـاـ مـنـقـاـقوـتـ باـ باـزـارـ اـيـرـانـ اـسـتـ،ـ درـ اـيـنـ سـهـ قـارـهـ درـ دـرـآـمـهـاـ وـ تـعـدـادـ كـارـبـرـانـ درـ هـرـ سـهـ پـلـتـفـورـمـ عـرـضـهـ باـزـىـ هـايـ مـيـ دـهدـ كـهـ نـرـخـ رـشـدـ مـوـبـاـيـلـ وـ الـكـوـيـ مـصـرـفـ كـامـلـاـ مـنـقـاـقوـتـ باـ باـزـارـهـايـ جـهـانـ دـارـدـ اـيـنـ اـسـتـ كـهـ بـهـ رـغـمـ سـيـرـ صـمـودـيـ درـ آـمـدـاـيـيـ باـزـىـ هـايـ مـو~ب~ا~ي~ل~ي~،~ با~ز~ى~ ه~اي~ م~ه~م~ج~ان~ س~و~د~ ب~ال~ات~ر~ي~ د~ار~ن~د~،~ ك~ش~ور~ م~ا~ا~ ش~ر~اي~ط~ي~ م~ن~ق~ا~ق~و~ت~ ا~س~ت~...

عرـضـهـ وـ توـلـيدـ باـزـىـ هـايـ مـو~ب~ا~ي~ل~ي~ درـ اـيـرـانـ بـهـ شـدـتـ باـزـارـ توـلـيدـاتـ كـنـسـولـيـ وـ بـيـ سـيـ رـاـتـحـ تـأـيـرـ قـرـارـ دـادـهـ وـ بـهـ مـرـزـ تعـطـيلـيـ رـسـانـدـهـ اـسـتـ...

تصـيـرـيـ:ـ شـايـدـ يـهـتـرـ باـشـدـ اـيـنـگـونـهـ بـكـوـيـمـ كـهـ جـونـ بـيـ سـيـ شـكـسـتـ خـورـدـ،ـ مـو~ب~ا~ي~ل~ي~ بـهـ مـيـدانـ آـمـدـ وـ اـيـنـقـدـ سـهـمـ گـرفـتـ.ـ اـيـنـگـونـهـ نـيـستـ كـهـ بـكـوـيـمـ عـرـضـهـ باـزـىـ هـايـ مـو~ب~ا~ي~ل~ي~ باـعـثـ تعـطـيلـيـ باـزـارـ باـزـىـ هـايـ بـيـ سـيـ بـوـدـهـ اـسـتـ...

تصـيـرـيـ:ـ درـ گـزـارـشـيـ كـهـ الخـيرـاـ درـ بـارـهـ مقـاـيسـهـ مـصـرـفـ باـزـارـ باـزـىـ هـايـ درـ اـيـرـانـ باـ كـشـورـهـايـ دـيـگـرـ مـنـتـشـرـ كـرـدـيـمـ بـهـ اـيـنـ تـكـنـهـ اـشـارـهـ شـدـهـ اـسـتـ كـهـ درـ سـهـ قـارـهـ آـمـريـكاـ،ـ اـرـوـپـاـ وـ اـسـتـرـالـياـ نوعـ مـصـرـفـ وـ الـكـوـيـ مـصـرـفـ كـامـلـاـ مـنـقـاـقوـتـ باـ باـزـارـ اـيـرـانـ اـسـتـ،ـ درـ اـيـنـ سـهـ قـارـهـ درـ دـرـآـمـهـاـ وـ تـعـدـادـ كـارـبـرـانـ درـ هـرـ سـهـ پـلـتـفـورـمـ عـرـضـهـ باـزـىـ هـايـ مـيـ دـهدـ كـهـ نـرـخـ رـشـدـ مـو~ب~ا~ي~ل~ي~ مـنـتـشـرـ اـسـتـ...

اـيـنـ بـيـ تـانـسـيـ مـخـصـصـ اـيـرـانـ هـمـ نـيـستـ وـ بـدـ نـيـستـ بـدـانـدـ كـشـورـيـ مـاـنـدـ چـينـ هـمـ مـسـتـنـدـ بـهـ آـمـارـ وـ تـمـوـدـارـهـايـ مـنـتـشـرـ شـدـهـ،ـ شـرـايـطـيـ مـشـابـهـ ماـ دـارـدـ.

اـيـنـ بـيـ تـانـسـيـ اـرـتـاطـيـ باـ اـيـنـ وـاقـعـتـ تـارـدـدـ كـهـ اـصـلـيـ تـرـينـ وـ مـهـمـتـرـينـ باـزـىـ هـايـ بـيـ سـيـ وـ كـنـسـولـ درـ اـيـرـانـ بـهـ صـورـتـ قـاـچـاقـ وـ باـ قـيـصـتـ غـيرـاـقـمـيـ عـرـضـهـ مـيـ شـودـ وـ باـزـارـ رـسمـيـ تـارـدـدـ؟ـ

تصـيـرـيـ:ـ طـبـيـعـتـاـ اـيـنـ تـكـنـهـ تـكـ عـاـمـلـيـ تـيـسـتـ اـمـاـ حـتـمـاـ يـكـيـ اـزـ عـوـاـمـلـ اـصـلـيـ آـنـ هـمـيـنـ بـعـثـتـ كـيـ رـايـتـ اـسـتـ،ـ بـهـ خـصـوصـهـ كـهـ باـزـارـ چـينـ هـمـ اـزـ نـظـرـ رـعـاـيـتـ كـيـ رـايـتـ شـبـاهـتـ هـايـ بـهـ باـزـارـ ماـ دـارـدـ،ـ اـمـاـ دـلـيلـ دـيـگـرـ هـمـ مـيـ تـوـانـدـ اـقـيـالـ وـ بـيـزـهـ مـرـدـ اـيـرـانـ بـهـ دـاشـتـنـ تـلـفـنـ هـايـ هـمـرـاءـ هـوـشـمـنـدـ باـشـدـ.ـ كـشـورـ ماـ دـاـنـدـ بـهـ مـنـطـقـهـ بـيـشـتـرـينـ دـسـتـرسـيـ وـ مـالـكـيـتـ تـلـفـنـ هـمـرـاءـ هـوـشـمـنـدـ رـاـ اـزـ نـظـرـ آـمـارـيـ دـارـدـ وـ درـ عـيـنـ حالـ بـيـشـتـرـيـ دـسـتـرسـيـ بـهـ اـيـنـترـنـتـ رـاـ هـمـ دـارـيـمـ بـعـثـتـ سـرـعـتـ نـكـنـهـ جـدـاـيـ اـسـتـ اـمـاـ اـزـ نـظـرـ طـرـيـبـ نـقـوـذـ اـيـنـترـنـتـ درـ تـقـاطـ مـخـلـفـ كـشـورـ وـ تـعـدـادـ كـارـبـرـانـ اـيـنـترـنـتـ رـاـ هـمـ اـزـ طـرـيقـ اـبـرـاـتـورـهـايـ تـلـفـنـ هـمـرـاءـ هـوـشـمـنـدـ مـيـ شـكـيمـ.

وقـتـ تـلـفـنـ هـايـ هـمـرـاءـ هـمـ جـاـ درـ دـسـتـرسـ هـسـتـنـ وـ اـمـكـانـ اـنـصـالـ بـهـ اـيـنـترـنـتـ هـمـ فـراـمـيـ اـسـتـ،ـ اـيـنـ شـرـايـطـ خـودـ بـهـ خـودـ كـارـبـرـ رـاـ بـهـ سـمـتـ اـسـتـقـادـهـ اـزـ باـزـىـ هـايـ درـ اوـقـاتـ فـرـاغـتـ سـوقـ مـيـ دـهدـ.ـ تـمـودـ اـيـنـ وـاقـعـتـ هـمـ درـ آـمـارـ اـسـتـقـادـهـ اـزـ تـبـلـتـ مـشـخـصـ اـسـتـ كـهـ كـارـبـرـانـ آـنـ بـهـ تـسـيـتـ تـلـفـنـ هـايـ هـمـرـاءـ هـوـشـمـنـدـ درـ اـيـرـانـ بـسـيـارـ پـاـيـنـ اـسـتـ.

ازـ نـظـرـ دـيـگـرـ مـشـخـصـهـ هـايـ مـرـتـبـاـ عـادـاتـ رـفـتـاريـ گـيـمـرـهـاـ،ـ آـمـارـهـايـ دـاخـلـيـ چـهـ تـفـاقـوتـ هـاـ وـ شـبـاهـتـ هـايـ باـزـارـ جـهـانـيـ دـارـدـ؟ـ

تصـيـرـيـ:ـ تـفـاقـوتـ هـايـ درـ ژـانـهـايـ مـعـبـوبـ باـزـىـ وـ جـوـودـ دـارـدـ اـمـاـ آـنـقـدـ زـيـادـ نـيـسـتـ،ـ تـقـرـيـباـ مـنـطـقـيـ بـاـ آـمـارـهـايـ جـهـانـيـ رـفـتـاريـ گـيـمـرـهـاـ مـيـ دـهدـ كـهـ نـيـشـ اـزـ مـعـنـيـ دـيـگـرـهـايـ جـهـانـيـ دـارـدـ،ـ كـهـ نـيـشـ اـزـ مـعـنـيـ دـيـگـرـهـايـ جـهـانـيـ دـارـدـ،ـ بـهـ دـلـيلـ دـيـگـرـ هـمـ مـيـ تـوـانـدـ اـقـيـالـ وـ بـيـزـهـ مـرـدـ اـيـرـانـ بـهـ دـاشـتـنـ تـلـفـنـ هـايـ هـمـرـاءـ هـوـشـمـنـدـ باـشـدـ.ـ كـشـورـ ماـ دـاـنـدـ بـهـ مـنـطـقـهـ بـيـشـتـرـينـ دـسـتـرسـيـ وـ مـالـكـيـتـ تـلـفـنـ هـمـرـاءـ هـوـشـمـنـدـ رـاـ اـزـ نـظـرـ آـمـارـيـ دـارـدـ،ـ درـ اـيـرـانـ باـزـىـ هـايـ رـاـنـدـگـيـ بـيـشـتـرـ مـورـدـ اـقـيـالـ قـرـارـ دـارـدـ،ـ بـهـ دـلـيلـ دـيـگـرـ هـمـ مـيـزـانـ اـسـتـقـادـهـ ماـ وـ دـيـگـرـ تـفـاقـوتـ مـشـهـودـيـ باـهـمـ باـشـدـ.ـ درـ زـمانـ اـسـتـقـادـهـ وـ جـنـسـيـتـ كـارـبـرـانـ اـسـتـ كـهـ تـسـيـتـ بـهـ باـزـارـ جـهـانـيـ تـفـاقـوتـ هـايـ دـارـيـمـ.

تصـيـرـيـ:ـ غالـبـاـ زـمانـيـ كـهـ كـارـشـانـانـ وـ رـسـانـهـ هـايـ مـيـ خـواـهـنـدـ سـرـاغـ باـزـىـ هـايـ رـايـانـهـ اـيـ بـيـاـيـندـ،ـ بـيـشـتـرـ اـزـ مـنـظـرـ تـهـدىـيـاتـ وـ مـقـرـراتـ سـرـاغـ اـيـنـ سـوـزـهـ مـيـ روـنـدـ.ـ مـثـلاـ تـيـرـ مـيـ زـانـيـ هـايـ رـايـانـهـ اـيـ عـاملـ چـاقـيـ مـيـ شـونـدـ،ـ بـدـ اـزـ مـنـظـرـ بـيـ تـحرـكـيـ اـنـ رـاـ تـهـدىـيـ قـلـمـدـاـنـ مـيـ كـيـمـ اـمـاـ بـهـ دـلـيلـ تـبـوـدـ بـرـداـخـتـ مـسـتـقـيمـ درـ زـمـينـهـ باـزـىـ هـايـ بـيـشـ اـزـ مـعـنـيـ دـيـگـرـهـايـ جـهـانـيـ حـضـورـ دـارـيـمـ.ـ مـثـلاـ اـكـرـ باـزـىـ هـايـ اـسـتـرـاتـيـكـ درـ دـيـنـاـ رـتـهـ اـولـ تـوـجـهـ رـاـ هـمـ دـارـيـمـ بـعـثـتـ سـرـعـتـ نـكـنـهـ جـدـاـيـ اـسـتـ اـمـاـ اـزـ نـظـرـ بـلـدـاـيـهـ خـصـوصـهـ درـ زـمـينـهـ جـنـسـيـتـ،ـ درـ كـشـورـهـايـ مـخـلـفـ آـمـارـهـايـ بـسـيـارـ مـنـتـقـيـ وـ تـزـديـكـ يـهـ هـمـ اـسـتـ اـمـاـ درـ اـيـرـانـ كـارـبـرـانـ مـذـكـرـ بـسـيـارـ بـيـشـتـرـ هـشـتـندـ يـكـيـ اـزـ دـلـailـ باـزـىـ هـايـ تـفـاقـوتـ هـايـ دـارـيـمـ.ـ اـيـنـ تـفـاقـوتـ هـمـ مـيـ تـوـانـدـ تـفـاقـوتـ نـگـاهـ فـرـهـنـگـيـ بـهـ حـرـيـمـ بـاـتوـانـ باـشـدـ كـهـ هـمـ خـودـ وـ هـمـ اـطـرـافـيـانـشـانـ مـعـمـولاـ مـحـافـظـهـ كـارـيـ بـيـشـتـرـيـ بـرـايـ اـسـتـقـادـهـ اـزـ سـرـگـرمـهـ هـايـ وـ باـزـىـ هـايـ دـارـيـدـ.

درـ الـكـوـهـايـ رـفـتـاريـ دـيـگـرـ مـاـنـدـ بـيـشـتـرـينـ تـاـبـيـوـنـ رـوـزـ هـمـ گـيـمـرـهـايـ اـيـرـانـيـ رـفـتـاريـ مـنـتـقـوتـ باـ دـيـگـرـ كـشـورـهـايـ دـيـگـرـ اـسـتـ

(ادامه خبر ...) غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول شبانه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً مرکز در ساعت پس از اتمام مدارس است. در برخی از گزارش‌های دایرک به این تفاوت‌های آماری و رفتاری به صورت جزئی تر برداخته این و این خصوصیات‌ها است که می‌تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه‌گذاران جذب کند.

فکر من کنید کدام گزاره‌ها در گزارش‌های آماری مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟ سیدحسینی: تکنله‌ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی‌کلش، بسیار تهدید داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالان در این حوزه خلیلی بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی‌های وارداتی در بازار ایران غالباً پرداخت هستند یک هشدار جدی بود. ما می‌توانیم از چرخه درآمدی این بازی‌ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی‌های داخلی درآوریم. اما این درآمدهای بسیار بالا در بازار ما به راحتی هر زمینه را دارند و به دست دلالان می‌رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات‌های امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می‌کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی‌ورد. تصریحی: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ ندادید و من هم می‌خواهم به تکنله‌ای اشاره کنم که بیشتر حکم در دارد و شاید خلیلی از جنس هشدار نیاشد. در گشوار مغالباً زمانی که کارشناسان و رسانه‌ها می‌خواهند سراغ بازی‌های رایانه‌ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می‌روند. مثلاً تیتر می‌زینم بازی‌های رایانه‌ای عامل چاقی می‌شوند، بعد از منظر می‌تحرکی آن را تهدید قلعه‌داد می‌کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نصیحت توائدهای عامل چاقی باشد؟

یا تیتر می‌زینم بازی‌های رایانه‌ای خانواده‌ها را از هم دور می‌کند. این نگاه در حالی است که در نمایشگاه‌های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی‌های خانوادگی اختصاص پیدا می‌کند. این نگاه را دیگر بازی‌های رایانه‌ای که غالباً هم محصول پژوهش‌های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی‌های عموماً تبدیل به نهادهای ناکارآمد شوند که خانواده‌ها خلیلی برای آن‌ها اهمیت نمی‌دهند.

مثل سینما که وقتی اعلام می‌شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده‌ها به تکابو می‌افتدند که بجهه‌های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما بپرند تا ثابت کنند که بجهه‌شان را مرد بار اورده اند. این نگاه در فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دارند است و باعث شده خانواده‌ها به ما می‌اعتماد شوند.

اگر تکنله‌ای از دل آمارها بخواهد ما انگران کند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی کردن ما ایرانی‌ها متفاوت از متوسط جهانی بالاتر است. این آمار از روما نگران کننده تیست اما وقتی همزممان متوجه این واقعیت می‌شویم که بازی‌هایی در بازار ما عرضه می‌شود که کنترل و ناظری بر روی آن‌ها تیست، این به معنای آن است که بجهه‌های ما به صورت گسترده در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است.

مشکل هم از آنجایی آغاز می‌شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش تر تصمیم گرفته‌اند کل این بازار را یک خطر بین‌المللی متوجه لزوم تفکیک ممایب و مزایای این بازار نمی‌شوند و اعتبار خود را از دست می‌دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقد استراتژی رسانه‌ای ما در حوزه بازی‌های رایانه‌ای الشتباه است...

اساساً چنینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می‌کنم این استراتژی به خصوص در صدawisima وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنای، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی‌ها یکسان است. رویکردن که معتقد است بازی‌های رایانه‌ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می‌توان ورزش را جایگزین کردا این در حالی است که وقتی در تلفیضی‌ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می‌دونم گویند، در فضای بازی بسیاری از تجربه‌هایی که نمی‌توانیم بدون هزینه در فضای واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می‌تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه‌های بسیاری را بگیرد و یا مهارت‌هایی را فراگیر کند. چرا روى این ابعاد بازی تمرکز نمی‌کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد. آنچه مخاطب از بازی‌ها انتظار دارد و سراغ می‌گیرد با برداشتی که رسانه‌های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است.

ادامه دارد...



در میزگرد مهر مطرح شد؛ قیاس رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و ملایق گیمرهای ایرانی بر لزوم اصلاح رویکرد رسانه‌ای به بازی‌های رایانه‌ای تأکید کردند.

ذاکرنبوز - گروه فرهنگ مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) که فعالیت رسمی خود را از تیرماه ۹۴ و در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرترین مرکز استخراج اطلاعات آماری درباره وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در ایران است. پیش از این و در قسمت نخست میزگرد ذاکرنبوز با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دوین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل و وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در کشور بپردازیم. سیدحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، خامد تصریح، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرمانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند. (ادامه دارد...)

5

(ادامه خبر ...) در ادامه یکش دوم میزگرد کارشناسان نایرک در ڈاکرنیوز را می خوانید: فارغ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری وضعیت بازی های رایانه ای در ایران مطرح شد، علاقمند بدانو از نگاه شما و مستند به پژوهش های ... که تا به امروز دین زمینه داشته اند بدبده بازی های رایانه ای در ایران بیشتر یک بدبده اقتصادی است و با فیsic ؟

سیدحسینی: حتماً این پدیده پدیده‌ای چند وجهی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجوده درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده‌ای دلالی می‌کنند و عده‌ای هم مصرف کننده و متأثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً برای خانواده‌ها بیشتر جنبه سرگرمی و فرهنگی اولویت دارد و برای تعلیمات‌گران و امدادگران ایجاد شود. اما این امور را باید در کتابخانه‌ها و موزه‌ها و مراکز علمی آموزشی پیش‌بینی کرد.

این مهمنترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت چهانی بازی ها هم مصدق دارد. ویژگی این صنعت در دنیا واپسگی آن به صنایع دیگر مانند تبلیغات است. براساس گزارشی که مکنزی در این زمینه منتشر کرده است، رتبه اول رشد درآمد در بازار تبلیغات هم مربوط به بازی های دیجیتال بوده است. این نشار دهنده ظرفیت این صنعت است.

غیر از این نمونه‌ای که اشاره کردید اساساً داده‌های آماری بازار بازی های ایران چقدر مناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اینکه ما امروز نگران عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایل هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

تصسیری: در همه جای دنیا، امارات‌گاهی می‌دهد که نخ رشد موبایل و مجموع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی های دیجیتال، به تسبیت دو پلتفرم دیگر (کامپیوترهای شخصی و کنسول های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و بی سی در بازار، خود را رقیب هم می‌دانند و به تعییری کاربران یکدیگران را به سمت خود فرامی خوانند اما موبایل اتفاقی را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی گذاشتند.

میبدخسینی: در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمددها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب استیا وجود این شباهت‌ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر معمودی درآمدزایی بازی‌های موبایلی، بازی‌های موبایلی سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی های موبایلی در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و بی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است... تصمیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون بی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه تبیست که بگوییم عرضه بازی های موبایل، باعث تعطیل بازار بازی های بی سی شد.

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی ها در ایران با کشورهای دیگر منتشر گردیدم به این نکته اشاره شده است که در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمد ها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است. درآمد بازی های موبایلی بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تنازی مختص ایران هم نیست و بد نیست بدانید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و نمودارهای منتشر شده، شرایطی مشابه ما دارد. این بی تنازی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های بین سی و کنسول در ایران به صورت قاچاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی؛ طبیعتاً این نکته تک عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کهی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کهی رایت شباخت هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه پیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال پیشتری دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر خلریب نفوذ اینترنت در نقاط مختلف کشور و تمدن کاربران اینترنت بالاترین آمارها را داریم. پیشترین اینترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می کنیم.

وقتی تلفن های همراه همه جا در دسترس هستند و امکان اتصال به اینترنت هم فراهم است، این شرایط خود به خود کاربر را به سمت استفاده از بازی ها در اوقات فراغت سوق می دهد. نمود این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به تسبیت تلفن های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است.

از نظر دیگر مشخصه هایی مرتبط با عادات رفتاری گیمرها، آمارهای داخلی چه تفاوت ها و شباهت هایی با بازار جهانی دارد؟ مسیدحسینی: تفاوت هایی در زانرهای محبوب بازی وجود دارد اما آنقدر زیاد نیست. تقریباً منطبق با آمارهای جهانی رفتار من کنیم اما به دلیل تبدیل پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی های بیش از متوسط چهانی حضور داریم. مثلاً اگر بازی های استراتژیک در دینا رتبه اول توجه را دارند، در ایران بازی های رسینگ یا همان اندندگی بیشتر مورد اقبال قرار دارند. البته بازهم تأکید می کنیم میزان استفاده ما و دیگران تفاوت مشهودی با هم ندارد، در زمان استفاده و چنیست کاربران است که نسبت به بازار جهانی تفاوت هایی داریم.

تخصیصی؛ غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه‌ها می‌خواهند سراغ بازی‌های رایانه‌ای بیانند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می‌روند. مثلاً تیتر می‌زنیم بازی‌های رایانه‌ای عامل چاقی می‌شوند، بعد از منظری بی تحرکی آن را تهدید قلمداد می‌کنیم. از این نگاههای مگر کتاب خواندن نمی‌تواند عامل چاقی باشد؛ اما به خصوص در زمینه جنسیت، در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و نزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکور بسیار بیشتر هستند یکی از دلایل این تفاوت هم می‌تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حريم بانوان باشد که هم خود و هم اطراف افغانستان معمولاً محافظه کاری بیشتری برای استفاده از سرگرمی‌ها و بازی‌ها دارند.

در الگوهای رفتاری دیگر مانند پیشترین تابع استفاده در حل شباهه روز هم گیرمهای ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر (آذامه



(ادامه خبر ...) غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول شبانه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً مرکز در ساعت پس از اتمام مدارس است. در برخی از گزارش‌های دایرک به این تفاوت‌های آماری و رفتاری به صورت جزئی تر برداخته این و این خصوصیات‌ها است که می‌تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه‌گذاران جذب کند.

فکر من کنید کدام گزاره‌ها در گزارش‌های آماری مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟ سیدحسینی: تکنله‌ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی‌کلش، بسیار تهدید داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالان در این حوزه خلیلی بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی‌های وارداتی در بازار ایران غالباً پرداخت هستند یک هشدار جدی بود. ما می‌توانیم از چرخه درآمدی این بازی‌ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی‌های داخلی درآوریم. اما این درآمدهای بسیار بالا در بازار ما به راحتی هر زمینه را دارند و بدست دلالان می‌رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات‌های امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می‌کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی‌ورد. تصریفی: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ نمایید و من هم می‌خواهم به تکنله‌ای اشاره کنم که بیشتر حکم در دل دارد و شاید خلیلی از جنس هشدار نباشد. در گشوار مغالباً زمانی که کارشناسان و رسانه‌ها می‌خواهند سراغ بازی‌های رایانه‌ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می‌روند. مثلاً تیتر می‌زینم بازی‌های رایانه‌ای عامل چاقی می‌شوند، بعد از منظر می‌تحرکی آن را تهدید قلعه‌داد می‌کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نصیحت توائدهای عامل چاقی باشد!

یا تیتر می‌زینم بازی‌های رایانه‌ای خانواده‌ها را از هم دور می‌کند. این نگاه در حالی است که در نمایشگاه‌های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی‌های خانوادگی اختصاص پیدا می‌کند. این نگاه را دیگر بازی‌های رایانه‌ای که غالباً هم محصول پژوهش‌های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی‌های عموماً تبدیل به نهادهای ناکارآمد شوند که خانواده‌ها خلیلی برای آن‌ها اهمیت نمی‌دهند.

مثل سینما که وقتی اعلام می‌شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده‌ها به تکاپو می‌افتدند که بجهه‌های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما بپرند تا ثابت کنند که بجهه‌شان را مرد بار اورده اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دارند است و باعث شده خانواده‌ها به ما می‌اعتماد شوند.

اگر تکنله‌ای از دل آمارها بخواهد ما انگران کند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی کردن ما ایرانی‌ها متفاوت از متوسط جهانی بالاتر است. این آمار از روما نگران کننده تیست اما وقتی همزممان متوجه این واقعیت می‌شویم که بازی‌هایی در بازار ما عرضه می‌شود که کنترل و ناظری بر روی آن‌ها تیست، این به معنای آن است که بجهه‌های ما به صورت گسترش در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است.

مشکل هم از آنجایی آغاز می‌شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش تر تصمیم گرفته‌اند کل این بازار را یک خطر بین‌نک متوجه لزوم تفکیک ممایب و مزایای این بازار نمی‌شوند و اعتبار خود را از دست می‌دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقد استراتژی رسانه‌ای ما در حوزه بازی‌های رایانه‌ای الشتباه است...

اساساً چنینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می‌کنم این استراتژی به خصوص در صدawisima وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنای، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی‌ها یکسان است. رویکردی که معتقد است بازی‌های رایانه‌ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می‌توان ورزش را جایگزینش کردا این در حالی است که وقتی در تلفیضی‌ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می‌دونم گویند، در فضای بازی بسیاری از تجربه‌هایی که نمی‌توانیم بدون هزینه در فضای واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می‌تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه‌های بسیاری را بگیرد و یا مهارت‌هایی را فراگیر کند. چرا روى این ایجاد بازی تمرکز نمی‌کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد. آنچه مخاطب از بازی‌ها انتظار دارد و سراغ می‌گیرد با برداشتی که رسانه‌های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است.

ادامه دارد...

خبرنامه ایجادگران ایران

مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و ملایق گیمرهای ایرانی بر لزوم اصلاح رویکرد رسانه‌ای به بازی‌های رایانه‌ای تأکید کردند.

مهربه‌گروه فرهنگ: مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) که فعالیت رسمی خود را از تیرمه‌های ۹۴ و در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرترین مرکز استخراج اطلاعات آماری درباره وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در ایران است. پیش از این و در قسمت نخست میزگرد خبرگزاری مهربه با کارشناسان این مرکز، به برسی اهداف و کارنامه دایرک تا امروز پرداختیم و حالا در قالب دو میانجی این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در کشور پیربداریم. سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد تصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرمانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند. (ادامه دارد...)

شماره‌گذاری ایران

(ادامه خبر) - فارغ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری وضعیت بازی های رایانه ای در ایران مطرح شد، علاقمند بدانم از تگاه شما و مستند به پژوهش هایی که تا به امروز در این زمینه داشته اید، پدیده بازی های رایانه ای در ایران بیشتر یک پدیده اقتصادی است و یا فرهنگ؟

سیدحسینی: حتماً این پدیده پدیده ای چند و چیز است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجوه درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده ای دلالی می کنند و عده ای هم مصرف کنند و متاثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً برای خانواده ها بیشتر جنبه سرگرمی و فرهنگی اولویت دارد و برای تولید کنندگان مباحث اقتصادی، اما اگر سوال تاز این است که امروز کدام وجه در کلیت بازار غالب است، حتماً پاسخ، وجه اقتصادی است. سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است. درآمدی که بازی های رایانه ای برای کشور بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظمه شمسی با کهکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شتابی که شاید مهمترین دلیل آن سهل الوصول بودند فرآیند دسترسی، عرضه و حتی صادرات در این صنعت است که برای تولید هم نیاز به منابع هنگفت و عجیب ندارد.

این مهمترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی ها هم مصدق دارد. ویژگی این صنعت در دنیا وابستگی آن به صنایع دیگر مانند تبلیغات است. براساس گزارشی که مکنزی در این زمینه منتشر کرده است، رتبه اول رشد درآمد در بازار تبلیغات هم مربوط به بازی های دیجیتال بوده است. این نشان دهنده ظرفیت این صنعت است.

غیر از این نمونه ای که اشاره کردید اساساً داده های آماری بازار بازی های ایران چقدر متناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اینکه ما امروز نگران عور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوتراهای شخصی به سمت بازی های موبایل هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

تصیری: در همه جای دنیا، آمارها گوایی می دهد که نرخ رشد موبایل و جمیع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوتراهای شخصی و کنسول های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که پلتفرم موبایل، دو پلتفرم کنسول و بی سی در بازار، خود را رقیب هم می دانند و به تعبیری کاربران یکدیگران را به سمت خود فرامی خواند اما موبایل افکاری را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی گذاشتند با وجود این شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایل، بازی های بی سی همچنان سود بالاتری دارند در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی های موبایل در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و بی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است... تصیری: شاید بهتر باشد اینکونه بگوییم که جون بی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینکونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایل باعث تعطیلی بازار بازی های بی سی بوده است...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی ها در ایران با کشورهای دیگر منتشر کردیم به این نکته اشاره شده است که در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تمدّد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است. درآمد بازی های موبایل بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسی مختص ایران هم نیست و بد نیست بدانید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و تعدادارهای منتشر شده، شرایط مشابه ما دارد. این بی تناسی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های بی سی و کنسول در ایران به صورت قاچاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی: طبیعاً این نکته تک عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کمی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کمی رایت شباهت هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه پیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بیشتری دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریب نفوذ اینترنت در نقاط مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت بالاترین آمارها را داریم. بیشترین اینترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می کنیم.

وقتی تلفن های همراه همه جا در دسترس هستند و امکان اتصال به اینترنت هم فراهم است، این شرایط خود به خود کاربر را به سمت استفاده از بازی ها در اوقات فراغت سوق می دهد. تמוד این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به نسبت تلفن های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است.

از نظر دیگر مشخصه های مرتبط با عادات رفتاری گیمرها، آمارهای داخلی چه تفاوت ها و شباهت هایی با بازار جهانی دارد؟

سیدحسینی: تفاوت هایی در زمینه ای وجود دارد اما آنقدر زیاد نیست. تقریباً منطبق با آمارهای جهانی رفتار من گنیم اما به دلیل تبدیل پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی ها بیش از متوسط جهانی حضور داریم. مثلاً اگر بازی های استرالیزیک در دینا رتبه اول توجه را دارند، در ایران بازی های ریسینگ یا همان رانندگی بیشتر مورد اقبال قرار دارند. البته بازی هم تأکید می کنم میزان استفاده ما و دیگران تفاوت مشهودی با هم ندارد. در زمان استفاده و جنسیت کاربران است که نسبت به بازار جهانی تفاوت هایی داریم

به خصوص در زمینه جنسیت، در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و نزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکور بسیار بیشتر هستند. یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حریم بانوان باشد که هم خود و هم اطرافیانشان معمولاً محافظه کاری بیشتری برای استفاده از سرگرمی ها و بازی ها دارند.

در الگوهای رفتاری دیگر مانند بیشترین تایم روز هم گیمرها ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً متتمرکز در ساعتی پس از تمام مدارس است.

در برخی از گزارش های دایرک به این تفاوت های آماری و رفتاری به صورت جزئی تر پرداخته ایم و این خصوصیات ها است که می تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه گذاران جذاب کند (ادامه دارد...)

شماره‌گزین ایران

(ادامه خبر ...) فکر می‌کنید کدام گزاره‌ها در گزارش‌های آماری مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟ سیدحسینی: نکته‌ای که برازی خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی‌گلش، بسیار تهدید داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالان در این حوزه خیلی بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی‌های وارداتی در بازار ایران غالباً پردازش‌تر هستند یک هشدار جدی بود ما من توافقی از چرخه درآمدی این بازی‌ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی‌های داخلی درآوریم، اما این درآمدهای بسیار بالا در بازار ما به راحتی هر زمینه‌ی روز و به دست دلالان می‌رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات‌های امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می‌کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی‌آورد. تصریبی: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می‌خواهم به نکته‌ای اشاره کنم که بیشتر حکم در دلال دارد و شاید خیلی از جنس هشدار نباشد. در کشور ما غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه‌ها می‌خواهند سراغ بازی‌های رایانه‌ای بیایند، بیشتر از نظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می‌روند، مثلاً تیتر می‌زنیم بازی‌های رایانه‌ای عامل چاقی می‌شوند، بعد از منظر بی‌تحرکی آن را تهدید قلعه‌داد می‌کنیم، از این نگاه مگر کتاب خواندن نصیحت توائد عامل چاقی پاشد!

یا تیتر می‌زنیم بازی‌های رایانه‌ای خاتمه‌دها را از هم دور می‌کند، این نگاه در حالی است که در نمایشگاه‌های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی‌های خانوادگی اختصاص پیدا می‌کند، این نگاه را دیگر کمال به مضرات بازی‌های رایانه‌ای که غالباً هم محصول پژوهش‌های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی‌ها، عموماً تبدیل به نهادهایی ناکارآمد شوند که خاتمه‌دها خیلی برای آن‌ها اهمیت نمی‌دهند. مثل سینما که وقتی اعلام می‌شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خاتمه‌دها به تکاپو می‌افتد که بجهه‌های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما بپرند تا ثابت کنند که بجهه‌شان را مرد بار اورده اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دادن است و باعث شده خاتمه‌دها به ما این اعتماد شوند. اگر نکته‌ای از دل آمارها بخواهد ما را نگران کند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی کردن ما ایرانی‌ها مقناری از متوسط جهانی بالاتر است، این آمار ازوماً نگران کننده نیست اما وقتی همزمان متوجه این واقعیت می‌شویم که بازی‌هایی در بازار ما عرضه می‌شود که کنترل و نظارتی بر روی آن‌ها نیست، این به معنای آن است که بجهه‌های ما به صورت گسترده در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است. مشکل هم از آنجایی آغاز می‌شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش تر تصمیم گرفته‌اند کل این بازار را یک خطر بین‌المللی معرفی کنند، متوجه لزوم تفکیک معاوی و مزایای این بازار نمی‌شوند و انتبار خود را از دست می‌دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقد استراتژی رسانه‌ای ما در حوزه بازی‌های رایانه‌ای اشتباه است...

اساساً چنینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟ سیدحسینی: شخصاً احساس می‌کنم این استراتژی به خصوص در صدای‌سیما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنای، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی‌ها یکسان است، رویکردی که معتقد است بازی‌های رایانه‌ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می‌توان ورزش را جایگزینش کردا این در حالی است که وقتی در نظرسنجی‌ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می‌روند می‌گویند، در قضای بازی بسیاری از تجربه‌هایی که نمی‌توانیم بدون هزینه در قضای واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می‌تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه‌های بسیاری را بگیرد و یا مهارت‌هایی را فراگیر کند. چرا روى این ابعاد بازی تمرکز نمی‌کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد، آنچه مخاطب از بازی‌ها انتظار دارد و سراغ می‌گیرد با برداشتی که رسانه‌های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است.

مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و ملابیک گیمرهای ایرانی بر لزوم اصلاح رویکرد رسانه‌ای به بازی‌های رایانه‌ای تأکید کردند.

به گزارش گروه رسانه‌های دیجیتال آنها مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) که فعالیت رسمی خود را از تیرماه ۹۴ و در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرترین مرکز استخراج اطلاعات آماری درباره وضعیت بازی‌های رایانه‌ای در ایران است.

سیدحسینی معتبر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در میزگردی به بررسی وضعیت بازی در ایران پرداختند.

قارغ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری وضعیت بازی‌های رایانه‌ای در ایران مطرح شد، علاقمندین بدانم از نگاه شما و مستند به پژوهش هایی که تا به امروز در این زمینه داشته‌اید، پدیده ای چند جهی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجوده درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه آند، عده‌ای دلالی

می‌کنند و عده‌ای هم مصرف کننده و متأثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً برای خاتمه‌دها بیشتر جنبه سرگرمی و فرهنگی اولویت دارد و برای تولید کنندگان مباحث اقتصادی، اما اگر سوال تان این است که امروز بازی‌گلش کدام وجه در کلیت بازار غالب است، حتماً پاسخ، وجه اقتصادی است.

سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است، درآمدی که بازی‌های رایانه‌ای برای کشور بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظمه شمسی با کهکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است، شاید در قیاس با صنعتی

(ادامه خبر ...) مهمترین دلیل آن سهل الوصول بودند فرآیند دسترسی، عرضه و حتی صادرات در این صنعت است که برای تولید هم نیاز به منابع هنگفت و عجیب ندارد.

این مهمترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی هم مصدق دارد. ویژگی این صنعت در دنیا وایستگی آن به صنایع دیگر مانند تبلیغات است. براساس گزارشی که مکنزی در این زمینه منتشر کرده است، رتبه اول رشد درآمد در بازار تبلیغات هم مربوط به بازی های دیجیتال بوده است. این نشان دهنده ظرفیت این صنعت است.

غیر از این نمونه ای که اشاره کردید اساساً داده های آماری بازار بازی های ایران چقدر مناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اینکه ما امروز نگران عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایل هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

تصییری: در همه جای دنیا، آمارها گوایی می دهد که نرخ رشد موبایل و جمجمه درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوترهای شخصی و کنسول های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و بی سی در بازار، خود را رقیب هم می دانند و به تعبیری کاربران یکدیگر را به سمت خود فرامی خوانند اما موبایل اتفاقاً را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی گذاشتند.

سیدحسینی: در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی های بازیارها به شدت تفاوتی دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

با وجود این شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایل، بازی های بی سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی های موبایل در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و بی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است...

تصییری: شاید بیشتر باشد اینکه نگونه بگوییم که چون بی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینکه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های بی سی بوده است...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی ها در ایران با کشورهای دیگر منتشر کردیم به این نکته اشاره شده است که در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی های بازیارها به شدت تفاوتی دارند. درآمد بازی های موبایلی بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسی مختص ایران هم نیست و بد نیست بدآنید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و تعدادهای متشتم شده، شرایط مشابه ما دارد. این بی تناسی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های بی سی و کنسول در ایران به صورت قاجاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی: طبیعتاً این نکته تک عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کمی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کمی رایت شباهت هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه پیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بیشتری دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدی است اما از نظر ضریب نفوذ اینترنت در تقاضا مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می کنیم.

وقتی تلفن های همراه همه جا در دسترس هستند و امکان اتصال به اینترنت هم فراهم است، این شرایط خود به خود کاربر را به سمت استفاده از بازی ها در اوقات فراغت سوق می دهد. تعداد این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به تسبیت تلفن های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است.

از نظر دیگر مشخصه های مرتبط با عادات رفتاری گیمرها، آمارهای داخلی چه تفاوت ها و شباهت هایی با بازار جهانی دارد؟

سیدحسینی: تفاوت هایی در ژانرهای محبوب بازی وجود دارد اما آنقدر زیاد نیست. تقریباً منطبق با آمارهای جهانی رفتار می کنیم اما به دلیل نبود پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی های بیش از متوسط جهانی حضور داریم. مثلاً اگر بازی های استراتژیک در دنیا رتبه اول توجه را دارند، در ایران بازی های رسیتیگ یا همان رانندگی بیشتر مورد اقبال قرار دارند. البته بازهم تأکید می کنم میزان استفاده ما و دیگران تفاوت مشهودی با هم ندارد. در زمان استفاده و جنسیت کاربران است که نسبت به بازار جهانی تفاوت هایی داریم.

تصییری: غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه ها می خواهند سراغ بازی های رایانه ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند. مثلاً تیتر می زنیم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بعد از منظر بی تحرکی آن را تهدید قلمداد می کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی تواند عامل چاقی باشد!

به خصوص در زمینه جنسیت در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و نزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکور بسیار بیشتر هستند. یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حبیم باشند که هم خود و هم اطرافیانشان معمولاً محافظه کاری بیشتری برای استفاده از سرگرمی ها و بازی ها دارند.

در الگوهای رفتاری دیگر مانند بیشترین تایم رفته ای رفتاری متناسب با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول شباهه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً متمرکز در ساعت پس از اتمام مدرسان است.

در برخی از گزارش های دایرکت به این تفاوت های آماری و رفتاری به صورت جزئی تر پرداخته ایم و این خصوصیات ها است که می تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه گذاران جذب کند.

فکر می کنید کدام گزاره ها در گزارش های آماری مرتبط با بازی های رایانه ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟ (ادامه دارد ...)

(زادمه خیر...) سیدحسینی: نکته‌ای که برای خود ما بد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی کلش، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالان در این حوزه خلیل بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی‌های وارداتی در بازار ایران غالباً پردرآمدتر هستند یک هشدار جدی بود. ما می‌توانیم از چرخه درآمدی این بازی‌ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی‌های داخلی درآوریم، اما این درآمدهای بسیار بالا در بازار ما به راحتی هرز می‌رود و به دست دلالان می‌رسد.

با وجود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظرارت بر بازار افزایش پیدا می‌کند و هم به تعوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی‌آورد. تصریفی: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می‌خواهم به نکته‌ای اشاره کنم که بیشتر حکم درداد دارد و شاید خلیل از جنس هشدار نباشد. در کشور ما غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه‌ها می‌خواهند سراغ بازی‌های رایانه‌ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می‌روند، مثلاً تیتر می‌زینم بازی‌های رایانه‌ای عامل چاقی می‌شوند، بعد از منظر بی تحرکی آن را تهدید قلعه‌دار می‌کنیم، از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی‌تواند عامل چاقی باشد!

یا تیتر می‌زینم بازی‌های رایانه‌ای خانواده‌ها را از هم دور می‌کند. این نگاه در حالی است که در نمایشگاه‌های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی‌های خانوادگی اختصاص پیدا می‌کند. این نگاه رادیکال به مضرات بازی‌های رایانه‌ای که غالباً هم محصول پژوهش‌های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی‌های عموماً تبدیل به نهادهای ناکارآمد شوند که خانواده‌ها خلیل برای آن‌ها اهمیت نمی‌دهند.

مثل سینما که وقتی اعلام می‌شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده‌ها به تکابو می‌افتدند که بجهه‌های زیر ۱۶ سال خود را هم به میثما ببرند تا ثابت کنند که بجهه‌شان را مرد بار اورده اند! این نگاه در حوزه فرهنگ مخصوصی یک افراط در هشدار داری است و باعث شده خانواده‌ها به ما می‌اعتماد شوند. اگر نکته‌ای از دل آمارها بخواهد ما را نگران کند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی کردن ما ایرانی‌ها مقداری از متوسط جهانی بالاتر است. این آمار از وما نگران کننده نیست اما وقتی هم‌زمان متوجه این واقعیت می‌شویم که بازی‌هایی در بازار ما عرضه می‌شود که کنترل و نظارتی بر روی آن‌ها نیست، این به معنای آن است که یچهه‌های ما به صورت گسترشده در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است. مشکل هم از آنجایی آغاز می‌شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش تر تصمیم گرفته‌اند کل این بازار را یک خطر بینند، متوجه لزوم تفکیک مسابب و مزایای این بازار نمی‌شوند و اعتبار خود را از دست می‌دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقد است این رسانه‌ای می‌در حوزه بازی‌های رایانه‌ای اشتباه است...

اساساً چنینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می‌کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنای، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی‌ها یکسان است. رویکردی که معتقد است بازی‌های رایانه‌ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می‌توان ورزش را جایگزینش کردا این در حالی است که وقتی در تظرسلیحی‌ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می‌روند می‌گویند در فضای بازی بسیاری از تجربه‌هایی که نمی‌توانیم بدون هزینه در فضای واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می‌تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه‌های بسیاری را بگیرد و یا مهارت‌هایی را فراگیر کند. جرا روی این ایجاد بازی تمرکز نمی‌کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد. آنچه مخاطب از بازی‌ها انتظار دارد و سراغ می‌گیرد با برداشتی که رسانه‌های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است.

منبع: مهر

حذف بازی‌های ایرانی از جشنواره IMGA خاورمیانه بس از اعلام نامزدها

در حالی که روز گذشته و پس از اعلام نامزدهای جشنواره بازی‌های موبایل IMGA خاورمیانه، بازی سازان ایرانی با کسب ۱۶ نامزدی بالاتر از بازی سازان کشورهای منطقه ایستادند، عوامل این جشنواره بازی‌های ایرانی را حذف کردند.

به گزارش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، در حالی که نسخه جهانی جشنواره IMGA پیش از ۱۵ سال قدمت دارد و یکی از معتبرترین جشنواره‌های بین المللی در حوزه بازی محسوب می‌شود، اتفاقی نادر و عجیب در جشنواره خاورمیانه آن رخ داده است.

این در حالیست که تا دیروز در صفحه قوانین این جشنواره نام کشور ایران در بین کشورهایی که امکان حضور را دارند وجود داشت اما اکنون نام کشورمان از صفحه قوانین حذف شده است.

نسخه خاورمیانه این جشنواره برای دوین سال است که برگزار می‌شود و سال گذشته به دلیل عدم احلاع رسانی، بازی سازان ایرانی در آن شرکت نداشتند اما حضور بر رنگ بازی‌های ایرانی و کیفیت بالای آن‌ها در این دوره، احتمالاً زنگ خطری برای عوامل عربی این جشنواره بوده است و آن‌ها ترجیح داده اند به کلی ایران را حذف کنند.

واحد بین الملل و حقوقی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای این اعلام کرد که در حال مذاکره و پیگیری این اقدام غیر حرفة‌ای است و تلاش خود را برای احقاق حق بازی سازان ایرانی به کار خواهد بست.

دوین دوره مسابقات IMGA در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، ۲۰ آبان ماه در کشور عمان برگزار می‌شود و هم اکنون بازی‌هایی که نامزد شده اند در معرض رای عمومی قرار دارند.



مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و سلایق گیمرهای ایرانی بر لزوم اصلاح رویکرد رسانه ای به بازی های رایانه ای تأکید کردند.

مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) که فعالیت رسمی خود را از تیرماه ۹۴ و در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی های رایانه ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرترین مرکز استخراج اطلاعات آماری درباره وضعیت بازار بازی های رایانه ای در ایران است. پیش از این و در قسمت نخست میزگرد خبرنگار با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دوین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی های رایانه ای در کشور پردازیم. سید محمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، خامد تصمیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین الملل کفترناس تحقیقات بازی های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند.

در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در خبرگزاری را من خوانید:

فراخ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری وضعیت بازی های رایانه ای در ایران مطرح شد، علاقمندم بدایم از نگاه شما و مستند به پژوهش هایی که تا به امروز در این زمینه داشته اید، پدیده ای چند و چهی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجود درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه آند، عده ای دلالی

سیدحسینی: حتماً این پدیده پدیده ای چند و چهی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجود درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه آند، عده ای دلالی می کنند و عده ای هم مصرف کنند و متأثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً برای خانواده ها پیشتر جنبه سرگرمی و فرهنگی اولویت دارد و برای تولید کنندگان مباحث اقتصادی، اما اگر سوال تان این است که امروز کدام وجه در کلیت بازار غالب است، حتماً پاسخ، وجه اقتصادی است.

سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است. درآمدی که بازی های رایانه ای برای کشور بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظمه شمسی با کهکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شاید مهمترین دلیل آن سهل الوصول بودن فرآیند دسترسی، عرضه و حتی صادرات در این صنعت است که برای تولید هم نیاز به منابع هنگفت و عجیب ندارد.

این مهترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی ها هم مصدق دارد. ویژگی این صنعت در دنیا وابستگی آن به صنایع دیگر مانند تبلیغات است. براساس گزارشی که مکنزی در این زمینه منتشر کرده است، رتبه اول رشد در آمد در بازار تبلیغات هم مربوط به بازی های دیجیتال بوده است. این نشان دهنده ظرفیت این صنعت است.

غیر از این نمونه ای که اشاره کردید اساساً داده های آماری بازار بازی های ایران چقدر مناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اینکه ما امروز نگران عور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایل هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

تصمیری: در همه جایی دنیا، آمارها گوایی می دهد که نرخ رشد موبایل و مجموع درآمدهای حاصل از در بازار بازی های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوترهای شخصی و کنسول های بازی) بسیار پیشتر است، به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و بی سی در بازار، خود را رقیب هم می دانند و به تعبیری کاربران یکدیگر را به سمت خود فرامی خوانند اما موبایل اتفاقاً را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی گذاشتند.

سیدحسینی: در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایل، بازی های بی سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی های موبایلی در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و بی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است. تصمیری: شاید بهتر باشد اینکه بگوییم که چون بی سی شکست خورد، موبایل به میان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینکه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های بی سی بوده است...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی ها در ایران با کشورهای دیگر منتشر کردیم به این نکته اشاره شده است که در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است اما تفاوت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است...

این بی تابعی مخصوص ایران هم نیست و بد نیست بدانید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و تعدادارهای منتشر شده، شرایط مشابه ما دارد. این بی تابعی ارتباطی با این واقعیت تدارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های بی سی و کنسول در ایران به صورت قاجاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی: طبیعتاً این نکته تک عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کمی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کمی رایت شباخت هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه پیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال پیشتری دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ضریب نفوذ اینترنت در نقاط مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت بالاترین آمارها را داریم. پیشترین اینترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می کنیم.

وقتی تلفن های همراه همه جا در دسترس هستند و امکان اتصال به اینترنت هم فراهم است، این شرایط خود به خود کاربر را به سمت استفاده از بازی ها در اوقات فراغت سوق می دهد. نمود این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به نسبت تلفن های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است. (اداعه دارد ...)



(ادامه خبر ...) از نظر دیگر مشخصه های مرتبط با عادات رفتاری گیمرها، آمارهای داخلی چه تفاوت ها و شباهت هایی با بازار جهانی دارد؟ سیدحسینی: تفاوت هایی در زانهای محبوب بازی وجود دارد اما آنقدر زیاد نیست، تقریباً منطبق با آمارهای جهانی رفتار می کنیم اما به دلیل نبود پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی های بیش از متوسط جهانی حضور داریم، مثلاً اگر بازی های استراتژیک در دنیا رتبه اول توجه را دارند، در ایران بازی های ریسینگ یا همان رانندگی بیشتر مورد اقبال قرار دارند، البته بازهم تأکید می کنم میزان استفاده ما و دیگران تفاوت مشهودی با هم ندارد، در زمان استفاده و جنسیت کاربران است که نسبت به بازار جهانی تفاوت هایی داریم.

تصویری: غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه ها می خواهند سراغ بازی های رایانه ای بینند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند، مثلاً تیتر می نمایم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بعد از منظر بین تحرکی آن را تهدید قلمداد می کنیم، از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی تواند عامل چاقی باشد؟ به خصوص در زمینه جنسیت، در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و نزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکور بسیار بیشتر هستند، یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به جریم باشند که هم خود و هم اطراق ایشان معمولاً محافظه کاری بیشتری برای استفاده از سرگرمی ها و بازی ها دارند.

در الگوهای رفتاری دیگر مانند بیشترین تایم استفاده در طول شباهه روز هم گیمرهای ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند، در کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول شباهه روز هم هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً مشتمل بر ساعت است.

در برخی از گزارش های دایرک به این تفاوت های آماری و رفتاری به صورت جزئی تر پرداخته ایم و این خصوصیات ها است که می تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه گذاران جذب کند.

فکر می کنید کدام گزاره ها در گزارش های آماری مرتبط با بازی های رایانه ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟ سیدحسینی: نکته ای که برای خود ما بد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی کلش، بسیار تموبد داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالان در این حوزه خیلی بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی های وارداتی در بازار ایران غالباً پردازدتر هستند یک هشدار جدی بود، ما می توانیم از چرخه درآمدی این بازی ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی های داخلی دوآوریم، اما این درآمدهای بسیار بالا در بازار

ما به راحتی هر زمینه را در دلالان می وسد با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی آورد، تصویری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم در دلال و شاید خیلی از جنس هشدار نیاشد، در کشور ما غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه ها می خواهند سراغ بازی های رایانه ای بینند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند، مثلاً تیتر می نمایم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بعد از منظر بین تحرکی آن را تهدید قلمداد می کنیم، از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی تواند عامل چاقی باشد؟

با تیتر می نمایم بازی های رایانه ای خانواده ها را از هم دور می کند، این نگاه در حالی است که در نمایشگاه های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی های خانوادگی اختصاص پیدا می کند، این نگاه را دیگر کمال به مضرات بازی های رایانه ای که غالباً هم محصول پژوهش های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی ها عموماً تبدیل به نهادهای ناکارآمد شوند که خانواده ها خیلی برای آن ها اهمیت نمی دهند، مثل سینما که وقتی اعلام می شود قلاقن فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده ها به تکابو می افتد که بجهه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بجهه شان را مرد بار آورده اند این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دادن است و باعث شده خانواده ها به ما می اعتماد شوند، اگر نکته ای از دل آمارها بخواهد ما را نگران کند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی های ایرانی ها مقداری از متوسط جهانی بالاتر است، این آمار لزوماً نگران کننده نیست اما وقتی هم زمان متوجه این واقعیت می شویم که بازی هایی در بازار ما عرضه می شود که کنترل و نظارتی بر روی آن ها نیست، این به معنای آن است که بجهه های ما به صورت گسترش در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است، مشکل هم از آنجایی آغاز می شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش تر تصمیم گرفته اند کل این بازار را یک خطر بینند متوجه لزوم تدقیک معايب و مزایای این بازار نمی شوند و اعتبار خود را از دست می دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقدم استراتژی رسانه ای ما در حوزه بازی های رایانه ای الشتباه است... اساساً چندین استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟ سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثناء، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی ها یکسان است، رویکردی که معتقد است بازی های رایانه ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می توان ورزش را جایگزین کردا این در حالی است که وقتی در نظرسنجی ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می روند می گویند، در فضای بازی بسیاری از تجربه هایی که نمی توانیم بدون هزینه در قضایی واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه های بسیاری را بگیرد و یا مهارت های را فراگیر کند، چرا روسی این ایجاد بازی تمرکز نمی کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد آنچه مخاطب از بازی ها انتظار دارد و سراغ می گیرد با برداشتی که رسانه های رسمی می نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است، ادامه دارد...



رئيس فرهنگ و ارشاد اسلامی گرمسار: شناسایی کارگاه تولید لوح های فشرده غیرمجاز در ایوانکی (۱۴۰۰-۰۷-۲۰)

رئيس فرهنگ و ارشاد اسلامی گرمسار گفت: کارگاه تولید لوح فشرده بازی های رایانه ای و پویانمایی غیرمجاز در شهرک صنعتی ایوانکی گرمسار شناسایی شد.

به گزارش گروه استان های باشگاه خبرنگاران جوان از سمنان، نتیجی فرهنگ و ارشاد اسلامی گرمسار با اعلام این خبر گفت: تیمی مشکل از کارشناسان این اداره و اداره اماکن شهرستان گرمسار به همراه بازرسان بنیاد ملی بازی های رایانه ای و ماموران انتظامی این کارگاه را شناسایی و ۴۸ هزار حلقه لوح فشرده غیرمجاز را در آن کشف کردند.

وی افزود: از این تعداد لوح فشرده، ۲۴ هزار حلقه حاوی بازی های رایانه ای و بقیه حاوی پویانمایی بدون اجازه تامه حق نشر مولف بود.

به گفته رئیس فرهنگ و ارشاد اسلامی گرمسار پرونده قضایی برای رسیدگی به این جرایم در دادگستری ایوانکی تشکیل شده است. گفتنی است، برابر قوانین و مقررات از فعالیت مراکز تکثیر بازی های غیرمجاز، محصولات صوتی و تصویری بدون بروانه انتشار و موافقت تامه حق نشر مولف جلوگیری می شود.



رئيس فرهنگ و ارشاد اسلامی گرمسار: کشف کارگاه تولید لوح های فشرده غیرمجاز در ایوانکی (۱۴۰۰-۰۷-۲۰)

رئيس فرهنگ و ارشاد اسلامی گرمسار گفت: کارگاه تولید لوح فشرده بازی های رایانه ای و پویانمایی غیرمجاز در شهرک صنعتی ایوانکی گرمسار شناسایی شد.

به گزارش گروه استان های باشگاه خبرنگاران جوان از سمنان، نتیجی فرهنگ و ارشاد اسلامی گرمسار با اعلام این خبر گفت: تیمی مشکل از کارشناسان این اداره و اداره اماکن شهرستان گرمسار به همراه بازرسان بنیاد ملی بازی های رایانه ای و ماموران انتظامی این کارگاه را شناسایی و ۴۸ هزار حلقه لوح فشرده غیرمجاز را در آن کشف کردند.

وی افزود: از این تعداد لوح فشرده، ۲۴ هزار حلقه حاوی بازی های رایانه ای و بقیه حاوی پویانمایی بدون اجازه تامه حق نشر مولف بود.

به گفته رئیس فرهنگ و ارشاد اسلامی گرمسار پرونده قضایی برای رسیدگی به این جرایم در دادگستری ایوانکی تشکیل شده است. گفتنی است، برابر قوانین و مقررات از فعالیت مراکز تکثیر بازی های غیرمجاز، محصولات صوتی و تصویری بدون بروانه انتشار و موافقت تامه حق نشر مولف جلوگیری می شود.



در میزگرد مهر مطرح شد؛ قیاس رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می دانیم! (۱۴۰۰-۰۷-۲۰)

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و سلایق گیمرهای ایرانی بر لزوم اصلاح رویکرد رسانه ای به بازی های رایانه ای تأکید کردند.

خبرگزاری مهر - گروه فرهنگ: مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) که قمایت رسمی خود را از تیرماه ۹۶ در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی های رایانه ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرترین مرکز استخراج اطلاعات آماری درباره وضعیت بازار بازی های رایانه ای در ایران است.

پیش از این و در قسمت نخست میزگرد خبرگزاری مهر با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دوین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی های رایانه ای در کشور پردازیم.

سید محمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین الملل کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند.

در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در خبرگزاری مهر را می خواهید:

فراخ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری وضعیت بازی های رایانه ای در ایران مطرح شد، علاقمند بدانم از نگاه شما و مستند به پژوهش هایی که تا به امروز در این زمینه داشته اید، پدیده بازی های رایانه ای در ایران بیشتر یک پدیده اقتصادی است و یا فرهنگ؟

سیدحسینی: حتما این پدیده پدیده ای چند وچی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجود درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه (ادامه دارد...).

(ادامه خبر...) اند، عده ای دلایلی می کنند و عده ای هم مصرف کننده و متأثر از این محصولات هستند. از این نظر حتما برای خانواده ها بیشتر جنبه سرگرمی و فرهنگی اولویت دارد و برای تولیدکنندگان مباحث اقتصادی، اما اگر سوال تان این است که امروز کدام وجه در کلیت بازار غالب است، حتما پاسخ، وجه اقتصادی است.

سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است، درآمدی که بازی های رایانه ای برای کشور بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظمه شمسی با کوهکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. ثالثی که شاید مهمترین دلیل آن سهل الوصول بودند فرآیند دسترسی، عرضه و حتی صادرات در این صنعت است که برای تولید هم نیاز به منابع هنگفت و عجیب ندارد.

این مهمترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی ها هم مصدق دارد. ویژگی این صنعت در دنیا وایستگی آن به صنایع دیگر مانند تبلیغات است، براساس گزارشی که مکنزی در این زمینه منتشر کرده است، رتبه اول رشد درآمد در بازار تبلیغات هم مربوط به بازی های دیجیتال بوده است. این نشان دهنده ظرفیت این صنعت است.

غیر از این نمونه ای که اشاره کردید اساساً داده های آماری بازار بازی های ایران چقدر مناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اینکه ما امروز نگران عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوتراهای شخصی به سمت بازی های موبایل هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

تصییری؛ در همه جای دنیا، آمارها گوایی می دهد که نرخ رشد موبایل و مجموع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی های دیجیتال، به سمت دو پلتفرم دیگر (کامپیوتراهای شخصی و کنسول های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و بی سی در بازار، خود را رقیب هم می دانند و به تعبیری کاربران یکدیگران را به سمت خود فرامی خواند اما موبایل انقلابی را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی گذاشتند.

سیدحسینی؛ در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً مناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است و وجود این شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمد ایمن بازی های موبایل، بازی های بی سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی های موبایل در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و بی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است...

تصییری؛ شاید بهتر باشد اینکه در این بازی های موبایل که چون بی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینکه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های بی سی بوده است...

سیدحسینی؛ در گزارشی که الخیرا درباره مقایسه مصرف بازار بازی ها در ایران با کشورهای دیگر منتشر کردیم به این نکته اشاره شده است که در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تعداد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً مناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است. درآمد بازی های موبایل بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تخصصی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های بی سی و کنسول در ایران به صورت قاجاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می شود و بازار رسمی ندارد.

سیدحسینی؛ طبیعتاً این نکته تک عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کوی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کوی رایت شباهت هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه پیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بیشتری دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدی است اما از نظر ظریب نفوذ اینترنت در تقاضا مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت با اینترنوت آمارها را داریم. بیشترین اینترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می کنیم.

وقتی تلفن های همراه همه جا در دسترس هستند و امکان اتصال به اینترنت هم فراهم است، این شرایط خود به خود کاربر را به سمت استفاده از بازی ها در اوقات فراغت سوق می دهد. تמוד این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به تسبیت تلفن های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است.

از نظر دیگر مشخصه های مرتبط با عادات رفتاری گیمرها، آمارهای داخلی چه تفاوت ها و شباهت هایی با بازار جهانی دارد؟ سیدحسینی؛ تفاوت هایی در زانهای محبوب بازی وجود دارد اما آنقدر زیاد نیست. تقریباً منطبق با آمارهای جهانی رفتار می کنیم اما به دلیل تبدیل پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی های بیش از متوسط جهانی حضور داریم. مثلاً اگر بازی های استراتژیک در دینا رتبه اول توجه را دارند، در ایران بازی های رسینگ یا همان رانندگی بیشتر مورد اقبال قرار دارند. البته بازهم تأکید می کنم میزان استفاده ها و دیگران تفاوت مشهودی با هم ندارد. در زمان استفاده و جنسیت کاربران است که نسبت به بازار جهانی تفاوت هایی داریم.

تصییری؛ غالباً زمانی که کارشناسان و امکان اتصال به اینترنت هم سراغ بازی های رایانه ای رایانه ای بیایند، بیشتر از منتظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوزه می روند. مثلاً تیتر می زنیم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بعد از منتظر می تحرک کی آن را تهدید قلمداد می کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی تواند عامل چاقی پلش‌آایه خصوص در زمینه جنسیت است، در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و تزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکور بسیار بیشتر هستند یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حریم یا توافق باشد که هم خود و هم اطرافیانشان معمولاً محافظه کاری بیشتری برای استفاده از سرگرمی ها و بازی ها دارند.

در الگوهای رفتاری دیگر مانند بیشترین تایم استفاده در طول شبانه روز هم گیمرهای ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول شبانه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً متمرکز در ساعات پس از اتمام مدرسان است.

در برخی از گزارش های دایرکت به این تفاوت های آماری و رفتاری به صورت جزئی تر پرداخته ایم و این خصوصیات ها است که می تواند بازار (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه گذاران جذب کند.

فکر من کنید کدام گزاره ها در گزارش های آماری مرتبط با بازی های رایانه ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟

سیدحسینی: تکنله ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی کلش، بسیار تعمد داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که در آمد های دلالان در این حوزه خلیلی بیشتر از درآمد های رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی های وارداتی در بازار ایران غالباً پردازمان هستند یک هشدار جدی بود ما می توانیم از چرخه درآمدی این بازی ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی های داخلی درآوریم، اما این درآمد های بسیار بالا در بازار ما به راحتی هر می رود و به دست دلالان می رسد.

با ورود این درآمد ها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می کند و هم به نحوی درآمد ها را به خدمت بازار داخلی درمی آورد. تصییری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به تکنله ای اشاره کنم که بیشتر حکم در دل دارد و شاید خلیلی از جنس هشدار نیاشد در گشوار ماغالبا زمانی که کارشناسان و رسانه ها می خواهند سراغ بازی های رایانه ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند، مثلاً تیتر من زنیم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بعد از منظر می تحرکی آن را تهدید قلعه داده می کنیم، از این نگاه مگر کتاب خواندن نصی تواند عامل چاقی باشد؟

یا تیتر من زنیم بازی های رایانه ای خانواده ها را از هم دور می کند، این نگاه در حالی است که در نمایشگاه های بزرگ صنعت گیم در دنیا اصولاً یک بخش به بازی های خانوادگی اختصاص پیدا می کند، این نگاه را دیگر به مضرات بازی های رایانه ای که غالباً هم محصول پژوهش های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی ها عموماً تبدیل به نهادهای ناکارآمد شوند که خانواده ها خلیلی برای آن ها اهمیت نمی دهند.

مثل سینما که وقتی اعلام می شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده ها به تکاپو می افتد که بجهه های زیر ۱۶ سال خود را هم به مینما بپرند تا نایت کنند که بجهه شان را مرد بار اورده اند این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار داری است و باعث شده خانواده ها به ما می اعتماد شوند.

اگر تکنله ای از دل آمارها بخواهد ما نگران کند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی کردن ما ایرانی ها مقداری از متوسط جهانی بالاتر است، این آمار لزوماً نگران کننده نیست اما وقتی همزممان متوجه این واقعیت می شویم که بازی هایی در بازار ما عرضه می شود که کنترل و نظارتی بر روی آن ها نیست، این به معنای آن است که بجهه های ما به صورت گسترده در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است.

مشکل هم از آنجایی آغاز می شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش تر تصمیم گرفته اند کل این بازار را یک خطر بینیک متوجه لزوم تدقیک مایاب و مزایای این بازار نصی شوند و اعتبار خود را از دست می دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقد استراتژی رسانه ای ما در حوزه بازی های رایانه ای الشتباه است...

اساساً چنینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صداوسیما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنای، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی ها یکسان است، رویکردی که معتقد است بازی های رایانه ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می توان ورزش را جایگزینش کردا این در حالی است که وقتی در نظرسنجی ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می روند می گویند، در فضای بازی بسیاری از تجربه هایی که نصی توانیم بدون هزینه در فضای واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه های بسیاری را بگیرد و یا مهارت هایی را فراگیر کند، چرا روى این ایجاد بازی تمرکز نمی کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد، آنچه مخاطب از بازی ها انتظار دارد و سراغ می گیرد با برداشتی که رسانه های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است.

ادامه دارد...

منبع: مهر

پاشگاه خبرنگاران

مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می دانیم!

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و ملایق گیمرهای ایرانی بر لزوم اصلاح رویکرد رسانه ای به بازی های رایانه ای تأکید کردند.

به گزارش حوزه دنیای ارتباطات گروه فضای مجازی پاشگاه خبرنگاران جول: مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال(دایرک) که فعالیت رسمی خود را از تیرماه ۹۴ و در زیرمجموعه بنیاد ملی بازی های رایانه ای آغاز کرده است، در حال حاضر معتبرترین مرکز استخراج اطلاعات آماری درباره وضعیت بازار بازی های رایانه ای در ایران است.

طبق میزگردی در یکی از خبرگزاری ها با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز برداختیم و حالا در قالب دوین بخش این میزگرد تلاش کرده ایم مستند بر داده ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی های رایانه ای در کشور پیردازیم.

سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حامد تصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مستول اطلاع رسانی و امور بین الملل کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک را می خواهیم [ادامه دارد...]

پاشگاه خبرنگاران

(ادامه خبر) - فارغ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری وضعیت بازی های رایانه ای در ایران مطرح شد، علاقمندم بدانم از تگاه شما و مستند به پژوهش هایی که تا به امروز در این زمینه داشته اید، پدیده بازی های رایانه ای در ایران بیشتر یک پدیده اقتصادی است و یا فرهنگ؟ سیدحسینی: حتماً این پدیده پدیده ای چند و جمی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجوده درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده ای دلالی می کنند و عده ای هم مصرف کنند و متاثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً برای خانواده ها بیشتر جنبه سرگرمی و فرهنگی اولویت دارد و برای تولید کنندگان مباحث اقتصادی، اما اگر سوال تاز این است که امروز کدام وجه در کلیت بازار غالب است، حتماً پاسخ، وجه اقتصادی است. سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است. درآمدی که بازی های رایانه ای برای کشور بخواهد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظمه شمسی با کهکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شتابی که شاید مهمترین دلیل آن سهل الوصول بودند فرآیند دسترسی، عرضه و حتی صادرات در این صنعت است که برای تولید هم نیاز به منابع هنگفت و عجیب ندارد.

این مهمترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی ها هم مصدق دارد. ویژگی این صنعت در دنیا وابستگی آن به صنایع دیگر مانند تبلیغات است. براساس گزارشی که مکنزی در این زمینه منتشر کرده است، رتبه اول رشد درآمد در بازار تبلیغات هم مربوط به بازی های دیجیتال بوده است.

این نشان دهنده ظرفیت این صنعت است.

غیر از این نمونه ای که اشاره کردید اساساً داده های آماری بازار بازی های ایران چقدر متناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اینکه ما امروز نگران عور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوتراهای شخصی به سمت بازی های موبایل هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

تصیری: در همه جای دنیا، آمارها گوایی می دهد که نرخ رشد موبایل و جمیع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوتراهای شخصی و کنسول های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که پلتفرم موبایل، دو پلتفرم کنسول و بی سی در بازار، خود را رقیب هم می دانند و به تعبیری کاربران یکدیگر را به سمت خود فرامی خوانند اما موبایل انتقالی را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افزایی به واسطه موبایل مشتری بازی شده اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی گذاشتند.

با وجود این شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایل، بازی های بی سی همچنان سود بالاتری دارند در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی های موبایل در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و بی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است...

تصیری: شاید بهتر باشد اینکونه بگوییم که جون بی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینکونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایل باعث تعطیلی بازار بازی های بی سی بوده است...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی ها در ایران با کشورهای دیگر منتشر کردیم به این نکته اشاره شده است که در سه قاره آمریکا، اروپا و استرالیا نوع مصرف و الگوی مصرف کاملاً متفاوت با بازار ایران است. در این سه قاره درآمدها و تمدّد کاربران در هر سه پلتفرم عرضه بازی تقریباً متناسب است اما در ایران این بازارها به شدت نامتناسب است. درآمد بازی های موبایل بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسی مختص ایران هم نیست و بد نیست بدآید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و تعدادارهای منتشر شده، شرایط مشابه ما دارد.

این بی تناسی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های بی سی و کنسول در ایران به صورت قاچاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی: طبیعاً این نکته تک عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کمی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کمی رایت شباهت هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه بیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بیشتری دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ضریب نفوذ اینترنت در نقاط مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت بالاترین آمارها را داریم. بیشترین اینترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می کنیم.

وقتی تلفن های همراه همه جا در دسترس هستند و امکان اتصال به اینترنت هم فراهم است، این شرایط خود به خود کاربر را به سمت استفاده از بازی ها در اوقات فراغت سوق می دهد. تعداد این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به تسبیت تلفن های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است.

از نظر دیگر مشخصه های مرتبط با عادات رفتاری گیمرها، آمارهای داخلی چه تفاوت ها و شباهت هایی با بازار جهانی دارد؟

سیدحسینی: تفاوت هایی در زانهای محبوب بازی وجود دارد اما آنقدر زیاد نیست. تقریباً منطبق با آمارهای جهانی رفتار من کمی اما به دلیل تبدیل پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی ها بیش از متوسط جهانی حضور داریم. مثلاً اگر بازی های استرالیزیک در دنیا رتبه اول توجه را دارند، در ایران بازی های ریسینگ یا همان رانندگی بیشتر مورد اقبال البته بازی هم تأکید می کنیم میزان استفاده ما و دیگران تفاوت مشهودی با هم ندارد. در زمان استفاده و جنسیت کاربران است که نسبت به بازار جهانی تفاوت هایی داریم.

به خصوص در زمینه جنسیت، در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و نزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکور بسیار بیشتر هستند. یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حریم بانوان باشد که هم خود و هم اطرافیانشان معمولاً محافظه کاری بیشتری برای استفاده از سرگرمی ها و بازی ها دارند.

در الگوهای رفتاری دیگر مانند بیشترین تایم روز هم گیمرها ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایم استفاده از بازی در طول شبانه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً متمرکز در ساعتی پس از تمام مدارس است.

در برخی از گزارش های دایرک به این تفاوت های آماری و رفتاری به صورت جزئی تر پرداخته ایم و این خصوصیات ها است که می تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه گذاران جذاب کند (ادامه دارد...)

پاشگاه خبرنگاران

(ادامه خبر ...) فکر می کنید کدام گزاره ها در گزارش های آماری مرتبط با بازی های رایانه ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی تر دارد؟ سیدحسینی: نکته ای که براز خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی کلش، بسیار تهدید داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالان در این حوزه خیلی بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی های وارداتی در بازار ایران غالباً پردازش هستند یک هشدار جدی بود ما من توافقی از چرخه درآمدی این بازی ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی های داخلی درآوریم، اما این درآمدهای بسیار بالا در بازار ما به راحتی هر زمینه را دارد و به دست دلالان می رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی آورد. تصریبی: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم در دلال دارد و شاید خیلی از جنس هشدار نباشد. در کشور ما غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه ها می خواهند سراغ بازی های رایانه ای بیایند، بیشتر از نظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند، مثلاً تیتر می زنیم بازی های رایانه ای عامل چاقی می شوند، بعد از منظر بی تحرکی آن را تهدید قلعه داده می کنیم، از این نگاه مگر کتاب خواندن نصیحت توائد عامل چاقی پاشد!

یا تیتر می زنیم بازی های رایانه ای خاتمه ها را از هم دور می کند، این نگاه در حالی است که در نمایشگاه های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی های خانوادگی اختصاص پیدا می کند، این نگاه را دیدی کمال به مضرات بازی های رایانه ای که غالباً هم محصول پژوهش های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازی در حوزه بازی ها، عموماً تبدیل به نهادهایی ناکارآمد شوند که خانواده ها خیلی برای آن ها اهمیت نمی دهند. مثل سینما که وقتی اعلام می شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده ها به تکاپو می افتد که بجهه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما بپرند تا ثابت کنند که بجهه شان را مرد بار اورده اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دادن است و باعث شده خانوادها به ما این اعتماد شوند. اگر نکته ای از دل آمارها بخواهد ما را نگران کند، این واقعیت است که متوسط زمان بازی کردن ما ایرانی ها مقناری از متوسط جهانی بالاتر است، این آمار ازوماً نگران کننده نیست اما وقتی همزمان متوجه این واقعیت می شویم که بازی هایی در بازار ما عرضه می شود که کنترل و نظارتی بر روی آن ها نیست، این به معنای آن است که بجهه های ما به صورت گسترده در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن شان نیست و این قطعاً یک هشدار است. مشکل هم از آنجایی آغاز می شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش تر تصمیم گرفته اند کل این بازار را یک خطر بین‌المللی معرفی و مزایای این بازار نمی شوند و اعتبار خود را از دست می دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقدم استراتژی رسانه ای ما در حوزه بازی های رایانه ای اشتباه است...

اساساً چنینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟ سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدایوسیما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنای خالی رویکرد تلویزیون نسبت به بازی ها یکسان است، رویکردی که معتقد است بازی های رایانه ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می توان ورزش را جایگزینش کرده این در حالی است که وقتی در نظرسنجی ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می روند می گویند، در فضای بازی بسیاری از تجربه هایی که نمی توافریم بدون هزینه در قضایی واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

این یک سرمایه اجتماعی است که می تواند در بلندمدت حتی جلوی بزه های بسیاری را بگیرد و یا مهارت هایی را فراگیر کند. چرا روى این ابعاد بازی تمرکز نمی کنیم؟ این رویکرد قابلیت هشدار دارد، آنچه مخاطب از بازی ها انتظار دارد و سراغ می گیرد با برداشتی که رسانه های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است.



بازی های فاقد نظام رده بندی سنی از مارکت ها حذف می شود / اولتیماتوم جدی بنیاد ملی بازی های رایانه ای

(۰۷/۰۷/۲۱)

گروه فناوری اطلاعات: مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: اولتیماتومی جدی به تمام مارکت ها داده شده که از این پس تنها ESRA است که باید بازی ها را از نظر محتوایی تأیید و بررسی کند.

حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در گفت و گو با خبرگزاری بین المللی قرآن (ایکنا) با اشاره به ضرورت وجود برجسب نظام رده بندی سنی ESRA روی بازی ها در مارکت ها گفت: در چارچوبی که قرار است مارکت ها تا دو ماه آینده در اختیار ما قرار دهند اگر محتوای یک بازی مورد تایید نباشد، می تواند بازی را مستقیماً از مارکت حذف کند تا زمانی که محتوای بازی اصلاح شود.

وی افزود: تاکنون برخی از مارکت ها خودشان ممیزی هایی را در نظر گرفته بودند و گاهی اوقات اختلافاتی با نظام رده بندی سنی بازی های ESRA داشتند. اما اولتیماتومی جدی به تمام مارکت ها داده شده که از این پس تنها ESRA است که باید بازی ها را از نظر محتوایی تأیید و بررسی کند. اگر در این زمینه همکاری های لازم صورت نگیرد، بخلاف میل مان انتشار تمام بازی ها را ممنوع به دریافت مجوز از بنیاد ملی بازی های رایانه ای خواهیم کرد.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تصریح کرد: اخیراً نیز به بازی سازان پیش از ۵۰۰ بازی ایمیل زده شده تا محتوای بازی های خود را اصلاح کنند و اگر طی دو هفته این اتفاق نیافتد این بازی ها تا زمان اصلاح از روی مارکت حذف می شوند.

کریمی قدوسی اظهار کرد: همزمان که ما قصد داریم فضای کسب و کار را آزاد کنیم، به تمهیقات نظارتی خودمان نیز پاییندیم و قصد نداریم یکی را فدای دیگری کنیم.

یک پرس بازی دیجیتال و دیگر هیچ!

(۰۷۳۸-۰۷۳۱) ۰۷۳۸-۰۷۳۱

خبرگزاری آریا - از جمیعت نزدیک به ۸۰ میلیونی ایران، ۳۹ میلیون و ۱۵۰ هزار نفر آنلاین هستند و کشور ما ۲۲ میلیون گیمر دارد؛ گیمرهایی که از سه پلتفرم رایانه، کنسول و موبایل برای بازی بهره می‌برند.

این ۲۲ میلیون حدود ۲۹ درصد از جمیعت کل ایران را تشکیل می‌دهند که ۶۳ درصد مرد و ۳۷ درصد زن هستند و میانگین سنی آنها به ۲۱ سال می‌رسد. اگر نگاهی به میانگین سنی دیگر گیمرهای جهان بیندازیم، متوجه می‌شویم گیمرهای ایران جوان تر هستند؛ زیرا این میانگین در ایالات متحده آمریکا ۲۳ سال و در کانادا ۲۵ سال برآورد شده است. در سال‌های اخیر گیمرهای کشور به بازی روی تلفن های هوشمند روی آورده اند و ۷۷ درصد از جمیعت ۲۲ میلیونی گیمرهای ایرانی از تبلت‌ها و گوشی‌های هوشمند برای بازی‌های دیجیتال منتشر شده، شما را نیز کنجکاوی کرده بیشتر درباره گیمرهای ایرانی و هزینه‌هایی که صرف صنعت بازی در دنیا و ایران می‌شود بدانید (این بیوهوش‌های پیمایشی هر دو سال یک بار انجام می‌شود و آخرين آمار منتشر شده تا آخر سال ۱۳۹۴ را دربرمی‌گیرد) در این گزارش سعی کرده ایم با مراججه به آمار و ارقام و گفت و گو با کارشناسان، وضعیت صنعت بازی را در کشور بررسی کنیم.

الصادرات بازی‌های دیجیتال

داشتن ۲۲ میلیون گیمر در ایران که حدود ۲۹ درصد از جمیعت کشور را شامل می‌شود، نسبت به کشورهایی که صاحب صنعت و پیشرو در بازی‌های ویدئویی هستند چندان عجیب نیست، زیرا در آن کشورها تردیک به ۵۰ تا ۴۰ درصد از جمیعت، گیمر هستند. سید محمدعلی سیدحسینی، مدیرعامل دایرک در گفت و گو با کلیک درباره این تعداد گیمر ایرانی می‌گوید: «این تعداد با توجه به جمیعت کشور بازار خوبی محسوب می‌شود و رو به افزایش است و پیش‌بینی می‌شود تا انتهای سال ۱۴۰۰ تعداد بازیکن‌های ایرانی به ۴۲ میلیون برسد» از طرف دایرک، از پاگیر شدن صنعت بازی‌های ویدئویی در ایران خیلی نمی‌گذرد و میانگین سال‌هایی که گیمرهای ایرانی به انجام بازی‌های ویدئویی می‌پردازند شش سال است، در حالی که این میانگین برای گیمرهای آمریکایی به ۱۲ سال می‌رسد. طبق آمارهای منتشر شده توسط دایرک، ۳۷ عنوان بازی ایرانی در آمدزا تا مهر ۹۵ در فروشگاه‌های دیجیتال خارجی انتشار یافته است. همچنین ۱۸ بازی‌ساز ایرانی تا این زمان، بازی در آمدزا خود را در فروشگاه‌های دیجیتال خارجی عرضه کرده اند. ۲۲ تالیر نیز بازی‌های در آمدزا ایرانی را در فروشگاه‌های دیجیتال خارجی نشر داده اند پراسان آمارهای ۵۲ درصد از مجتمع این ناشران، ایرانی و ۴۸ درصد دیگر غیرایرانی بوده اند گفتنی است همه این ناشران ایرانی، بازی‌های ساخت خود را نشر داده اند برای مثال استودیو مدریک، علاوه بر این که سازنده چهار عنوان بازی صادراتی بوده، ناشر این بازی‌ها نیز بوده است. نشر بازی‌ها می‌تواند در آمد هنگفتی برای کشورها داشته باشد که ما هنوز تا رسیدن به درآمد قابل توجه فاصله داریم. تا پایان سال ۹۴ در آمد سالانه ایرانی‌ها از بازی‌های ویدئویی ۱۵۳ میلیون دلار بوده، در حالی که در آمد سالانه آمریکا از بازی‌های ویدئویی به عنوان یکی از قطب‌های نوظهور ۲۲ هزار و ۵۰۰ میلیون دلار عنوان شده است.

هادی جمیعی متفقند، مدیر تظارف بر تحول سازمانی بنیاد ملی بازی‌های رایانه ای در گفت و گو با کلیک درباره فعالیت‌ها و برنامه بنیاد برای حمایت از الصادرات بازی‌ها می‌گوید: «برنامه حمایت از بازی‌های صادرات محور که سال گذشته اسارت آن زده شد، امسال نیز تداوم پیدا کرد و اتفاق خوب آن بود که در سال جاری انتخاب بازی‌های برتر توسط یکی مشتمل از ناشران بین المللی صورت گرفت که دقیقاً می‌توانند برآورده کنند یک بازی تا چه حد در بازار جهان ظرفیت صادرات و موقوفیت خواهد داشت. این جوایز اسال همراه با رویداد بزرگ TGC برگزار شد و سال بعد نیز تداوم خواهد داشت. افزون بر آن، برگزاری رویدادهای بزرگ بین المللی همچون TGC و نیز حمایت از حضور بازی‌سازان مطرح در رویدادهای بین المللی مانند گیمز کام آلمان یا گیم کانکشن فرانسه که به هرچه بینه دیده شدن بازی‌سازان ایرانی کمک می‌کند، از برنامه‌های بنیاد بوده است.» وضعیت بازی‌های رایانه‌ای و کنسولی

مطابق با گزارش هیأتی های ایرانی در بازار جهانی، که توسط دایرک منتشر شده، تا پایان سال ۹۴ به طور تخمینی یک میلیون و ۵۵ هزار دلار صادرات دیجیتالی صورت گرفته که از این میان، ۷۲ درصد در آمددها از بازی‌های پلتفرم رایانه بوده است. این رقم هرچند بزرگ نیست، اما در سال‌های اخیر رشد فرازینده ای داشته است. چهار میلیون و ۷۰۰ هزار نفر از بازیکنان ایرانی، بازی‌های رایانه‌ای بازی می‌کنند. بازیکنان ایرانی، در مجموع ۴۲ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان در سال ۹۴ صرف بازی‌های رایانه‌ای کرده اند. این عدد فارغ از هزینه‌های سخت افزار بوده و فقط پرداخت برای بازی‌ها را دربرمی‌گیرد.

پلتفرم کنسول به لحاظ میزان بازیکنان در مقیاس کشواری سهم تسبیتاً کمتری را به خود اختصاص داده است. به استناد گزارش شرکت معتبر تحقیقات بازار تیلسن در سال ۱۶-۱۷، چین نیز الگوی مشابهی را در میزان استفاده از پلتفرم رایانه‌ای سه گانه برای بازی کردن دارد، در گزارش دایرک امده است: «در چین بیشترین سهم از بازیکنان به وسیله پلتفرم موبایل و سیس پلتفرم موبایل و سیس پلتفرم رایانه و کنسول بازی دیجیتال انجام می‌دهند. مطابق این گزارش این الگو متفاوت از الگوی کشورهای امریکایی لاتین از قبیل برزیل و مکزیک است که در آنها بیشترین سهم بازیکنان به ترتیب متعلق به بازی کردن با پلتفرم کنسول و سیس از آن موبایل و رایانه است. همچنین در کشورهای اروپایی، پلتفرم‌ها به لحاظ میزان و درصد بازیکنان، وضعیت متعادل را به خود می‌یابند.» مدیرعامل دایرک درباره استقبال کمتر از دو پلتفرم رایانه و کنسول در ایران توضیح می‌دهد: «توزيع در بازی‌های بی‌سی و کنسول مناسب نیست. مثلاً بازی‌های مثل سین سیتی، بازی‌های استراتژی و آموزنده هستند که توجه مدیریت بخرا، تفکر انتقادی و حل مساله را اموزش می‌دهند، اما وقتی وارد یک فروشگاه بازی می‌شوید، بازی‌های پرفروش را در ویترین می‌بینید و بازی‌های آموزشی در همه جای دنیا نسبت به بازی‌های تجاری و سرگرم کننده فروش کمتری دارند.» سیدحسینی در پاسخ به این پرسش که چرا مان در ایران بازی‌های تجاری نمی‌سازیم که پشتیبانی هدفی وجود داشته باشد و توان رقابت با بازی‌های روز دنیا را نیز داشته باشد، می‌گوید: «در زمینه بازی‌های موبایل چین بازی‌های ساخته می‌شود، مثلاً در حوزه محیط زیست، آموزش و... ولی بازی‌های بی‌سی و کنسول هزینه زیادی برای تولید نیاز دارند و توزیع آنها نیز در کشور خوب نیست.»

او همچنین اضافه می‌کند: «کیفیت بازی‌های ما مانند آمریکا، فرانسه و زاین نیست، نه به این دلیل که بازی‌سازهای ما بالقوه نمی‌توانند چین بازی‌هایی بسازند، بلکه به این دلیل که هزینه ساخت این بازی‌ها بسیار بالاست و بازی‌های بسیار قوی می‌خواهد که به فروش برود. بحث دیگر بازاریابی است که شرکت‌های بزرگ بازی‌سازی در دنیا بسیار قوی تر روی بازاریابی کار می‌کنند تا یک شرکت مستقل بازی‌سازی در ایران.» او در آخر تاکید می‌کند که ساخت بازی‌های کنسولی در ایران با مشکلات اساسی مواجه است، ولی بزودی دو فروشگاه توزیع دیجیتال با نام‌های «آریو» و «ھیولا» برای بازی‌های بی‌سی راه خواهد آمد (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) افتاد که به این ترتیب واسطه نشر حذف می شود.

ماله گیوه چین

ضمیمه کلیک جام جم

منبع خبر: جام جم کلیک

یک بُرس بازی دیجیتال و دیگر هیچ!

از جمیعت تزدیک، به ۸۰ میلیونی ایران، ۳۹ میلیون و ۱۵۰ هزار تنف آنلاین هستند و کشور ما ۲۳ میلیون گیمر دارد؛ گیمرهایی که از سه پلتفرم رایانه، کنسول و موبایل برای بازی بهره می برند.

این ۲۳ میلیون حدود ۳۹ درصد از جمیعت کل ایران را تشکیل می دهد که ۶۳ درصد مرد و ۳۷ درصد زن هستند و میانگین سنی آنها به ۲۱ سال می رسد اگر تگاهی به میانگین سنی دیگر گیمرهای جهان بیندازیم، متوجه می شویم گیمرهای ایران جوان تر هستند، زیرا این میانگین در ایالات متحده آمریکا ۲۲ سال و در کانادا ۲۵ سال برآورد شده است. در سال های اخیر گیمرهای کشور به بازی روی تلفن های هوشمند روی آورده اند و ۷۷ درصد از جمیعت ۲۳ میلیونی گیمرهای ایرانی از تبلت ها و گوشی های هوشمند برای بازی کردن استفاده می کنند، در حالی که این رقم در آمریکا ۳۶ درصد است. هتما این آمار و ارقام که سال ۹۴ به صورت رسمی از سوی دایرک (مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال) منتشر شده، شما را نیز کنجدکارتر کرده بیشتر درباره گیمرهای ایرانی و هزینه هایی که صرف صنعت بازی در دنیا و ایران می شود بدانید (این پژوهش های پیمایشی هر دو سال یک بار انجام می شود و آخرین آمار منتشر شده تا آخر سال ۱۳۹۴ را دربرمی گیرد) در این گزارش سعی کرده ایم با مراجمه به آمار و ارقام و گفت و گو با کارشناسان، وضعیت صنعت بازی را در کشور بروزی کنیم.

صادرات بازی های دیجیتال

داشتن ۲۳ میلیون گیمر در ایران که حدود ۳۹ درصد از جمیعت کشور را شامل می شود نسبت به کشورهایی که صاحب صنعت و پیشو در بازی های ویدئویی هستند چندان عجیب نیست، زیرا در آن کشورها تزدیک به ۴۰ تا ۵۰ درصد از جمیعت، گیمر هستند. سید محمدعلی سیدحسینی، مدیرعامل دایرک در گفت و گو با کلیک درباره این تعداد گیمر ایرانی می گوید: «این تعداد با توجه به جمیعت کشور بازار خوبی محاسب می شود و رو به افزایش است و پیش بینی می شود تا انتها سال ۱۴۰۰ تعداد بازیکن های ایرانی به ۴۲ میلیون برسد» از طرف دیگر، از پاکیز شدن صنعت بازی های ویدئویی در ایران خلی نمی گذرد و میانگین سال هایی که گیمرهای ایرانی به انجام بازی های ویدئویی می پردازند شش سال است، در حالی که این میانگین برای گیمرهای آمریکایی به ۱۲ سال می رسد طبق آمارهای منتشر شده توسط دایرک، ۳۷ عنوان بازی ایرانی در آمدزا تا مهر ۹۵ در فروشگاه های دیجیتال خارجی انتشار یافته است. همچنین ۱۸ بازی‌ساز ایرانی تا این زمان، بازی درآمدزای خود را در فروشگاه های دیجیتال خارجی عرضه کرده اند. ۲۲ ناشر نیز بازی های درآمدزای ایرانی را در فروشگاه های دیجیتال خارجی نشر ناده اند. براساس آمارها، ۵۲ درصد از مجموع این ناشران، ایرانی و ۴۸ درصد دیگر غیرایرانی بوده اند. گفتنی است همه این ناشران ایرانی، بازی های ساخت خود را نشر ناده اند. برای مثال استودیو مدریک، علاوه بر این که سازنده چهار عنوان بازی صادراتی بوده، تا این بازی های نیز بوده است.

نشر بازی ها می تواند درآمد هنگفتی برای کشورها داشته باشد که ما هنوز تا رسیدن به درآمد قابل توجه فاصله ناریم. تا پایان سال ۹۴ درآمد سالانه ایرانی ها از بازی های ویدئویی ۱۵۳ میلیون دلار بوده، در حالی که درآمد سالانه آمریکا از بازی های ویدئویی به عنوان یکی از قطب های نوظهور ۲۳ هزار و ۵۰۰ میلیون دلار عنوان شده است.

هادی جمفری منفرد، مدیر نظرارت بر تحول سازمانی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گفت و گو با کلیک درباره فعالیت ها و برنامه بنیاد برای حمایت از صادرات بازی ها می گوید: «برنامه حمایت از بازی های صادرات محور که سال گذشته استارت آن زده شد، امسال نیز تداوم پیدا کرد و اتفاق خوب آن بود که در سال جاری انتخاب بازی های برتر توسط تیمی مشکل از ناشران بین المللی صورت گرفت که دقیقاً می تواند برآورد کنند یک بازی تا چه حد در بازار جهان خلریخت صادرات و موقعیت خواهد داشت. این جوایز اسال همراه با رویداد بزرگ **TGC** برگزار شد و سال بعد نیز تداوم خواهد داشت. افزون بر آن، برگزاری رویدادهای بزرگ بین المللی **TGC** و نیز حمایت از حضور بازی‌سازان مطرح در رویدادهای بین المللی گیمزکام آلمان یا گیم کانکشن فرانسه که به هرچه بهتر دیده شدن بازی‌سازان ایرانی کمک می کند، از برنامه های بنیاد بوده است.

وضعیت بازی های رایانه ای و کنسولی

طبقاً با گزارش «بازی های ایرانی در بازار جهانی» که توسط دایرک منتشر شده، تا پایان سال ۹۴ به طور تخمینی یک میلیون و ۲۳۵ هزار دلار صادرات دیجیتالی صورت گرفته که از این میان، ۷۲ درصد درآمدها از بازی های پلتفرم رایانه بوده است. این رقم هرچند بزرگ نیست، اما در سال های اخیر رشد فرازینده ای داشته است. چهار میلیون و ۷۰ هزار تنف از بازی‌کنان ایرانی، بازی های رایانه ای بازی می کنند بازی‌کنان ایرانی، در مجموع ۴۲ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان در سال ۹۴ صرف بازی های رایانه ای کرده اند. این عدد فارغ از هزینه های سخت افزار بوده و فقط پرداخت برای بازی ها را دربرمی گیرد.

پلتفرم کنسول به لحاظ میزان بازی‌کنان در مقیاس کشوری سهم نسبتاً کمتری را به خود اختصاص داده است. به استناد گزارش شرکت معتبر تحقیقات بازار نیلسن در سال ۹۶، ۲۰٪ چین نیز الگوی مشابهی را در میزان استفاده از پلتفرم های سه گانه برای بازی کردن دارد، در گزارش دایرک آمده است: «در چین بیشترین سهم از بازی‌کنان به وسیله پلتفرم موبایل و سیس پلتفرم های رایانه و کنسول بازی دارد، در گزارش دایرک آمده است: «در چین بیشترین سهم آمریکایی لاتین از قبیل برزیل و مکزیک است که در آنها بیشترین سهم بازی‌کنان به ترتیب متعلق به بازی کردن با پلتفرم کنسول و سی از آن موبایل و رایانه است. همچنین در کشورهای اروپایی، پلتفرم ها به لحاظ میزان و درصد بازی‌کنان، وضعیتی متعادل را به خود می بینند». مدیرعامل دایرک (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) درباره استقبال کمتر از دو پلتفرم رایانه و کنسول در ایران توضیح می دهد: «توزيع در بازی های بی سی و کنسول مناسب نیست، مثلاً بازی های مثل سین سیتی، بازی های استراتژی و آموزنده هستند که تجربه مدیریت بحران، تفکر انتقادی و حل مساله را آموزش می دهند، اما وارد یک فروشگاه بازی می شود؛ بازی های پرفروش را در وبترین می بینید و بازی های آموزشی در همه جای دنیا نسبت به بازی های تجاری و سرگرم کننده فروش کمتری دارند.» سیدحسینی در پاسخ به این پرسش که چرا ما در ایران بازی های تجاری نمی سازیم که پشتیش هدفی وجود داشته باشد و توان رقابت با بازی های روز دنیا را نیز داشته باشد می گوید: «در زمینه بازی های موبایلی چنین بازی های ساخته می شود، مثلاً در حوزه محیط زیست، آموزش و ... ولی بازی های بی سی و کنسول هزینه زیادی برای تولید نیاز دارند و توزیع آنها نیز در کشور خوب نیست.» او همچنین اضافه می کند: «کیفیت بازی های ما مانند آمریکا، فرانسه و ژاپن نیست، نه به این دلیل که بازی‌سازهای ما بالقوه نمی توانند چنین بازی هایی بسازند، بلکه به این دلیل که هزینه ساخت این بازی های سیار بالاست و بازاری پسیار قوی می خواهد که به فروش برود، بحث دیگر بازاریابی است که شرکت های بزرگ بازی‌سازی در دنیا بسیار قوی تر روی بازاریابی کار می کنند تا یک شرکت مستقل بازی‌سازی در ایران.» او در آخر تأکید می کند که ساخت بازی های کنسولی در ایران با مشکلات اساسی مواجه است، ولی بزودی دو فروشگاه توزیع دیجیتال با نام های «آریو» و «ھیولا» برای بازی های بی سی راه خواهد افتاد که به این ترتیب واسطه نشر حذف می شود.

مانند گیوه چین
ضمیمه کلیک جام جم

نقش نظارتی والدین در کاهش آسیب بازی های رایانه ای غیرمجاز

۶۱

ارومیه- ایرنا- بازی های رایانه ای غیرمجاز که گاه و بیگاه در گوش و کتاب دنیا قربانی می گیرد، کاربران را در دنیایی از فضاسازی های منفی قرار داده است و آسیب های ناشی از آن تنها در سایه توجه بیش از پیش به نقش نظارتی والدین در گزینش و خرید این بازی ها کاهش می یابد.

به گزارش ایرنا به نقل از کارشناسان ذیربط همه بازی های رایانه ای مشکل ساز نیست اما کاربران در بیشتر موارد بدون توجه به مجاز بودن بازی های رایانه ای نسبت به گزینش، خرید یا بارگذاری این بازی ها از طریق اینترنت اقدام می کنند. بر این اساس در جستجوی راهکارهای کاهش آسیب های این بخش باید در بیشتر موارد توب بازی را به زمین والدین اندادخت زیرا تصاویر جذاب، پرتحرک و صدای های مهیج بازی های غیرمجاز، دنیایی از هیجان را به کودکان پر جنب و جوش ارزانی کرده است تا کشتن دشمن خیالی جای بازی های اجتماعی کودکان را بگیرد.

یک مشاور کودک و خانواده معتقد است که افزایش پرخاشگری و لذت بردن از خشونت، تیجه استفاده افرادی از رایانه در دنیای کوتاهی است و بازی های رایانه ای غیرمجاز، خشونت را بیشتر از بازی های مجاز به کاربران تعریف می دهد. به گفته مصطفی محمدی، محتواخانه خشن برخی از این بازی های غیرمجاز به گونه ای است که بجهه ها به صورت گروهی یا فردی در بی ضریب زدن، متأثر کردن، له کردن و تایوی بر می آیند.

وی افزود: اگر به چهره کاربران هنگامی که در بازی و در برابر رقیب تصویری خود یا مانع فیزیکی گرافیکی قرار می گیرند نگاه کنید، به راحتی آثار خشم توازن با اضطراب را می بینید.

وی با تأکید بر نقش نظارتی والدین در این بخش، ادامه داد بعضی از بجهه ها از این حالت هم فراتر می روند و ناخواسته فریاد می کشند که این حالت از نظر روانی به تدریج در ذهن و روح بجهه ها باقی می ماند و در رفتارهای روزمره آنان مشاهده می شود.

یک روانپژوه نیز معتقد است که افزایش خشونت، محدود کردن خلاقیت و کم تحرکی سه عارضه مهم استفاده بیش از حد از بازی های رایانه ای است و این بازی ها به علت چارچوب و طراحی محدودی که دارند، نمی توانند به اندازه لازم و کافی در پرورش خلاقیت های کودکان مؤثر باشند.

مریم رسمنی اضافه کرد کودکانی که به طور مداوم با این بازی ها درگیر هستند، درونگار و در برقراری ارتباط اجتماعی با دیگران ناتوان می شوند. متخصصین بیماری های چشم نیز آسیب های جسمانی بازی های رایانه ای را غیرقابل جبران می داند و معتقد است که این بازی ها در یک مدت طولانی، تهدیدی جدی بر سلامت کودکان به شمار می روند.

دکتر عابد فتحی ادامه داد: کاربران با غرق شدن در دنیای پرهیجان بازی های رایانه ای از لحاظ بینایی و ذهنی بر خود فشار می آورند و والدین باید در سایه افزایش نظارت از آسیب های ناشی از این بازی ها بگاهند.

استاد حوزه و دانشگاه نیز نگاه فرهنگی به بازی های رایانه ای را نوک پیکان بازی های رایانه ای مقدسات دینی را نشانه گرفته است و کودک با یک کلیک وارد دنیای دیگری می شود.

حاجت الاسلام علی میرزاچی افزود: تولید کنندگان بازی های رایانه ای با پشتیبانی برخی از کشورهای استکباری به صورت بسیار ماهرانه و با تکیه بر کارهای مطالعاتی و تحقیقاتی، برای تاییز گذاشی بر روی اختنادات کودکان و نوجوانان تلاش می کنند.

وی ادامه داد: تصویر وارونه تشن دادن از ائمه اطهار و به ویژه امیر المؤمنین(ع)، امام زمان(ع)، میازدان انقلابی و نیروهای حزب الله بخشی از موضوع بازی های رایانه ای غیرمجاز است.

رحمان اسدی، کارشناس علوم تربیتی نیز معتقد است که تحریم کودکان و نوجوانان از بازی های رایانه ای درست نیست زیرا جنبه آموزش و (ادامه دارد...)

(ادامه خبر) - عملی آن روز به روز افزایش می‌باشد و اگر کودکان در داخل منزل محروم شوند، در بیرون از منزل و در کافی نت ها، منازل دوستان یا جاهای دیگر به این بازی ها می‌پردازند.

این کارشناس اخهار کرد: بازی های رایانه ای به شرطی که خانواده و آموزش و پرورش وظایف نظارتی خود را فراموش نکنند، یک فرصت است. وی یکی از دلایل ضعف نظارتی والدین در امر بازی های رایانه ای را کم اطلاعی و بی اطلاعی خانواده ها عنوان کرد و با پرداختن به مزایای بازی های رایانه ای مجاز گفت: بازی های رایانه ای مجاز قرایب زادگیری را آسان و توجه نوجوانان را جلب می کند.

وی ادامه داد: پرخی از این بازی های رایانه ای به کاربران می آموزد که زودتر سلامتی خود را بازیابند و برخی دیگر به کودکان و نوجوانان مبتلا به بیماری های چون «فلج منزی» یا «ناسایی در تشخیص واژه ها» کمک می کنند.

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان غربی نیز آسیب های اجتماعی و به ویژه آسیب های تاثی از بازی های رایانه ای را از دفعه های مقام معظم رهبری عنوان می کند و معتقد است که اگر این مهم مورد توجه قرار نگیرد، تعطیلات تاثی از این بازی ها بینان سیاری از خانواده ها را سست می کند.

حجت الاسلام محمد باقر کریمی بیان اینکه همه بازی های رایانه ای مشکل افرین نیست، اضافه کرد: بازی های رایانه ای غیرمجاز حقیقت در کشورهای عربی و غربی را می‌شینند زیرا ۲۰ سال ممتوّع اعماق شده است و والدین باید در این خصوص بیش از پیش دست به کار شوند.

وی اخهار کرد: پیش از این ۷۰ نسخه از بازی رایانه ای غیر قابل تولید و توزیع بیش از این در ارومیه تولید می شد که با تلاش های کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی و اطلاع رسانی به نهادهای مریبوطه، جمع آوری شد.

وی افزود: آذربایجان غربی پیشتر در بحث بازی های رایانه ای وضعیت بسیار تامل‌طلبی داشت اما در زمان حاضر این استان جزو استان های برتر در مقابل بازی های رایانه ای غیرمجاز به شمار می رود.

به گزارش ایرنا بازی های رایانه ای در دنیای امروز بخشی از زندگی کودکان و نوجوانان را تشکیل داده است و تحریم این بازی ها چندان قابل قبول و مورد پذیرش نیست.

نتایج پیمایش بنیاد ملی بازی های رایانه ای کشور، آمار کاربران در سال ۱۳۹۴ را حدود ۲۳ میلیون نفر معرفی کرده است که حدود نیمی از این افراد (۵۳ درصد) به طور مستمر و بیشتر اوقات مشغول این بازی بوده اند.

بر اساس نتایج اولیه گوشی هوشمند و تبلت محبوب ترین وسائل بازی رایانه ای در میان کاربران ایرانی است و ۷۷ درصد کاربران ایرانی بازی های رایانه ای از تلفن هوشمند استفاده می کنند.

۲۰۷۲ / ۸۱۲۵

** گزارش: شهین بیداری ** انتشار: علیرضا فولادی

گزارش ایرانی آریا

استقبال ایرانی ها از بازی های موبایلی (۱۳۹۴-۱۳۹۵)

خبرگزاری آریا - گزارش آماری شرکت Superdata نشان می دهد در سال ۲۰۱۶ درآمد بازی های موبایلی در دنیا، میانلی ۴۰ میلیارد دلار بوده که بیشترین

سهم نیز با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار قاره آسیاست.

براساس این گزارش، تعداد تقریبی بازیکنان موبایلی در دنیا ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ است که به طور میانگین حدود ۳۰ دقیقه در روز بازی می کنند.

طبق گزارش دایرک، تقریباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۶ در کشور وجود دارد که به طور میانگین روزانه ۷۴ دقیقه بازی می کنند. یعنی میانگین روزانه ما در بازی های موبایلی از میانگین دنیا بیشتر است. همچنین بازیکنان ایرانی، در مجموع ۱۲۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را در سال ۹۶ صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد، هزینه های ساخت افزار را دربرمی گیرد و فقط شامل پرداخت برای بازی ها می شود. جالب این که اگر به تفکیک سنی آمار به دست آمده نگاه کنیم بیش از ۵۵ درصد کهنسالان، خریدار هستند.

توجه به رده بندی سنی

آمارها نشان می دهند توجه به نشان رده بندی سنی در کشور رو به رشد است. در میان بازی بازان موبایلی، میزان توجه به رده بندی سنی به این تفکیک است: ۴۱ درصد توجه زیادی دارند.

۳۴ درصد تاحدودی توجه دارند و ۲۵ درصد اصلاً توجهی ندارند.

هادی جنفی منفرد، مدیر نظرات بر تحول سازمانی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گفت و گو با کلیک درباره توجه به این رده بندی ها می گوید: «این مورد بسیار حائز اهمیت است که خانواده ها با مفهوم رده بندی سنی و ضرورت آن آشنا باشند و توجه به رده مناسب بازی برای هر گروه سنی داشته باشند، به همین دلیل راه اندازی وسایت اسرا از برنامه های جدی بنیاد در سال جاری بوده که تسعیه آزمایشی آن به بهره برداری رسیده و در حال انجام تست های مختلف برای نسخه نهایی آن هستیج که امیدواریم این مهم در فصل جاری اتفاق بیافتد. در این سایت خانواده ها با مفهوم رده بندی و ضرورت آن آشنا می شوند و همچنین بازی های مناسب برای هر رده سنی به همراه اطلاعات کامل آن و توصیه هایی کارشناسان نظام رده بندی را مشاهده خواهند کرد.»

بازی های دیجیتال؛ سومین رسانه بالهیئت

با نگاه به پنجم رسانه بالهیئت برای بازی بازان موبایلی کشور (چه مرد، چه زن) می بینیم هر دو گروه بازی های دیجیتال را به عنوان سومین رسانه ای که برایش وقت می گذراند انتخاب کرده اند.

این جایگاه بازی های دیجیتال در میان بازی های دیجیتال در کتاب «جهت چشم»، روزنامه و مجله قرار گرفته است، نشان می دهد باید (ادامه دارد...)

(ادامه خبر) – مواخذه محتواي که در قالب آن عرضه می شود بود. سید حسیني، مدیرعامل دايرک در مورد اين نگرانی می گويد: «چون بازی های موبایلی توزيع ديجيتال دارد، بخلاف بازی های پی سی و کنسولی که بيشتر فيزیکی توزيع می شوند، نظارت بر بازی های موبایلی بحث است. از طرف دیگر بازی های موبایلی به دليل گرافيک و داستان پردازی ساده تر، خيلي محتواي آسيب رسان ندارند. بسياری از بازی های ايراني مطابق با فرهنگ ما ساخته می شود، به همين دليل محتواي مفید در آنها زياد است. از طرف دیگر بحث بازی های جدي (بازی های که با هدف اوليه غير از سرگرمی صرف ساخته می شوند) مطرح شده که ما هم سمي کردیم آنها را برای همه پلتفرم ها در قالب مسابقات مطرح کيم.»

انسان تنهای

در حالی که دليل اصلی بيشتر بازی بازان کودک و توجه برای بازی است، جوانان، میاسلان و کهنسالان برای پر کردن اوقات تنهایی به بازی روی می آورند. از سوی دیگر يكی از اراداتی که به بازی ها گرفته می شود این است که انسان ها را تهاتر می کنند، ولی آمارها نشان می دهد ۴۹ درصد از گيمرهای ايراني با دیگران بازی می کنند و با توجه به اين که اين آمار در ایالات متحده آمريكا ۵۴ درصد است، چندان وضعیت مقاومتی با دنيا نداريم. سید حسیني، مدیرعامل دايرک در اين باره توضیح می دهد: «ماهیت رسانه ای جدي داشت که گونه ای است که سعی می کنند ارتباطات را افزایش دهند، ولی از روما كیفیت ارتباطات افزایش تعی يابد. غنای رسانه ای (ابزارهایی که در ارتباطات توافقه کرد) در بازی ها یا شبکه های اجتماعی سیار كمتر است. به عنوان مثال شما احساسات را به صورت رو در رو بهتر می توانید منتقل کيد، ولی در شبکه های اجتماعی بيشتر به وسیله اموجی ها (شكل ها) می توانید اين کار را انجام دهيد. بنابراین در رسانه های مانند بازی های ديجيتال هرچند كمیت بالاتر است، اما سطح ارتباطات کاهش يبدا می کند. تلویزیون نیز به همين شکل عمل می کند، در گذشته افراد وقتی دور هم می نشستند با یك گذگر صحبت می گردند، ولی اکنون دور هم می نشینند و سریال نگاه می کنند. بازی های ديجيتال انواع مختلفی دارند و آنهاي که بازی های آنالاین انجام می دهند، با بازيکنان آنالاین دیگر که معمولاً نمی شناسند بازی می کنند. عده دیگري بازی های چند نفره با کنسول خانگی انجام می دهند که كیفیت ارتباط در آن بهتر است. حتی تحقیقات نشان می دهد اين بازی ها در تحکیم روابط خانوادگی نیز موثر است. بسياری از بازی های موبایلی به صورت آنالاین و خانوادگی انجام می شوند، هملاً بازی ايراني کوبيز او گينگز در جمع خانوادگی نیز طرفدار دارد.»

چه برنامه ای برای آينده داریم؟

با توجه به درآمدزا بودن صنعت بازی در دنيا و تاثير آن در آموزه ها و تفکر افراد، اگر از آن غافل شويم، هم فرهنگ و هم حجم زیادي از سرمایه خود را از دست داده ايم، بنابراین لزوم داشتن يك برنامه منسجم برای ورود به صنعت بازی در ايران لمس می شود.

هادی جعفری منفرد، مدیر نظارت بر تحول سازمانی درباره برنامه های بنیاد ملی بازی های راياني ای می گويد: «بشياد در سال جاري دو برنامه کلان را در کنار برنامه هایي که سال گذشته داشته بیگيري می کند، در واقع علاوه بر برنامه های حمایت از بازی های صادرات محور که از سال پيش شروع شد امسال در نظر داريم سند جامع حمایت از بازی های راياني ای را تدوين و تهابي كيم (تحت عنوان هرم حمایت) به گونه ای که حمایت از بازی های بازیگران کاملاً شابطه مند، جامع و تعالي بخش باشد که با اجرائي شدن آن از سال آينده اميدواريم تحولی در حمایت از بازی های رخ دهد.» او در ادامه ضمن اشاره به توزيع بازی های PC از طريق پست ديجيتال می گويد: «برای تحریک تقاضا سمت مصرف کننده هم لازم است اقدامات لازم صورت گيرد به همين دليل طراحی كمپین حمایت از بازی های ايراني را نيز در دستور کار داريم.»

ضميمه كليک جام جم

منبع خبر: جام جم كليک

جام جم آنلайн

استقبال ايراني ها از بازی های موبایلی

گزارش آماري شركت Superdata نشان می دهد در سال ۲۰۱۶ درآمد بازی های موبایلی در دنيا، معادل ۶۰ ميليارد دلار بوده که بيشترین سهم نيز با درآمد تخميني ۲۴.۸ ميليارد دلار در اختيار قاره آسياست.

براساس اين گزارش، تعداد تقریبی بازيکنان موبایلی در دنيا ۲ ميليارد و ۸۰۰ ميليون نفر در سال ۲۰۱۶ است که به طور ميانگين حدود ۳۰ دقیقه در روز بازی می کنند.

طبق گزارش دايرک، تقریباً ۲۰ ميليون و ۵۰۰ هزار نفر بازيکنان موبایلی در سال ۹۶ در کشور وجود دارد که به طور ميانگين روزانه ۷۴ دقیقه بازی می کنند. يعني ميانگين روزانه ما در بازی های موبایلی از ميانگين دنيا بيشتر است. همچنین بازيکنان ايراني، در مجموع ۱۲۹ ميليارد و ۹۰۰ ميليون تoman را در سال ۹۶ صرف بازی های موبایلی کرده اند. اين عدد، هزينه های سخت افزار را دربرتاري گيرد و فقط شامل پرداخت برای بازی ها می شود. جالب اين که اگر به تفکيک سنی آمار به دست آمده نگاه كنیم ييش از ۵۵ درصد انسان های موبایلی، خريبار هستند.

توجه به رده بندی سنی

آمارها نشان می دهند توجه به نشان رده بندی سنی در كشور رو به رشد است. در ميان بازی بازان موبایلی، ميزان توجه به رده بندی سنی به اين تفکيک است: ۴۱ درصد توجه زیادي دارند.

۳۴ درصد تاحدودي توجه دارند و ۲۵ درصد اصلاً توجهی ندارند.

هادی جعفری منفرد، مدیر نظارت بر تحول سازمانی بنیاد ملی بازی های راياني ای در گفت و گو با كليک درباره توجه به اين رده بندی ها می گويد: «اين مورد بسيار حائز اهمیت است که خانواده ها با مفهوم رده بندی سنی و ضرورت آن آشنا باشند و توجه به رده مناسب بازی برای هر گروه سنی داشته (ادامه دارد...)»

(ادامه خبر...) باشد، به همین دلیل راه اندازی وسایت اسرا از برنامه های جدی بسیار در سال جاری بوده که نسخه آزمایش آن به پهنه برداری رسیده و در حال انجام تست های مختلف برای نسخه نهایی آن هستیم که امیدواریم این مهیه در فصل جاری اتفاق بیافتد در این سایت خاتواده ها با مفهوم رده بندی و ضرورت آن آشنا می شوند و همچنین بازی های مناسب برای هر رده سنی به همراه اطلاعات کامل آن و توصیه های کارشناسان نظام رده بندی را مشاهده خواهند کرد.»
بازی های دیجیتال؛ سومین رسانه باهمیت
با نگاه به پنج رسانه باهمیت برای بازی بازان موبایلی کشور (چه مرد، چه زن) می بینیم هر دو گروه بازی های دیجیتال را به عنوان سومین رسانه ای که برایش وقت می گذراند انتخاب کرده اند.

این جایگاه بازی های دیجیتال در میان بازی بازها که حتی جلوتر از کتاب، سینما، روزنامه و مجله قرار گرفته است، تشنان می دهد باید مواطن محتواهی که در قالب آن عرضه می شود بود. سید حسینی، مدیرعامل دایرک در مورد این نگرانی می گوید: «بجز بازی های موبایلی توزیع دیجیتال دارند، برخلاف بازی های بین سی و کنسولی که بیشتر فیزیکی توزیع می شوند، نظرارت بر بازی های موبایلی بهتر است. از طرف دیگر بازی های موبایلی به دلیل گرافیک و داستان بردازی ساده تر، خیلی محتوای اسیب رسان ندارند. بسیاری از بازی های ایرانی مطابق با فرهنگ ما ساخته می شود، به همین دلیل محتوای مفید در آنها زیاد است. از طرف دیگر بحث بازی های جدی (بازی هایی که با هدف اولیه غیر از سرگرمی صرف ساخته می شوند) مطرح شده که ما هم سعی کردیم آنها را برای همه پلتفرم ها در قالب مسابقات مطرح کنیم.»

انسان تنها

در حالی که دلیل اصلی بیشتر بازی بازان کودک و توجه بازی کردن، لذت بخش بودن بازی است، جوانان، میانسالان و کهنسالان برای پر کردن اوقات تنهایی به بازی روی می اورند. از سوی دیگر یکی از ایراداتی که به بازی ها گرفته می شود این است که انسان ها را تهاتر می کنند، ولی آمارها نشان می دهد ۴۹ درصد از گیمرهای ایرانی با دیگران بازی می کنند و با توجه به این که این آمار در ایالات متحده آمریکا ۵۴ درصد است، چندان وضیعت متفاوتی با دنیا نداریم. سید حسینی، مدیرعامل دایرک در این باره توضیح می دهد: «مامهیت های جدی به گونه ای است که سعی می کنند ارتباطات را افزایش دهند، ولی لزوماً کیفیت ارتباطات افزایش نمی یابد. غنای رسانه ای (ایزارهایی که در ارتباط می توان استفاده کرد) در بازی ها یا شبکه های اجتماعی بسیار کمتر است. به عنوان مثال شما احساسات را به صورت رو در رو بهتر می توانید منتقل کنید، ولی در شبکه های اجتماعی بیشتر به وسیله اموجی ها (شکل ها) می توانید این کار را انجام دهید. بنابراین در رسانه هایی مانند بازی های هرچند کیفیت بالاتر است، اما سطح ارتباطات کاهش پیدا می کند. تلویزیون نیز به همین شکل عمل می کند، در گذشته افراد وقتی دور هم می نشستند با یکدیگر صحبت می کردند، ولی اکنون دور هم می نشینند و سریال نگاه می کنند بازی های دیجیتال انواع مختلفی دارند و آنها باید بازی های آنلاین انجام می دهند، با بازیکنان آنلاین دیگر که معمولاً نمی شناسند بازی می کنند. عده دیگری بازی های چند نفره با کسول خانگی انجام می دهند که کیفیت ارتباط در آن بهتر است. حتی تحقیقات نشان می دهد این بازی ها در تحکیم روابط خانوادگی نیز موثر است. بسیاری از بازی های موبایلی به صورت آنلاین و خانوادگی انجام می شوند، مثلاً بازی ایرانی کوییز او کینگز در جمع خانوادگی نیز طرفدار دارد.»

چه برنامه ای برای آینده داریم؟

با توجه به درآمدزا بودن صنعت بازی در دنیا و تاثیر آن در آموزه ها و تفکر افراد اگر از آن غافل شویم، هم فرهنگ و هم حجم زیادی از سرمایه خود را از دست داده ایم، بنابراین لزوم داشتن یک برنامه منسجم برای ورود به صنعت بازی در ایران لمس می شود.

هادی جهفری منفرد، مدیر تضارب بر تحول سازمانی درباره برنامه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای می گوید: «بسیار در سال جاری دو برنامه کلان را در کنار برنامه هایی که سال گذشته داشته بیگیری می کند، در واقع علاوه بر برنامه های حمایت از بازی های صادرات محور که از سال پیش شروع شد امسال در نظر داریم سند جامع حمایت از بازی های رایانه ای را تدوین و تهییم کنیم (تحت عنوان هرم حمایت) به گونه ای که حمایت از بازیکنان کاملاً خابطه مند، جامع و تعالی بخش باشد که با اجرایی شدن از سال آینده امیدواریم تحولی در حمایت از بازیکنان رخ دهد.» او در ادامه ضمن اشاره به توزیع بازی های PC ایرانی را نیز در دستور کار داریم.»

ضمیمه کلیک جام جم

click

لزوم افزایش سطح کیفی بازی های جدی ایرانی

رسانه کلیک - دبیر کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال گفت: بازی برتر در مسابقه جایزه بازی های جدی ۲۰ میلیون تومان جایزه دریافت خواهد کرد. سید محمدعلی سیدحسینی، مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به اینکه این مسابقه در حاشیه کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال برگزار می شود، گفت: بازی های جدی هدف خاصی را دنبال می کنند و در کنار جذابیتش که دارد برای مصارف خاصی مثل آموزش، سلامت، تبلیغات و غیره طراحی می شوند.

وی افزود: برای ارتقا سطح این نوع از بازی ها در کشور، بنیاد ملی بازی های رایانه ای تصمیم دارد تا با برگزاری مسابقه جایزه بازی های جدی هم بازی سازان را تشویق به فعالیت در این بخش کند و هم جامعه و مستولان نهادهای مختلف را این دست از بازی ها بیشتر آشنا کند. سید حسینی درباره اهداف برگزاری این مسابقه گفت: مسابقه جایزه بازی های جدی به منظور شناسایی و حمایت از بازی سازان فعال در این حوزه با رویکرد توسعه این بخش است و هدف دیگر آن اتصال دانشگاه، صنعت و تقویت این دو برای تجاری سازی بازی های جدی است. وی بیان کرد: تحول در نظام های آموختن، درهای اجتماعی و الگوسازی برای جوانان در زمینه توسعه بازی های جدی با معرفی و حمایت از بازی سازان فعال از دیگر اهداف این مسابقه است. (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) سید حسینی با اشاره به اینکه جلب سرمایه گذاران برای تامین بحث مالی این نوع از بازی ها یکی دیگر از اهداف این رقابت است، گفت: ترویج تنگاه کارآمد به مقوله بازی در میان سیاست گذاران، مصرف کنندگان و سایر مخاطبان صنعتی نیز می توان از دیگر موارد تأثیرگذاری این مسابقه باشد.

مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره نحوه برگزاری این رقابت ها اظهار داشت: فراخوان این مسابقه از اول مهرماه آغاز شده است و علاقه مندان به شرکت در آن می توانند تا ۳۰ مهرماه، بازی های خود را به دیبرخانه این مسابقه ارسال کنند و بخش داوری بازی ها نیز در سوم آذرماه در حاشیه کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال برگزار خواهد شد.

وی تصریح کرد: همانطور که گفته شد سازندگان بازی برتر این رقابت برنده جایزه ۲۰ میلیون تومانی خواهند بود که ممکن است بخشی از آن به طور نقدی و بخش از آن به صورت انتبار در اختیار بازی سازان قرار گیرد.

سید حسینی اضافه کرد: در حال حاضر فقط برای برترین اثر جایزه درنظر گرفته شده است؛ اما اگر بازی های خوبی وارد این رقابت شوند، برای رتبه های دوم و سوم نیز جوابزی در نظر گرفته خواهد شد.

مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه توضیحاتش گفت: نکته مهمی که وجود دارد این است که الزامی نیست که بازی ها به طور کامل ساخته شده باشند و محصولاتی که طراحی آن ها هنوز کامل نشده است و در مرحله دمو قرار دارند نیز می توانند در این رقابت شرکت کنند.

وی ادامه داد: نظر به اینکه نخستین دوره مسابقه «جایزه بازی های جدی» است، هیچ محدودیت برای زمان ساخت بازی ها درنظر گرفته نشده است یعنی اگر اتری به عنوان مثال ۱۰ سال پیش نیز ساخته شده باشد می تواند در این مسابقه شرکت کند.

سید حسینی افزود: این مسابقه ۶ بخش اصلی دارد که بازی سازان باید به آن می توانند آثار خود را ارسال کنند. البته یک بخش هشتم نیز با عنوان «سایر» درنظر گرفته شده است که اگر بازی هایی با موضوعات خاص شرکت کردن در این بخش گنجانده شوند.

بخش های اصلی این مسابقه جایزه بزرگ به شرح ذیل است:

آموزش نظریه امپهیت غوطه و رسانی بازی های دیجیتال، کمک می کند تا از ظرفیت این بازی ها برای آموزش علمی و نظری در دوره پیش از مدرسه، مدرسه و دانشگاه استفاده شود. دامنه این آموزش ها از آموزش علوم پایه مثل ریاضی و فیزیک تا آموزش زبانهای خارجی تا مبانی نظری مرتبط با شاخه های مختلف علمی گسترده است.

آموزش مهارت های دیجیتال می توان برای کسب مهارت های مختلف استفاده نمود. مهارت های فنی، شخصی، فرهنگی، مذهبی، سیاسی، نظامی، شغلی، اجتماعی و غیره همگی از این دست هستند. این مهارت ها از آموزش مهارت دفاع نظامی، مدیریت بحران در شرایط جنگ، پایابی طبیعی و غیره، انجام مشاغل گوناگون و برقراری ارتباطات میان فردی تا نحوه صحیح خواندن نماز و آموزش مسواک زدن به کودکان را در بر می گیرند.

تبلیغات و افناع بازی های دیجیتال می توان برای تبلیغات استفاده کرد. اگرچه در اینجا منظور از تبلیغات، درآمدزایی به کمک تبلیغ نیست. بلکه ساخت بازی از ابتدا، برای تبلیغ یک موضوع مثل یک برنده یا محصول تجاری، یک شخصیت سیاسی، ترویج مذهبی و غیره است.

اصلاحات اجتماعی و ترویج رفتارهای جامعه پسند هر جامعه ای برای رشد، نیاز به الگوسازی برای پیشود و یا تغییر وضعیت اجتماعی خود دارد. به کمک بازی های دیجیتال می توان در حوزه های گوناگون اجتماعی مانند مسئله محیط زیست، حفاظت از میراث فرهنگی، پیدائش عمومی، مسئولیت پذیری اجتماعی، تغییر رفتارهای اجتماعی و غیره اصلاحات انجام داد.

تدریستیهندف از ساخت برخی بازی های جدی این است که از طریق سرگرمی، ازمشکلاتی مانند چاقی، دیابت، اعیاد و ... جلوگیری کرده و با اینه رژیم های غذایی صحیح و تمرین های ورزشی روزانه، تدریستی و تناسب اندام را ترویج دهنده و بازی هایی که باعث تداوم سلامتی افراد می شوند. درمان و توانبخشی های دیجیتال ابزاری اریختش برای درمان و توانبخشی هستند. در حال حاضر از بازی هایی جدی برای درمان بیماری هایی مثل سرطان، اوتیسم، افسردگی، فوبيا و بساري از دیگر بیماری های روانی و جسمانی و همچنین توانبخشی به قربانیان سکته مغزی، اختلالات ذهنی و حرکتی و ... استفاده می شود.

علاقه مندان به شرکت در این مسابقه می توانند با مراجعته به آدرس اینترنتی <https://evnd.co/esf41> اقدام به ثبت نام و ارسال آثار خود کنند. شایان ذکر است: دیبرخانه مسابقه «جایزه بازی های جدی» با شماره تلفن ۰۲۲۱۰۲۲۲ و داخلی های ۳۴۱، ۳۴۲، ۳۴۳ و ۳۴۵ آماده پاسخگویی به سوالات علاقه مندان و شرکت کنندگان در این رویداد است.



دیبر کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال: سطح کیفی بازی های جدی ایرانی باید افزایش یابد (۰۷۰۷۰۷۰۷۰۷۰۷۰)

دیبر کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال اعلام کرد: بازی برتر در مسابقه «جایزه بازی های جدی» ۲۰ میلیون تومان جایزه دریافت خواهد کرد.

به گزارش ایران اکتوبریست: سید محمد علی سید حسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به اینکه این مسابقه در حاشیه کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال برگزار می شود گفت: بازی های جدی هدف خاصی را دنبال می کنند و در کنار جذابیتی که دارند برای مصارف خاصی مثل آموزش، سلامت، تبلیغات و طراحی می شوند.

وی افزود: برای ارتقا سطح این نوع از بازی ها در کشور، بنیاد ملی بازی های رایانه ای تصمیم دارد تا برگزاری مسابقه «جایزه بازی های جدی»، هم بازی سازان را تشویق به فعالیت در این بخش کند و هم جامعه و مسئولان نهادهای مختلف را با این دست از بازی ها بیشتر آشنا کند.

سید حسینی درباره اهداف برگزاری این مسابقه گفت: مسابقه جایزه بازی های جدی به منظور شناسایی و حمایت از بازی سازان فعال در این (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) حوزه با رویکرد توسعه این بخش است و هدف دیگر آن اتصال دانشگاه، صنعت و تقویت این دو برای تجاری سازی بازی های جدی است. وی افزود: تحول در نظام های آموزشی، درمانی، اجتماعی و الگوسازی برای جوانان در زمینه توسعه بازی های جدی با معرفی و حمایت از بازی سازان فعال از دیگر اهداف این مسابقه است.

سید حسینی با اشاره به اینکه جلب سرمایه گذاران برای تامین بحث مالی این نوع از بازی ها یکی دیگر از اهداف این رقابت است گفت: ترویج نگاه کارآمد به مقوله بازی در میان میان میاست گذاران، مصرف کنندگان و سایر مخاطبان صنعتی نیز می توان از دیگر موارد تاثیرگذاری این مسابقه باشد.

مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره نحوه برگزاری این رقابت ها اظهار کرد: فراخوان این مسابقه از اول مهرماه آغاز شده است و علاقه مندان به شرکت در آن می توانند تا ۲۰ مهرماه، بازی های خود را به دبیرخانه این مسابقه ارسال کنند و بخش داوری بازی های نیز در سوم آذرماه در حاشیه کنفرانس تحقیقات

بازی های دیجیتال برگزار خواهد شد.

وی یادآورد شد: همانطور که گفته شد سازندگان بازی برتر این رقابت برند جایزه ۲۰ میلیون تومانی خواهند بود که معکن است بخشی از آن به طور نقدی و بخش از آن به صورت انتشار در اختیار بازی سازان قرار گیرد.

سید حسینی افزود: در حال حاضر فقط برای برترین اثر جایزه درنظر گرفته شده است؛ اما اگر بازی های خوبی وارد این رقابت شوند، برای رتبه های دوم و سوم نیز جوایزی در نظر گرفته خواهد شد.

مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: نکته مهمی که وجود دارد این است که الزامی نیست که بازی ها به طور کامل ساخته شده باشند و محصولاتی که طراحی آن ها هنوز کامل نشده است و در مرحله دمو قرار دارند نیز می توانند در این رقابت شرکت کنند.

وی ادامه داد: نظر به اینکه نخستین دوره مسابقه «جایزه بازی های جدی» است، هیچ محدودیتی برای زمان ساخت بازی ها درنظر گرفته نشده است یعنی اگر اتری به عنوان مثال ۱۰ سال پیش نیز ساخته شده باشد می تواند در این مسابقه شرکت کند.

سید حسینی افزود: این مسابقه ۶ بخش اصلی دارد که بازی سازان با توجه به آن می توانند آثار خود را ارسال کنند. البته یک بخش هشتم نیز با عنوان «سایر» درنظر گرفته شده است که اگر بازی هایی با موضوعات خاص شرکت کردن در این بخش گنجانده شوند.

بخش های اصلی این مسابقه جایزه بزرگ به شرح ذیل است:

اموزش نظری:

ماهیت غوطه ورسازی بازی های دیجیتال، کمک می کند تا از ظرفیت این بازی ها برای آموزش علمی و نظری در دوره پیش از مدرسه، مدرسه و دانشگاه استفاده شود. دامنه این آموزش ها از آموزش علوم پایه مثل ریاضی و فیزیک تا آموزش زبانهای خارجی تا مبانی نظری مرتبط با شاخه های مختلف علمی گسترده است.

آموزش مهارتی:

از بازی های دیجیتال می توان برای کسب مهارت های مختلف استفاده نمود. مهارت های فنی، شخصی، فرهنگی، مذهبی، سیاسی، نظامی، شغلی، اجتماعی و... همگی از این دست هستند. این مهارت ها از آموزش مهارت دفاع نظامی، مدیریت بحران در شرایط جنگ، پلایای طبیعی و...، انجام مشاغل گوناگون و برقراری ارتباطات میان فردی تا نحوه صحیح خواندن نماز و آموزش مسوک زدن به کودکان را در بر می گیرند.

تبیینات و اتفاق:

از بازی های دیجیتال می توان برای تبلیفات استفاده کرد. اگرچه در اینجا منظور از تبلیفات، درآمدزایی به کمک تبلیغ نیست. بلکه ساخت بازی از ابتدا برای تبلیغ یک موضوع مثل یک بزند یا محصول تجاری، یک شخصیت سیاسی، ترویج مذهبی و... است.

اصلاحات اجتماعی و ترویج رفشارهای جامعه پسند:

هر جامعه ای برای رشد، نیاز به الگوسازی برای بهبود و یا تغییر وضعیت اجتماعی خود دارد. به کمک بازی های دیجیتال می توان در حوزه های گوناگون اجتماعی مانند مستله محیط زیست، حفاظت از میراث فرهنگی، یهودیت عمومی، مسئولیت پذیری اجتماعی، تغییر رفشارهای اجتماعی و... اصلاحات انجام داد.

تئدرستی:

هدف از ساخت برخی بازیهای جدی این است که از طریق سرگرمی، ازمشکلاتی مانند چاقی، دیابت، اعیاند و... جلوگیری کرده و با ارائه رژیم های غذائی صحیح و تعریف های ورزشی روزانه، تدریستی و تناسب اندام را ترویج دهند و بازی هایی که باعث تداوم سلامتی افراد می شوند.

درمان و توانبخشی:

بازی های دیجیتال ابزاری ارزیخشن برای درمان و توانبخشی هستند در حال حاضر از بازی های جدی برای درمان بیماری هایی مثل دیابت، سرطان، اوتیسم، افسردگی، قویبا و سیاری از دیگر بیماری های روانی و جسمانی و همچنین توانبخشی به قربانیان سکته مغزی، اختلالات ذهنی و حرکتی و... استفاده می شود.

علاقة مندان به شرکت در این مسابقه می توانند با مراجعته به آدرس اینترنتی <https://evnd.co/est41> اقدام به ثبت نام و ارسال آثار خود کنند.

شایان ذکر است که دبیرخانه مسابقه «جایزه بازی های جدی» با شماره تلفن ۰۲۲۱۰۸۸۳۱ و داخلی های ۳۴۱، ۳۴۳، ۳۴۵ و ۳۴۶ آماده پاسخگویی به سوالات علاقه

مندان و شرکت کنندگان در این رویداد است.

دیبر کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال: سطح کیفی بازی های جدی ایرانی باید افزایش یابد

سید محمدعلی سیدحسینی، دیبر کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال اعلام کرد: بازی برتر در مسابقه «جایزه بازی های جدی» ۲۰ میلیون تومان جایزه دریافت خواهد کرد.

به گزارش خبرگزاری مهر، سید محمدعلی سیدحسینی، دیبر کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال اعلام کرد: بازی برتر در مسابقه «جایزه بازی های جدی» ۲۰ میلیون تومان جایزه دریافت خواهد کرد.

سید محمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به اینکه این مسابقه در حاشیه کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال برگزار می شود گفت: بازی های جدی هدف خاصی را دیگر ندارند و در کنار جذابیت که دارند برای مصارف خاصی مثل آموزش، سلامت، تبلیغات و طراحی می شوند وی افزود: برای ارتقا سطح این نوع از بازی ها در کشور، بنیاد ملی بازی های رایانه ای تصمیم دارد تا با برگزاری مسابقه «جایزه بازی های جدی»، هم بازی سازان را تشویق به فعالیت در این بخش کند و هم جامعه و مستولان نهادهای مختلف را با این دست از بازی ها بیشتر آشنا کند.

سید حسینی درباره اهداف برگزاری این مسابقه گفت: مسابقه «جایزه بازی های جدی» به منظور شناسایی و حمایت از بازی سازان فعال در این حوزه با رویکرد توسعه این بخش است و هدف دیگر آن انتقال دانشگاه، صنعت و تقویت این دو برای تجاری سازی بازی های جدی است.

وی افزود: تحول در نظام های آموزشی، درمانی، اجتماعی و الگوسازی برای جوانان در زمینه توسعه بازی های جدی با معرفی و حمایت از بازی سازان فعال از دیگر اهداف این مسابقه است.

سید حسینی با اشاره به اینکه جلب سرمایه گذاران برای تأمین بحث مالی این نوع از بازی ها یکی دیگر از اهداف این رقابت است گفت: ترویج نگاه کارآمد به مقوله بازی در میان میاست گذاران، مصرف کنندگان و سایر مخاطبان صنعتی تیز می توان از دیگر موارد تائیلگلر این مسابقه باشد. مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره تحوله برگزاری این رقابت ها اظهار کرد: فراخوان این مسابقه از اول مهرماه آغاز شده است و علاقه مندان به شرکت در آن می توانند تا ۲۰ مهرماه، بازی های خود را به دیبرخانه این مسابقه ارسال کنند و بخش داوری بازی های تیز در سوم آذرماه در حاشیه کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال برگزار خواهد شد.

وی یادآور شد: همانطور که گفته شد سازندگان بازی برتر این رقابت برند جایزه ۲۰ میلیون تومانی خواهند بود که ممکن است بخشی از آن به حقوق نقدی و بخش از آن به صورت اعیان در اختیار بازی سازان قرار گیرد.

سیدحسینی افزود: در حال حاضر فقط برای برترین اثر جایزه درنظر گرفته شده است: اما اگر بازی های خوبی وارد این رقابت شوند، برای رتبه های دوم و سوم نیز جایزی در نظر گرفته خواهد شد.

مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: نکته مهمی که وجود دارد این است که الزاماً نیست که بازی ها به حقوق کامل ساخته شده باشند و محصولاتی که طراحی آن ها هنوز کامل شده است و در مرحله دمو قرار دارند تیز می توانند در این رقابت شرکت کنند.

وی ادامه داد: نظر به اینکه نخستین دوره مسابقه «جایزه بازی های جدی» است، هیچ محدودیت برای زمان ساخت بازی ها درنظر گرفته شده است این از این به عنوان مثال ۱۰ سال پیش تیز ساخته شده باشند می تواند در این مسابقه شرکت داده شود.

سید حسینی افزود: این مسابقه ۶ بخش اصلی دارد که بازی سازان با توجه به آن می توانند آثار خود را ارسال کنند. البته یک بخش هفتم نیز با عنوان «سایر» درنظر گرفته شده است که اگر بازی هایی با موضوعات خاص شرکت کردن در این بخش گنجانده شوند.

بخش های اصلی این مسابقه جایزه بزرگ به شرح ذیل است:

آموزش نظری: ماهیت غوطه و رسازی بازی های دیجیتال، کمک ملکیت های مختلف استفاده نمود، مهارت های فنی، شخصی، فرهنگی، مذهبی، سیاسی، نظامی، اقتصادی و همگی از این دست هستند. این مهارت ها از آموزش علوم پایه مثل ریاضی و فیزیک تا آموزش زیانهای خارجی تا مبانی نظری مرتبط با شاخه های مختلف علمی گسترده است.

آموزش مهارتی: از بازی های دیجیتال می توان برای کسب مهارت های مختلف استفاده نمود. مهارت های فنی، شخصی، فرهنگی، مذهبی، سیاسی، نظامی، اجتماعی و همگی از این دست هستند. این مهارت ها از آموزش علوم پایه مثل ریاضی و فیزیک تا آموزش زیانهای خارجی تا مبانی نظری مرتبط با شاخه های مختلف و برقراری ارتباطات میان فردی تا توجه صحیح خوشنودی تماز و آموزش مساوک زدن به کودکان را در برمی گیرند.

تبلیغات و اقناع: از بازی های دیجیتال می توان برای تبلیغات استفاده کرد. اگرچه در اینجا منظور از تبلیغات، درآمدزایی به کمک تبلیغ نیست. بلکه ساخت بازی از ابتدا، برای تبلیغ یک موضوع مثل یک برنده یا محصول تجاری، یک شخصیت سیاسی، ترویج مذهبی و... است.

اصلاحات اجتماعی و ترویج رفتارهای جامعه بسته: هر جامعه ای برای رشد، تیزی به میزان ایجاد میزبانی و تقویت وضعیت اجتماعی خود دارد. به کمک بازی های دیجیتال می توان در حوزه های گوناگون اجتماعی مانند مسئله محیط زیست، حفاظت از میراث فرهنگی، پهادشت عمومی، مستولیت پذیری اجتماعی، تقویت رفتارهای اجتماعی و... اصلاحات انجام داد.

تئدرستی: هدف از ساخت برخی بازی های جدی این است که از طریق سرگرمی، از مشکلاتی مانند چاقی، دیابت، اعتیاد و... جلوگیری کرده و با ارائه رژیم های غذایی صحیح و تمرین های ورزشی روزانه، تئدرستی و تابع این را ترویج دهند و بازی هایی که باعث تداوم سلامتی افراد می شوند.

درمان و توانبخشی: بازی های دیجیتال ابزاری اریختش برای درمان و توانبخشی هستند. در حال حاضر از بازی های جدی برای درمان بیماری هایی مثل دیابت، سرطان، اوتیسم، افسردگی، قویبا و بسیاری از دیگر بیماری های روانی و جسمانی و همچنین توانبخشی به قربانیان سکته مغزی، اختلالات ذهنی و حرکتی و... استفاده می شود.

علاقه مندان به شرکت در این مسابقه می توانند با مراجعت به آدرس اینترنتی <https://evnd.co/esf41> اقدام به ثبت نام و ارسال آثار خود کنند. شایان ذکر است که دیبرخانه مسابقه «جایزه بازی های جدی» با شماره تلفن ۰۷۱۰۲۲۴۳۸۷۱ و داخلی های ۰۷۱۰۲۴۵۳۴۵ آماده پاسخگویی (ادامه دارد...).

(ادامه خبر ...) به سوالات علاقه مندان و شرکت کنندگان در این رویداد است.



سطح کیفی بازی های جدی ایرانی باید افزایش یابد

اقتصاد ایران؛ سید محمدعلی سیدحسینی، مدیر کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال اعلام کرد: بازی برتر در مسابقه «جایزه بازی های جدی» ۲۰ میلیون تومان جایزه دریافت خواهد کرد.

به گزارش خبرگزاری مهر، سید محمدعلی سیدحسینی، مدیر کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال اعلام کرد: بازی برتر در مسابقه «جایزه بازی های جدی» ۲۰ میلیون تومان جایزه دریافت خواهد کرد. سید محمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به اینکه این مسابقه در حاشیه کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال برگزار می شود گفت: بازی های جدی هدف خاصی را دنبال می کنند و در کنار جذابیت که دارد برای مصارف خاصی مثل آموزش، سلامت، تبلیغات و... طراحی می شوند وی افزود: برای ارتقا سطح این نوع از بازی ها در کشور، بنیاد ملی بازی های رایانه ای تصمیم دارد تا با برگزاری مسابقه «جایزه بازی های جدی»، هم بازی سازان را تشویق به فعالیت در این بخش کند و هم جامعه و مستویان نهادهای مختلف را با این دست از بازی ها بیشتر آشنا کند. سیدحسینی درباره اهداف برگزاری این مسابقه گفت: مسابقه جایزه بازی های جدی به منظور شناسایی و حمایت از بازی سازان فعال در این حوزه با رویکرد توسعه این بخش است و هدف دیگر آن اتصال دانشگاه، صنعت و تقویت این دو برای تجاری سازی بازی های جدی است. وی افزود: تحول در نظام های آموزشی، درمانی، اجتماعی و الگوسازی برای جوانان در زمینه توسعه بازی های جدی با معنی و حمایت از بازی سازان فعال از دیگر اهداف این مسابقه است.

سیدحسینی با اشاره به اینکه جلد سرمایه گذاران برای تامین بحث مالی این نوع از بازی ها یکی دیگر از اهداف این رقابت است گفت: ترویج نگاه کارآمد به مقوله بازی در میان سیاست گذاران، مصرف کنندگان و سایر مخاطبان صنعتی نیز می توان از دیگر موارد تأثیرگذاری این مسابقه باشد. مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره توجه برگزاری این رقابت ها اظهار کرد: فراخوان این مسابقه از لول مهرماه آغاز شده است و علاقه مندان به شرکت در آن می توانند تا ۲۰ مهرماه، بازی های خود را به دیبرخانه این مسابقه ارسال کنند و بخش داوری بازی های نیز در سوم آذرماه در حاشیه کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال برگزار خواهد شد.

وی یادآور شد: همانطور که گفته شد سازندگان بازی برتر این رقابت برتره جایزه ۲۰ میلیون تومانی خواهند بود که ممکن است بخشی از آن به طور نقدی و بخش از آن به صورت اعتیار در اختیار بازی سازان قرار گیرد.

سیدحسینی افزود در حال حاضر فقط برای برترین اثر جایزه درنظر گرفته شده است: اما اگر بازی های خوبی وارد این رقابت شوند، برای رتبه های دوم و سوم نیز جایزی در نظر گرفته خواهد شد.

مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: نکته مهمی که وجود دارد این است که الزامی نیست که بازی ها به طور کامل ساخته شده باشند و محصولاتی که طراحی آن ها هنوز کامل نشده است و در مرحله دمو قرار دارند نیز می توانند در این رقابت شرکت کنند. وی ادامه داد نظر به اینکه نخستین دوره مسابقه «جایزه بازی های جدی» است، هیچ محدودیت برای زمان ساخت بازی ها درنظر گرفته نشده است یعنی اگر اتری به عنوان مثال ۱۰ سال پیش نیز ساخته شده باشد می تواند در این مسابقه شرکت کردد.

سیدحسینی افزود: این مسابقه ۶ بخش اصلی دارد که بازی سازان با توجه به آن می توانند آثار خود را ارسال کنند. البته یک بخش هشتم نیز با عنوان «سایر» درنظر گرفته شده است که اگر بازی هایی با موضوعات خاص شرکت کرددند در این بخش گنجانده شوند.

بخش های اصلی این مسابقه جایزه بزرگ به شرح ذیل است: آموزش نظری: ماهیت غوطه ورسازی بازی های دیجیتال، کمک می کند تا از ظرفیت این بازی ها برای آموزش علمی و نظری در دوره پیش از مدرسه، مدرسه و دانشگاه استفاده شود. دامنه این آموزش ها از آموزش علوم پایه مثل ریاضی و فیزیک تا آموزش زبانهای خارجی تا مبانی نظری مرتبط با شاخه های مختلف علمی گسترده است.

آموزش مهارتی: از بازی های دیجیتال می توان برای کسب مهارت های مختلف استفاده نمود. مهارت های فنی، شخصی، فرهنگی، مذهبی، سیاسی، نظامی، شغلی، اجتماعی و... همگی از این دست هستند. این مهارت ها از آموزش مهارت دفاع نظامی، مدیریت بحران در شرایط جنگ، بالایی طبیعی و... انجام مشاغل گوناگون و برقراری ارتباطات میان فردی تا توجه صحیح خواندن نماز و آموزش مسواک زدن به کودکان را در برمی گیرند. تبلیغات و اقتصاد: از بازی های دیجیتال می توان برای تبلیغات استفاده کرد. اگرچه در اینجا متنظر از تبلیغات، درآمدزایی به کمک تبلیغ نیست، بلکه ساخت بازی از ابتدا، برای تبلیغ یک موضوع مثل یک برنده یا محصول تجاری، یک شخصیت سیاسی، ترویج مذهبی و... است.

اصلاحات اجتماعی و ترویج رفتارهای جامعه یست: هر جامعه ای برای رشد، نیاز به الگوسازی برای بهبود و یا تغییر وضعیت اجتماعی خود دارد. به کمک بازی های دیجیتال می توان در حوزه های گوناگون اجتماعی مانند مسئله محیط زیست، حفاظت از میراث فرهنگی، بهداشت عمومی، مستویت یزدیری اجتماعی، تغییر رفتارهای اجتماعی و... اصلاحات انجام داد.

تدریستی: هدف از ساخت برخی بازی های جدی این است که از طریق سرگرمی، ازمشکلاتی مانند چاقی، دیابت، اعتیاد و... جلوگیری کرده و با ارائه رژیم های غذائی صحیح و تمرین های ورزشی روزانه، تدریستی و تناسب اندام را ترویج دهند و بازی هایی که باعث تداوم سلامتی افراد می شوند. (ادامه دارد ...)

(دامه خبر ...) درمان و توانبخشی؛ بازی های دیجیتال ابزاری ارتباخش برای درمان و توانبخشی هستند در حال حاضر از بازی های جدی برای درمان بیماری هایی مثل دیابت، سرطان، اوتیسم، افسردگی، فوبیا و بسیاری از دیگر بیماری های روانی و جسمانی و همچنین توانبخشی به قربانیان سکته مغزی، اخلالات ذهنی و حرکتی و... استفاده می شود.

علاقة مندان به شرکت در این مسابقه می توانند با مراجعته به آدرس اینترنتی <https://evnd.co/e9#41> اقدام به ثبت نام و ارسال آثار خود کنند. شایان ذکر است که دبیرخانه مسابقه «جایزه بازی های جدی» با شماره تلفن ۰۲۱۰۲۲۲۸۸۲۱ و داخلی های ۳۴۱، ۳۴۲ و ۳۴۵ آماده پاسخگویی به سوالات علاقه مندان و شرکت کنندگان در این رویداد است.

راهنمای بولتن

قالب محتوا

خبر



یادداشت

گزارش

مقاله

اطلاعیه



فراخوان



گفتگو



پیام مردمی



تصویری



شماره صفحه



۱

۲

۳



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

محل قرارگیری

بریده جراید در روزنامه

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای
در آیینه مطبوعات

۱۳۹۶/۰۷/۲۲

