

۱۳۹۶/۰۷/۲۲

# بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در آینه مطبوعات



# فهرست



۲	موش دوانی عربی	صبح نو
۳	روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی تشریح شد	رسالت
۳	روند "ممیزی پس از نشر" بازی های موبایلی تشریح شد	باشگاه خبرنگاران
۴	روند «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد	خبرگزاری پانا
۵	روند «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد	خبرگزاری دانشگاه علوم پزشکی آما
۶	روند «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد	ایران آنلاین
۸	استقبال ایرانی ها از بازی های موبایلی	خبرنامه دانشجویان ایران
۹	رده بندی سنی بازی های ایرانی با خوداظهاری	فناوان
۱۰	رده بندی سنی بازی های ایرانی با خوداظهاری	مرکز توانمندسازی و تسهیلگری کسب و کارهای نوپای طوا
۱۱	صنعت بازی های رایانه ای بی خطر و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست/ باید سواد رسانه ای مسئولین و خانواده ها بالا برود تا آینده بهتری داشته باشیم	خبرگزاری فارس
۱۸	صنعت بازی های رایانه ای بی خطر و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست/ باید سواد رسانه ای مسئولین و خانو	هشدارنیوز
۲۵	صنعت بازی های رایانه ای بی خطر و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست/ باید سواد رسانه ای مسئولین و خانواده ها بالا برود تا آینده بهتری داشته باشیم	دز
۳۱	از صنعت بازی رایانه ای چگونه پول در بیاوریم + اینفوگرافیک	باشگاه خبرنگاران
۳۲	قیاس رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!	مرکز خبرگزاری
۳۴	مقایسه رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!	سازمان اسناد و کتابخانه ملی
۳۶	مقایسه رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!	بیم‌پاک
۳۸	قیاس رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!	هفته روز خبر
۳۹	مقایسه رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!	بلخبری ایرنا
۴۱	قیاس رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می دانیم!	بلخبری ایرنا

۴۳	مقایسه رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!	ECONews
۴۵	قیاس رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!	دکتر
۴۷	مقایسه رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی	خبرنامه دانشجویان ایران
۴۹	مقایسه رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!	خبرگزاری دانشگاه تهران Azad News Agency (ASNA)
۵۱	حذف بازی های ایرانی از جشنواره IMGGA خاورمیانه پس از اعلام نامزدها	ICT
۵۲	مقایسه رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!	
۵۴	شناسایی کارگاه تولید لوح های فشرده غیرمجاز در ایوانکی	باشگاه خبرنگاران
۵۴	کشف کارگاه تولید لوح های فشرده غیرمجاز در ایوانکی	باشگاه خبرنگاران
۵۴	قیاس رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!	نسیم nasimonline هرگز از بین رفتنی با ما
۵۶	مقایسه رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی/ هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!	باشگاه خبرنگاران
۵۸	بازی های فاقد نظام رده بندی سنی از مارکت ها حذف می شود/ اولتیماتوم جدی بنیاد ملی بازی های رایانه ای	خبرگزاری قرآنی ایران International Quran News Agency
۵۹	یک پُرس بازی دیجیتال و دیگر هیچ!	خبرگزاری آریا
۶۰	یک پُرس بازی دیجیتال و دیگر هیچ!	جام جم آنلاین JameJam Online
۶۱	نقش نظارتی والدین در کاهش آسیب بازی های رایانه ای غیرمجاز	خبرگزاری جمهوری اسلامی IRNA
۶۲	استقبال ایرانی ها از بازی های موبایلی	خبرگزاری آریا
۶۳	استقبال ایرانی ها از بازی های موبایلی	جام جم آنلاین JameJam Online
۶۴	لزوم افزایش سطح کیفی بازی های جدی ایرانی	click
۶۵	سطح کیفی بازی های جدی ایرانی باید افزایش یابد	ایلام اکونومیست
۶۷	سطح کیفی بازی های جدی ایرانی باید افزایش یابد	خبرگزاری مهر
۶۸	سطح کیفی بازی های جدی ایرانی باید افزایش یابد	ECONews

## تعداد محتوا : ۳۹



روزنامه

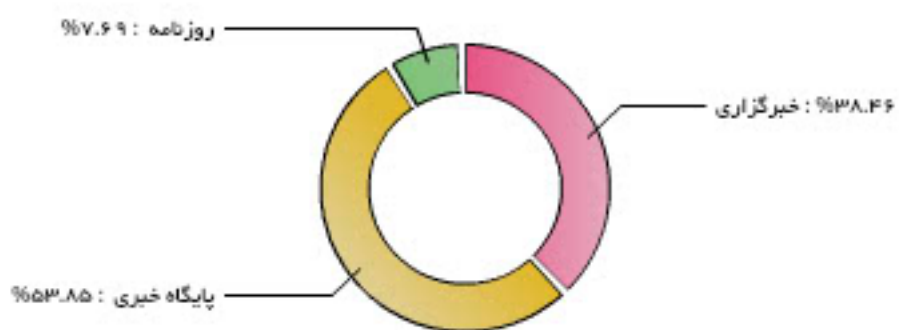
پایگاه خبری

خبرگزاری

۳

۲۱

۱۵



## دو شرکت کویتی و اردنی، ایران را از شرکت در جشنواره بازی های موبایلی محروم کردند موش دوانی 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.

«بازی 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 آقای 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 (IMGAMENA) به «صبح نو» می دهد. موضوع به اواخر 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؟

آقای حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خبرگزاری جمهوری اسلامی گفته بود: «دو ماه پیش طی تاملی که بین دست اندرکاران این جایزه و بنیاد ملی بازی های رایانه ای صورت گرفت، مقرر شد بازی سازان ایرانی از این ظرفیت استفاده و در این رویداد شرکت کنند؛ اما شب گذشته (سه شنبه 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 گفته 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، سراغ بنیاد ملی بازی های رایانه ای رفتیم. 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 «صبح نو» می گوید: «انجمن بازی های موبایل جهانی (IMGA) ۱۵ سال است فعالیت می کند. در واقع یک جشنواره بازی موبایلی در نیاست. دو سال است که نسخه خاورمیانه و شمال آفریقای این انجمن هم راه اندازی شده که این منطقه را تحت پوشش خود قرار می دهد علاوه بر نسخه اصلی که فعال است، سه نسخه دیگر هم در سایر نقاط دنیا دارد و فعال 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 پرتگ 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 تعجب دیدیم شب همان روزی که لیست منتشر شده بود، بازی های ایرانی از لیست حذف شدند! 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 فرصت خواست تا آن را از حوزه خاورمیانه و شمال آفریقا پیگیری کند و بعد پاسخ بدهد. ما هم منتظر ماندیم.» دو ایمیل بعدی که از مرکز «**aaarten 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 واگذار 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 اصلاحیه به آن اضافه می کنند که برحسب این متمم، ایران باید از لیست کشورهای شرکت کننده در جشنواره حذف شده و حق شرکت نداشته باشد. حذف نام بازی های ایرانی از لیست بازی ها هم بر اساس همین متمم صورت گرفته بوده است. ماده ای که در قرارداد اصلی نبوده و بعداً به آن اضافه شده است.

حقمان را گرفتیم

فخار در ادامه توضیحات خود به «صبح نو» می گوید: «انجمن در بدو 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 تنش زا با برگزارکنندگان و پذیرفتن عواقب مالی و لجستیکی برای انجمن، در نهایت این متمم قرارداد لغو شده و بازی های ایرانی به لیست اولیه بازگشتند.» او در ادامه، به استقبال مدیرعامل انجمن بین المللی بازی های موبایلی از حضور بازی های ایرانی 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 کیفیت بالای بازی های ایرانی هم اذعان داشتند؛ حتی مدیرعامل انجمن به ما اعلام کرد که شانس 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: «الان در حال حاضر این مشکل حل شده و بازی ها هم برگشته اند اما مشخص است که می خواهند کشور و صنایع نوین ما را ایزوله کنند. الان ما با همین اعتماد و توانایی که داریم، همین بازی هایی که از ما در جشنواره خاورمیانه ای انجمن شرکت کرده است کیفیت بسیار بالاتری نسبت به رقبای عمدتاً عرب خودشان دارند. این را مسوولان انجمن هم تصدیق کرده اند.»

## 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 سنی 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 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 باید میان بازی های داخلی و خارجی تفاوت 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 بپردازند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی ها را منوط به مجوز بنیاد کنیم، به دلیل تعداد بسیار زیاد بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد.

## روند «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد (۱۸/۰۷/۹۶-۱۸/۰۷/۹۶)

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 سنی بازی های رایانه ای و همچنین بازی سازان برگزار شد.

به گزارش حوزه دنیای ارتباطات گروه فضای مجازی باشگاه 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 سنی 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 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 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 بپردازند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی ها را منوط به مجوز بنیاد کنیم، به دلیل تعداد بسیار زیاد بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد. وی خاطرنشان کرد: نکته مهم دیگر، آپدیت بازی هاست و بازی سازان خودشان تصمیم می گیرند که چه زمانی برای بازی هایشان آپدیت منتشر کنند. ممکن است این آپدیت ها تنها برای رفع اشکالات باشد یا ممکن است تغییرات محتوایی در بازی ایجاد کرده باشد. به همین دلیل هیچ کشوری در دنیا برای آپدیت ها مجوز جداگانه 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 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** پلتی در مارکت ها دارد که پس از انتشار بازی ها آن ها را بررسی کرده و به آن ها رده سنی می دهد. مدیرعامل 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 از این پرسش نامه ای تهیه شده تا پیش 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 مغایرتی با معیارهای خود ببیند آن را اصلاح می کند. 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 پلت 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. مثلا 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 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 داوودی 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 کنیم.

لوتیامتوم جدی به مارکت های دیجیتال 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 هایی را در نظر گرفته بودند و گاهی اوقات اختلافاتی با نظام رده بندی **ESRA** داشتند. اما اولیامتوم جدی به تمام مارکت ها داده شده که از این پس تنها **ESRA** است که باید بازی ها را از نظر محتوایی تایید و بررسی کند. اگر در این زمینه همکاری های لازم صورت بگیرد برخلاف 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 پلتی 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 (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کریمی قدوسی بیان کرد: اخیراً 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 نیفتد این بازی ها تا زمان اصلاح از روی مارکت حذف می شوند.

مدیرعامل 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 پایبندیم و قصد نداریم 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 آرایه پرسشنامه برای دریافت رده بندی سنی راه را برای عرضه بازی های داخلی هموارتر کنیم. احمدی با اشاره به 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 سلاقی 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 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 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.



## روند «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد (۱۳۸۱-۰۹-۰۹)

نشست «تشریح روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی» روز یکشنبه ۱۶ مهر ماه با حضور مدیرعامل 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 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 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 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 بپردازند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی ها را منوط به مجوز بنیاد کنیم، به دلیل تعداد بسیار زیاد بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد.

وی خاطرنشان کرد: نکته مهم دیگر، آپدیت بازی هاست و بازی سازان خودشان تصمیم می گیرند که چه زمانی برای بازی هایشان آپدیت منتشر کنند. ممکن است این آپدیت ها تنها برای رفع اشکالات باشد یا ممکن است تغییرات محتوایی در بازی ایجاد کرده باشد. به همین دلیل هیچ کشوری در دنیا برای آپدیت ها مجوز جداگانه 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 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 پنل در مارکت ها دارد که پس از انتشار بازی ها آن ها را بررسی کرده و به آن ها رده سنی می دهد. مدیرعامل 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 از این پس پرسش نامه ای تهیه شده تا پیش 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 مغایرتی با معیارهای خود ببیند آن را اصلاح می کند. 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.

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 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 داوودی 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 کنیم.

اولتیماتوم 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 هایی را در نظر گرفته بودند و گاهی اوقات اختلافاتی با نظام رده بندی **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 تایید و بررسی کند. 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 کرد.

وی افزود: در همین راستا و در پرتوی 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 بیش از ۵۰۰ بازی ایمیل زده شده تا محتوای بازی های خود را اصلاح کنند و اگر طی دو هفته این اتفاق نیفتد این بازی ها تا زمان اصلاح از روی مارکت حذف می شوند.

مدیرعامل 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 پایبندیم و قصد نداریم 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 آرایه 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 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 سلیقه 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 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 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.



## روند «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد (۱۳۸۱/۰۷/۰۶-۱۳۸۲/۰۱/۰۶)

تست تشریح روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی با حضور مدیرعامل 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، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، درباره ممیزی پس از نشر گفت: «ما معتقدیم که باید میان بازی های داخلی و خارجی تفاوت 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 بپردازند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی ها را منوط به مجوز بنیاد کنیم، به دلیل تعدد بسیار زیاد بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد.» وی در ادامه افزود: «نکته مهم دیگر، آپدیت بازی هاست و بازی سازان خودشان تصمیم می گیرند که چه زمانی برای بازی هایشان آپدیت منتشر کنند. ممکن است این آپدیت ها تنها برای رفع اشکالات باشد یا ممکن است تغییرات محتوایی در بازی ایجاد کرده باشد. به همین دلیل هیچ کشوری در دنیا برای آپدیت ها مجوز جداگانه 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 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** پرتوی که قرار است مارکت ها دارد که پس از انتشار بازی ها آنها را بررسی می کند و به آنها رده سنی می دهد.» مدیرعامل 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 از این پس پرسش نامه ای تهیه شده تا پیش 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 مغایرتی با معیارهای خود ببیند آن را اصلاح می کند. 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 پرتوی بازی های مارکت های دیجیتال تهیه 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. مثلا 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 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 دلوپودی 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 کنیم.»

اولتیماتوم جدی به مارکت های دیجیتال

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 تمیزی هایی را در نظر گرفته بودند و گاهی اوقات اختلافاتی با نظام رده بندی 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 تایید و بررسی کند. اگر در این زمینه همکاری های لازم صورت بگیرد برخلاف 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 پرتی 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 بیش از ۵۰۰ بازی ایمیل زده شده تا محتوای بازی های خود را اصلاح کنند و اگر طی دو هفته این اتفاق نیفتد این بازی ها تا زمان اصلاح از روی مارکت حذف می شوند.»

مدیرعامل 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 پایبندیم و قصد نداریم یکی را فدای دیگری کنیم.»

بیش از 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: «این حال ما باز هم سعی کردیم تا با رایبه 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 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 سلیقه 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 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 ارسال خواهیم کرد تا با روند آن آشنا شوند. چیز جدیدی به آن اضافه نشده و همان معیارهای ESRA که اکثر بازی سازان یا آن آشنا هستند در قالب پرسش نامه آورده شده است.»



## روند «ممیزی پس از نشر» بازی های موبایلی تشریح شد (۱۳۹۲-۰۲/۰۷/۱۳۹۱)

ایرانیان\_نشست «تشریح روند ممیزی پس از نشر بازی های موبایلی» روز یکشنبه ۱۶ مهر ماه با حضور مدیرعامل 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 مدیرعامل 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 مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره ممیزی پس از نشر گفت: ما معتقدیم که باید میان بازی های داخلی و خارجی تفاوت 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 بپردازند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی ها را منوط به مجوز بنیاد کنیم، به دلیل تعداد بسیار زیاد بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد.

وی خاطرنشان کرد: نکته مهم دیگر، آپدیت بازی هاست و بازی سازان خودشان تصمیم می گیرند که چه زمانی برای بازی هایشان آپدیت منتشر کنند. ممکن است این آپدیت ها تنها برای رفع اشکالات باشد یا ممکن است تغییرات محتوایی در بازی ایجاد کرده باشد. به همین دلیل هیچ کشوری در دنیا برای آپدیت ها مجوز جداگانه 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 خود را منتشر کنند و سپس ما بازی را بررسی کنیم. (ادامه دارد ...)

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

مدیرعامل 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 از این پس پرسش نامه ای تهیه شده تا پیش 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 مغایرتی با معیارهای خود ببیند آن را اصلاح می کند. 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 پنتل 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. مثلا 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 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 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 داوودی 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 کنیم.

اولتیماتوم جدی به مارکت های دیجیتال

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 هایی را در نظر گرفته بودند و گاهی اوقات اختلافاتی با نظام رده بندی **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 تایید و بررسی کند. 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 کرد.

وی افزود: در همین راستا و در پنتلی 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 بیش از ۵۰۰ بازی ایمیل زده شده تا محتوای بازی های خود را اصلاح کنند و اگر طی دو هفته این اتفاق نیفتد این بازی ها تا زمان اصلاح از روی مارکت حذف می شوند.

مدیرعامل 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 پایبندیم و قصد نداریم 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 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 سلیق 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 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 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.

## استقبال ایرانی ها از بازی های موبایلی (۱۳۹۴-۲۰۱۶)

گزارش آماری شرکت Superdata نشان می دهد در سال ۲۰۱۶ درآمد بازی های موبایلی در دنیا، معادل ۴۰۶ میلیارد دلار بوده که بیشترین سهم نیز با درآمد تخمینی ۲۴۸ میلیارد دلار در اختیار قاره آسیاست.

خبرنامه دانشجویان ایران: کلیک نوشته: 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 می کنند.

طبق گزارش دایرک، تقریباً ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بازیکن موبایلی در سال ۹۴ 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 ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را در سال ۹۴ صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد، هزینه های سخت افزار را دربر نمی 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 تا حدودی توجه دارند و ۲۵ درصد اصلاً توجهی ندارند.

هادی جعفری منفرد، مدیر نظارت 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 و سیاست اسرا از برنامه های جدی بنیاد در سال جاری بوده که نسخه آزمایشی آن به بهره برداری رسیده و در حال انجام تست های مختلف برای نسخه نهایی آن هستیم 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 های کارشناسان نظام رده بندی را مشاهده خواهند کرد.»

بازی های دیجیتال: سومین رسانه بااهمیت

با نگاه به پنج رسانه بااهمیت 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 گذارند انتخاب کرده اند.

این جایگاه بازی های دیجیتال در میان بازی بازها که حتی جلوتر از کتاب، سینما، روزنامه و مجله قرار گرفته است، نشان می دهد باید مواظب محتوایی که در قالب آن عرضه می شود بود. سید حسینی، مدیرعامل دایرک در مورد این نگرانی می گوید: «چون بازی های موبایلی توزیع دیجیتال دارند، برخلاف بازی های پی سی و کنسولی که بیشتر فیزیکی توزیع می شوند، نظارت بر بازی های موبایلی بهتر است. از طرف دیگر بازی های موبایلی به دلیل گرافیک و داستان پردازی ساده تر، خیلی محتوای آسیب 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 نوجوان برای بازی کردن، لذت بخش بودن بازی است، جوانان، میانسالان و کهنسالان برای پر کردن اوقات تنهایی به بازی روی می آورند. از سوی دیگر یکی از ایراداتی که به بازی ها گرفته می شود این است که انسان ها را تنها 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 وضعیت متفاوتی با دنیا نداریم. سید حسینی، مدیرعامل دایرک در این باره توضیح می دهد: «ماهیت رسانه های جدید به گونه ای است که سعی می کنند ارتباطات را افزایش دهند، ولی لزوماً کیفیت ارتباطات افزایش نمی یابد. غنای رسانه ای (ابزارهایی 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 (شکلک ها) می توانید این کار را انجام دهید. بنابراین در رسانه هایی مانند بازی های دیجیتال هرچند کمیت 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 آنهایی که بازی های آنلاین انجام می دهند، با بازیکنان آنلاین دیگر که معمولاً نمی شناسند بازی می کنند. عده دیگری بازی های چند نفره یا کنسول 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 کونیز 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 جعفری منفرد، مدیر نظارت بر تحول سازمانی درباره برنامه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای می گوید: «بنیاد در سال جاری دو برنامه کلان را در کنار برنامه هایی که سال گذشته داشته پیگیری می کند. در واقع علاوه بر برنامه های حمایت از بازی های صادرات محور که از سال پیش شروع شد، اسامال در نظر داریم سند جامع حمایت از بازی های رایانه ای را تدوین و نهایی کنیم (تحت عنوان هرم حمایت) به گونه ای که حمایت از بازیسازان کاملاً ضابطه مند، جامع و تعالی بخش باشد که با اجرایی شدن آن از سال آینده امیدواریم تحولی در حمایت از بازیسازان رخ دهد.» او در ادامه ضمن اشاره به توزیع بازی های PC از طریق بستر دیجیتال می گوید: «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 نیز در دستور کار داریم.)



فناوران

**به منظور تسهیل انتشار بازی های ایرانی انجام شده 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 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 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 بپردازند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی ها را منوط به مجوز بنیاد کنیم، به دلیل تعداد بسیار زیاد بازی های موبایلی باعث ایجاد اختلال در این بازار خواهیم شد. وی خاطرنشان کرد: نکته مهم دیگر، آپدیت بازی هاست و بازی سازان خودشان تصمیم می گیرند که چه زمانی برای بازی های شان آپدیت منتشر کنند. ممکن است این آپدیت ها تنها برای رفع اشکالات باشد یا ممکن است تغییرات محتوایی در بازی ایجاد کرده باشد. به همین دلیل هیچ کشوری در دنیا برای آپدیت ها مجوز جداگانه صادر نمی کند و این مساله کار بیهوده 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 ها 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 از این پس پرسش نامه ای تهیه شده تا پیش 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 مغایرتی با معیارهای خود ببیند، 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 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. مثلا 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 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 داوودی، 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 نهائینا طی 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 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 اولتیماتومی جدی به تمام مارکت ها داده شده که از این پس تنها **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 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 زمانی که محتوای بازی اصلاح شود.

کریمی قدوسی بیان کرد: اخیراً 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 نیفتد، 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 تمهیدات نظارتی خودمان نیز پایبندیم و قصد نداریم 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 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 چندین 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 سلیقه 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 مسأله 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 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.



## به منظور تسهیل انتشار بازی های ایرانی انجام شد رده بندی سنی بازی های ایرانی با خوداظهاری (۱۳۸۳-۱۳۸۴-۱۳۸۵)

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 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 بپردازند. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که اگر انتشار تمام بازی ها را منوط به مجوز بنیاد کنیم، به دلیل تعداد بسیار زیاد 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 مسأله کار بیهوده 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 ها 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 از این پس پرسش نامه ای تهیه شده تا پیش 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 مغایرتی با معیارهای خود ببیند، 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 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 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 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 داوودی، 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 طی 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 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 اولتیماتومی جدی به تمام مارکت ها داده شده که از این پس تنها 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 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 زمانی که محتوای بازی اصلاح شود.

کریمی قدوسی بیان کرد: اخیراً 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 نیفتد، 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 تعهدات نظارتی خودمان نیز پایبندیم و قصد نداریم 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 باره برای بازی سازان داخلی به وجود بیاوریم.

وی افزود: با این حال ما باز هم سعی کردیم تا با ارائه 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 سلیقه 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 مسأله 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 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.



## 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 برود تا آینده بهتری داشته

باشپیم (۱۸/۱۲/۹۶-۱۳۹۶)

یک فعال حوزه بازی های رایانه ای که در نشست 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، نشست تخصصی بررسی وضعیت بازی های رایانه ای و مسائل پیرامون آن با حضور بابک کرپاسی یکی از تولید کنندگان این بازی ها و حمید صدیق میرزایی کارشناس رسانه های نوین در خبرگزاری فارس برگزار شد.

پس از انتشار مطالب بابک کرپاسی با عنوان گردش مالی ۱۵۰ میلیارد تومانی بازی «کلش آف کلنز» در ایران / ماجرای وام ۱۴ میلیاردی به یک آقا زاده / 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.

بابک کرپاسی 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 بیانیه ۱۸ ماده 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 هایی 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 محتوی تعهد دارد. کسی که قریحه هنری دارد، نباید به سطح پایین اکتفا کند. این یک تعهد است. هنرمند تنبلی 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 محتوی است. ما چه می خواهیم ارائه بدهیم؟

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 بیانیه طولانی خود، ضمن فرافکتی و تهمت به بنده فرموده اید: در ابتدای مطلب اشاره شده که میگرد با حضور دو نفر برگزار شده است اما در ادامه تنها سخنان یکی از حاضران آورده شده است که نشان می دهد اساساً این مطلب خروجی یک میزگرد نیست بلکه تریبونی یک طرفه برای اشاعه مطالب ناصحیح و نشر اکاذیب است...

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

اما درباره قسمتی که فرموده اید بنده مطالب ناصحیح و اکاذیب منتشر کرده ام، خدمتان عرض می کنم اگر واقعاً کوچک ترین کذبی 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 رأفت و محبتی در دادگاه علیه بنده اعلام جرم بفرمایید تا مطالب و مستندات 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 فعالیت های بنیاد در مقابل منتقدین "گردش کاری" انجام داده اید و قصدی برای شکایت ندارید، بشارت می دهیم 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.

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 آلود 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 می شود، تفاوت دارد.

اصولاً اگر به مقوله محتوای تولید شده در محصولات فرهنگی به عنوان خوراک ذهنی برای گروه های سنی 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 آنکه ذهن مخاطبین، نسبت به ادعای اینجانب و دغدغه های بیان شده در نشست خبری درباره قریب الوقوع بودن بروز سونامی بی اخلاقی و بازگشت ادبیات دوران جاهلیت به ادبیات نسل جدید روشن شود، کافی است خلاصه ای از چند داستان مجموعه بازی های ایرانی اصطلاحاً زرد تولید شده برای تلقین های همراه در دوران تولیت حضرت عالی در همین بنیاد ملی بازی های رایانه ای را عیناً ارائه کنیم:

۱- بازی ... در این بازی شما چهار حرکت ویژه دارید: چک، یخ! ضایع کردن و عریضه 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 با بقیه

نوجه های گنده لاتها به صورت کاملاً هم زمان و بلادرنگ به صورت مرحله ای مبارزه و رقابت می کنید.

صدها نمونه بازی دیگر که یا شما می دانید این محتوا چه تأثیری بر آینده کودک و نوجوان این مرزوبوم 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 عصیانیت شما و تهدید به شکایت و برچسب زنی به این جانب که فقط نقدی از سر دلسوزی بیان کرده ام (توهین از طریق برخی رسانه ها فایده چندانی برایتان ندارد) باید با نگاه به عملکرد برخی مدیران فرهنگی در خصوص صدور اجازه تولید و نشر این قبیل محصولات و البته سکوت معنادار متولیان محترم بالادستی در شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی فضای مجازی که با عملکرد غلط و سکوت آن ها برای تولیدکنندگان بازی های ایرانی

موضوع مدیریت فرهنگی و تأثیر محتوای تولید شده در بازی ها به خوبی تبیین نشده است، بایستیم و شما یا همکارانتان را تشویق هم کنیم تا خدای ناکرده به آقایان متولی فرهنگ برنخورند و با برچسب زنی جنابان در افکار عمومی نیز متهم به جلوگیری از گردش آزاد اطلاعات نشویم.

قرار بود طبق دستورالعمل های صادره، شورای عالی فضای مجازی علاوه بر جبران اشتباهات فنی و احتمالی شورای عالی انقلاب فرهنگی برای این روزها و این اشکالات نیز برتامه داشته باشند، اما متأسفانه با تمام دل خوشی هایی که داشتیم آن شورا نیز ... فقط نقش میانجی بین دستگاه های متولی را بازی می کنند! به 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 نقد و بحث و گفتگو توسط فردی چون من در رسانه ها نباشد ولیکن متأسفانه نه تنها چیزی تغییر نکرده است حتی خروجی های سند ملی صنعت بازی های رایانه ای و آیین نامه های 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 بازی های رایانه ای زنده کنند و بر سر زبان بیندازند (تولید بیش از ۱۰۰ بازی رایانه ای بومی با محتوای زرد طی دو سال گذشته) و خانواده هایی که بی خبر از این سونامی بی 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 متهم هستیم به آنکه می خواهیم جلوی پیشرفت و تمدن را بگیریم ... ما خود را افسران جنگ نرم می دانیم و همچنان تا پایان یافتن اشتباهات مدیریتی در این حوزه، از پای نخواهیم افتاد و حرف هایمان را بلندبلند و آتش به اختیار می گوئیم. شاید کسی شنید.

در بخشی دیگر از همین بند از جوابیه، بنده را متهم کرده اید به تحریک و تشویق اذهان عمومی جامعه (فکر می کنم منظورتان تشویش اذهان عمومی بوده است) و از جانب بنده فرموده اید که گفته ام: تنها با اعتراض عمومی می توان 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 نمی کنم، البته احساس می کنم تیر انتخاب شده برای باز نشر این نشست در برخی رسانه ها که با عنوان "زن برتر در حوزه بازی های رایانه ای" انتخاب شده بوده است به مذاق شما خوش نیامده و این گونه همه چیز را اشتباه خوانده اید.

این تیر که برگرفته از متن صحبت های بنده است به سلیقه آن خبرگزاری ها انتخاب شده است و البته بنده منظوری درباره شما به عنوان یک آقازاده محترم، نداشته ام و بیشتر صحبت ها درباره اشتباهات وزارت ارتباطات، معاونت علمی ریاست جمهوری و ... و اهدا وام های 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 آرامش و منانت متن 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 قضاوت نمایند 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 اشتباهی 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 می نمایید، بشارت داده ام که اگر بخواهند آینده این صنعت فرهنگی را بهتر کنند باید تصمیم های جدیدی بگیرند که قطعاً این تصمیم ها منجر به یک اعتراض عمومی بین تولیدکنندگان بازی های رایانه ای (نه اعتراض در جامعه یا تحریک و تشویق اذهان عمومی به خرابکاری) می شود و متولیان فرهنگ باید آماده روبه رو شدن با آن نیز باشند! بگذریم...

۳- در بند ۲ جوابیه مدعی شده اید به تهمت زدن بنده درباره بی سوادی مسئولان در حوزه بازی های رایانه ای و فرموده اید: در بنیاد ملی بازی ها (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) به اندازه کافی کارشناس خبره وجود دارد. در ادامه نیز اعتراف کرده اید که حتی اگر مسئولان نهادهای دیگر تسلط کافی به سواد حوزه بازی های رایانه ای نداشته باشند 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 مسئولیت این حوزه بر عهده بنیاد است و نباید نگران بی سوادی مسئولان در خصوص تولید محصولی فرهنگی به نام بازی رایانه ای باشیم، بفرمایید 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 هستیم به دلیل بی سوادی برخی مسئولان نسبت به معنی **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 هستیم به دلیل بی سوادی برخی مسئولان وقت در سال های گذشته، حتی اساس 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 است. حضرت عالی مدعی خلاف عرایض بنده هستید؟ بسم الله پاسخگو باشید: چرا وضعیت این کسب و کار با وجود افراد نخبه و باتجربه ای که شما فرموده اید در رأس مدیریت این حوزه نشسته اند این گونه است؟ این ولنگاری 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 شما، حاصل بی سوادی شما و گروهتان است یا حاصل بی تجربگی دیگر مسئولان امر نسبت به حوزه بازی های رایانه ای؟ آیا نظارت، ساماندهی و شتاب دهی آن مجموعه بر حوزه تولیدات فرهنگی فوق، هم زمان با اصلاح امور و بالا بردن سطح سواد دیجیتال مسئولین 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؟

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 منتسب کردن بخشی از صنعت بازی های رایانه ای جهان به صهیونیست ها دارای اشکال است.

لطفاً بفرمایید ماهیت مدیران، متخصصین و کمپانی های بزرگ صهیونیست سازنده بازی های رایانه ای فاخر و **AAA** مانند **Michael Jaret** در **Running With Scissors** یا **Robert Kotick** در **Activision Blizzard** یا **Robert Altman** در **Bethesda Softworks** یا **Harry, Albert** در **Sam & Jack Warner** یا **Warner Bros Interactive Entertainment** یا حتی **Strauss Zelnick** در **T2** چیست؟ چرا وقتی تمام دنیای 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 نبرد از طریق انتقال مفاهیم، با تولید محتوای سرگرمی ها و بازی های رایانه ای در کنار فلسفه تولید عناوین مختلف و بزرگ این حوزه نهفته است، مردم و مسئولین را به سمت مصرف گرایی محصولات بومی صرفاً زرد (بازی های ایرانی که بالاتر معرفی کردم) یا محصولات بعضاً مضر وارداتی سوقی می دهید و حتی اعتراض های رسانه ای به این رویه را نیز بر نمی تائید و این گونه عصبانی می شوید؟

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 بنده در نشست خبری درباره برخی بازی سازان و لزوم توجه خانواده ها به محصولات سرگرمی وارداتی فرزندان بالای ۳ سال ایشان، تکذیبیه بدهید یا باید برای اصلاح امور تولیدکنندگان و ساماندهی بازار آشفته محتوای بازی های تولیدی داخل یا حتی وارداتی ها وقت بگذارید؟

به کجا چنین شتابان؟

خوانندگان 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 بگیرید و بدانید همه چیز در این حوزه بی خطر و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست. باید هوشیار و بیدار باشند و بدانند بخشی از این سرگرمی ها برای فرهنگ قومیت و دین فرزندان 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 مرزوبوم را از تجربه این محصولات فرهنگی محروم نماییم، اما می توانیم آگاهانه انتخاب کنیم و با چشمان بسته 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 مسئولین و خانواده ها بالا برود تا آینده بهتری 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 نمی دانید، به زبان 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! 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 کرده اید (درباره این تخلف عجیب حضرت 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 ابعاد مختلف تفریحی، 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 ویدئویی و رایانه ای

تدوین استانداردهای لازم جهت بررسی کمی و کیفی 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 (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) ایجاد زمینه برای رشد و شکوفایی خلاقیت های جوانان در صنعت سرگرمی و بازی  
برگزاری، 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 اندرکاران 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 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 جوابیه  
بنیاد ملی بازی های رایانه ای) را به عنوان وظیفه ی محول شده شورای عالی انقلاب فرهنگی انجام داده اید؟ لظفاً به فعالین این حوزه پرمخاطب گزارشی 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 سیرری را برای حضور کشورهای اسلامی در این نمایشگاه ترسیم نموده اید؟ البته با فرض آنکه  
مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی را به صورت سلیقه ای تفسیر نفرموده اید، یا بفرمایید برای برگزاری دوره های آموزشی حتی در انستیتو 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 بهترین خروجی ها را داشته اند، به  
صورت دسته جمعی (در کنار مدیران مالی بنیاد) استعفا داده اند؟ لظفاً طبق تمهیدی 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 نمایید!

۶- در بند ۶ جوابیه خود همچنان درباره ماهیت تأسیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای فرافکتی فرموده اید و با بیان آنکه چگونه فردی مانند بابک کرباسی 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... مطالبی را  
بیان کرده اید...

یاللمعجب! 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 بیشتر از شما داشته باشد و وقتی اولین محصول خود را در بازار ایران عرضه کرده است، شما در حال تحصیل در دوران متوسطه بوده اید، نمی تواند اساس  
نامه یک بنیاد را در نشست خبری روخوانی کند و این امر نیاز به شجاعت خاصی دارد که برایتان سؤال شده است که چطور به خودم اجازه داده ام؟  
... مخاطبین محترم و دلسوزان عرصه فرهنگ و هنر لظفاً بخش هایی از اساس نامه بنیاد را که برخلاف نص صریح قانون خدمات کشوری مبنی بر عدم واگذاری  
مسئولیت 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، بررسی 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.

طبعیتاً 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 تولید قوانین حاکمیتی در حوزه محصولات مرتبط با گروه های سنی مختلف در اختیار یک مؤسسه فرهنگی  
هنری غیردولتی گذاشته شده است باعث می شود عاجزانه درخواست کنیم تا دیوان عدالت اداری و دیگر دستگاه های مرتبط، به بررسی پرونده فوق ورود کنند  
و در صورت صلاحدید با ابطال مصوبه این شورا، نص صریح قانون خدمات کشوری را اجرا کرده و تولید 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 بی سوادى منتقدین تأسیس این بنیاد غیردولتی نیز از بین برود و اصل بر حاشیه پیروز شود. دلایل حقوقی این ادعا نیز در اختیار مجریان قرار خواهد  
گرفت. (مسئولین محترم وقت در شورای عالی انقلاب فرهنگی می توانستند برای واگذاری این قبیل خدمات حاکمیتی، این بنیاد را با عنوان مؤسسه 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 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 "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 شأن 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 سلیقه 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 نظارت 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 اساس نامه بنیاد مانند مصوب جلسه ۵۸۴ آن شورا، موضوعاتی که نیاز  
به تغییر دارند نیز باید مجدداً به 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 وظایف 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 شبیه توجیه کم کاری و سردرگمی مدیریت بنیاد در برخورد با این موضوع است) حذف شده و مجوزی جدید به نام "ممیزی پس  
از نشر" ابلاغ 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 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" اجرا شده  
است و اهداف دیگری غیر از حذف پروانه تولید بازی های رایانه ای دارد را رسماً بیان کنند؟! اگر در مقطع کنونی به دلیل رقابت های (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) سیاسی و گرفتاری های اقتصادی و تاملی منطقه ای و... برخی مسئولین عالی رتبه کشورمان حواسشان به مصوبه های این چنینی نیست و واقعا نیز اولویت منطقی برای بررسی این گونه رفتارهای فرهنگی برخی مدیران میانی وجود ندارد، آیا نباید مدیران محترم مانند مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای که قبول مسئولیت کرده اند، امانت دار صندلی ریاست خود باشند و با غیرت ایرانی - اسلامی، حد و حدود تفویض ضوابط ۲۴ ماده 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 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 واپسین 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 تفویض کرده اند؟

خبردارید این ضوابط یا حتی تغییرات دولتیانه 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 تأیید 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 ابتدای امر موردبازنگری و دریافت مجوزهای 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 حمایتی تاکنون نیستند. چرا این گروه های بااستعداد ندانسته وارد پازل پیچیده و نسخه ی استحاله فرهنگی غرب شده اند؟ شما برای آگاهی آن ها تلاشی نکرده اید چون خودتان نیز به این جنگ 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 بی رنج، ناچار هستند برای کسب پول و گردش مالی، هر محصولی را حتی با برند ... بسازند و یکی از مقصرین این مریضی فرهنگی دوران مدیریت شما است. این غفلت را نباید فراموش کنیم که حذف پروانه تولید از وظایف بنیاد، که خبر جایگزینی 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 نقد به بنیاد ملی درباره حذف پروانه تولید) ضربه مهلکی به تلاش های یک دهه ای تولیدکنندگان محترم این کسب و کار زده و خواهد زد. امیدوارم این موضوع موردبررسی 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 هرکس با هر اعتقاد و بینش و نگرش و ملیت و هدفی می تواند برای تمام گروه های سنی کشورمان محصولی 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 اینستا 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 پا 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 دهانتش برچسب می زنی و از او شکایت قضائی هم می کنی!

۸- در بند ۸ بیانیه خود فرموده اید: ... اعطای پروانه ساخت برای محصولی که هرروز 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 شود!

با این تفاسیر و تمایز شما و به دلیل راحتی ساخت فیلم های خانگی که نیاز به بیرون رفتن از منزل ندارند می توانیم با افتخار مجوز ساخت فیلم های ویدئویی را نیز حذف کنیم و به دلیل به روز بودن بخش عظیمی از کارگردان های اروپا رفته ی سینمای کشور، بگویم بفرمایید هرچه دوست دارید بسازید، اگر بد بود پس از چند روز نمایش در سینماهای کشور یا بخش نمایش خانگی، آن را "ممیزی پس از نشر" می کنیم! احتمالاً مسئولان محترم بنیاد در خواب هستند و تا زمانی که با لگد دشمن فرهنگی بیدار شوند، بی به اشتباه های مدیریتی خود نمی برند. قضاوت درباره این نگاه و اعتراف مدیران فرهنگی کشور را بر عهده مخاطبان و مسئولین ذی ربط در دستگاه های امنیتی می گذاریم.

۹- در بند ۹ بیانیه نیز مجدداً اشتباه خود درباره مدیریت فرهنگی و وظایف بنیاد را با کمی چاشنی اپوزیسیونی و مظلوم نمایی مدیریتی برای قشری خاص در حوزه قوانین فرهنگی مطرح کرده اید که نیازی به پاسخ ندارد، العاقل یکنی بالإشارة...

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 تولید شده است، به مخاطبان این بحث و مسئولین امر ثابت کردید که ادامه روند فعلیتی شما برای آینده این کسب و کار در کشورمان بسیار خطرناک است (البته قطعاً عده ای هم بسیار مشتاق ادامه حضورتان هستند) برای فهم بهتر ماجرا تجسم کنید یک کارگردان در جمهوری اسلامی ایران یک فیلمی بسازد برای برنده شدن در جشنواره های بین المللی و با استانداردهای پوششی، محتوایی و داستانی کشور هدف مثلاً آمریکا و با هر سوزی ای و مسئولان محترم جشنواره ای مانند فیلم فجر به این فیلم که نه فیلم نامه آن را تصویب کرده اند و نه حتی پروانه تولید دریافت کرده است، جایزه بدهند ولیکن شرط کنند که این فیلم بدون ویرایش و تغییرات داستانی، محتوایی، پوششی و... نباید 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 ویژه به کودکان و نوجوانان!

این یعنی وقتی یک گروه باسواد 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 منافع برخوردار سلبی نیستم) حداقل رفتار ایشان را تشویق نکنید و جایزه ای به ایشان برای بازی غیرقابل نشر در بازار ایران تقدیم نکنید تا راه غلط را برای دیگر بازی سازان مشخص نکنید. وظیفه شما ریل گذاری برای آینده است. هر تصمیمی شما می تواند آینده این کسب و کار را به سمت دیگری سوق دهد. تغییر ذائقه بازی ساز با تصمیم های شما و جوایز خاص و سفارشی شما، میسر می شود که متأسفانه در این امر موفق بوده اید. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ۱۱- در بند ۱۱ فرموده اید رده بندی سنی مثلاً ۲+ سال برای بازی های آنلاین بدین معناست که حتی اگر یک کودک سه ساله پای بازی بنشیند برای او سرگرم کننده خواهد بود و محتوای مخربی ندارد و این که کودک کار یا اینترنت را بلد است یا نه هیچ ارتباطی به این مسئله 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 گویا همچنان برای موضوع فرهنگ سازی و تأثیر مجوزها و فعالیت های آن بنیاد بر بیکره جامعه، فکری نشده است. تفاوت وظیفه بنیاد 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 (بنیاد ملی بازی های رایانه ای) مسئولیت 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 هایی مانند تاس بازی برای موبایل هستیم که البته در بود عرضه مهر رده بندی سنی ۲+ سال بنیاد ملی بازی های رایانه ای دارند؟! یا بازی هایی مانند خروس جنگی که با وجود ابزارهای جنگی مانند شمشیر و نیزه و اسلحه نظامی و تیر و... برای سنین 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 سنی بازی ها اعتقاد دارید، چرا بازار این حوزه فرهنگی بدین 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...

خدا را شکر، ای کاش قبل 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 نظر شما بخش کوچک) را که اکثراً بازی های وارداتی پرسود در بازار ایران هستند در اختیار رسانه ها قرار خواهم داد تا مخاطبان تفاوت وعده و عمل را درک کنند و خانواده ها نیز بداندند 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 جوییه بنیاد، لفظاً 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 نبوده 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. لفظاً 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، ثانیاً تاکنون درآمدهای اختصاصی داشته که عملکرد مالی آن لاف 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 نظارت 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! وگرنه در عصر گردش آزاد اطلاعات، این همه کذب و افترا علیه یک نشست مطبوعاتی غیرمنطقی است. بودجه مستقل بنیادی که شما بر صندلی مدیریت عاملی 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 کنیم به جای لجنپزی با منتقدین 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 فعالین این حوزه را به آرامش برسانید.

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 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 تذکرات فراوان در حال دهن کجی به دستورالعمل های صادره در خصوص قانون کپی رایب و خروج ارز از کشور هستید و این گونه با فراقکنی و توجیه غلط های مدیریتی این سال ها که خود بهتر می دانید امروز کنترل اوضاع برایتان مانند کلافی سردرگم شده است، در حال فرار روبه جلو هستید.

مخاطبان عزیز دقت بفرمایند که در خصوص رعایت قانون کپی رایب محصولات خارجی و خروج ارز از کشور به دلایل مختلف و نیز آنکه جمهوری اسلامی ایران درباره پیوستن به کنوانسیون بین المللی کپی رایب به جمع بندی نرسیده است و چندین دلیل دیگر که از آن گذر می کنیم، هیچ فیلم انیمیشن یا بازی رایانه ای به صورت لورجیتال 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 محبوب" 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 کپی رایب، ارز از کشور خارج کنیم ولی در گرفتاری های این روزهای مسئولین، 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 بی اندیشند یا حداقل با نگارش یک پیوست فرهنگی بتوانند امروز در مقابل منتقدان پاسخ علمی داشته باشند، صورت مسئله را پاک کرده و به گفته خودشان با جذب ۲۰ الی ۴۰ درصدی بخشی از این پول ها توسط شرکت های دلال و لوکالایزکننده ایرانی (که طبیعتاً این کسب و کارهای میلیاردی غیرمنطقی در اختیار امثال من و شما خواننده محترم قرار نمی گیرد!) شبکه بانکی 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 ۳۰ الی ۴۰ درصد حق دولتی فروش این بازی های موبایلی وارداتی با عدد مثال زده شده برای یک بازی نمونه خارجی در ایران، چقدر است؟ بیش از یک صد بازی محبوب و پر فروش تلفن همراه در ایران طی ۲ سال گذشته وارد و لوکالایز (ترجمه و بومی سازی) شده است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) تو خود حدیث مفصل بخوان از این مجمل.

۱۵- در بند ۱۵ از بیانیه خود فرموده اید که در مطلب، ذکر شده شرکتی 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 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 ۳۷۵ میلیون تومان این وام دریافت شده است. برای دریافت این میزان از وام نیز سند ملکی در گروه 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 گذاشتید. چندخطی درباره این ماجرا خطاب به مخاطبان و مسئولین محترم، مطالبی را بیان می کنم به شما و عدالت شما که دیگر امید می ندارم:

طی سال های گذشته، وعده های زیادی به بازی سازان (قدیمی و جدید) داده شده است. بخشی از وعده های مسئولین 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 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 سررسید وعده ها فرارسید و در یک مورد خاصی که مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اعلام کردند به بازی سازان عضو سازمان نظام صنفی ۳۰۰ میلیون ریال وام فوری پرداخت می کنند و برای این موضوع نیز خیلی مصاحبه کردند (به عنوان نمونه اینجا را مطالعه بفرمایید) شخصاً به دلیل مشکلات مالی شرکت (و البته بررسی دقیق ماجرا به دلیل مسئولیت صنفی در آن زمان) نیز درخواست دریافت تسهیلات ۳۰۰ میلیون ریالی! در کنار ۲۰ شرکت دیگر را به بنیاد ملی بازی های رایانه ای تقدیم کردیم. از آن ماجرا و نتایج خبری و مصاحبه های یک طرفه مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره حمایت از بازی سازان ایران فقط یک 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 یک سال است.

متن مصاحبه نیز در سایت خبرگزاری مهر مورخ ۲۵/۰۶/۹۵ موجود است. اما بناتید این دلسوزی که اینجا در بیانیه بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای حمایت از شأن یک شرکت بازی ساز خرج شده است، تاکنون برای ۲۰ شرکت بومی صرف نشده و فقط ایشان مصاحبه های رنگارنگی درباره خدمت و اعطاء وام به بازی سازان از طریق سازمان نظام صنفی داشته اند، اما در مقام عمل اصطلاحاً به دلیل دبه کردن در وعده های خبری و تغییر شرایط وام قرض الحسنه به وام بهره ای و نیاز به ضامن و سند و ... این وام ها رسماً به دلیل کوتاهی بازی سازان منتفی شد! شخصاً سه جلسه با ایشان و مدیریت مالی آن بنیاد برای دریافت وام ۳۰ میلیون تومانی شرکت های متقاضی برگزار کردم و طبق اسناد موجود اعلام کردند اینکه شما نمی توانید از فرصت 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 کرده اند.

البته اگر مسئولی در دستگاه های نظارتی این متن را می خوانند، لطفاً از طریق پست بانک پیگیری 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 نتیجه نگرفتند، حاضرم این اسناد را در اختیارشان بگذارم!) در موارد مشابه دیگر نیز برای دریافت وام وجوه اداره شده که مدیریت و تولید اصلی جلسات بررسی طرح ها در وزارت ارتباطات در اختیار بنیاد ملی بازی های رایانه ای قرار گرفته است، معاونت حمایت بنیاد به عنوان نماینده، مسئولیت 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 ...

خواننده محترم دقت بفرمایند در مقایسه کف وام (۳۰ 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 یک یا دو مورد.

یعنی حتی در بی عدالتی حمایتی این متولی نیز صداقت وجود ندارد. ادامه این بحث در فضای مجازی و معرفی دقیق ژن های برتر که جزو لیست اصلی دریافت کنندگان برخی وجوه خاص هستند بماند تا در فرصت مناسب در اختیار مسئولین امر قرار بگیرد (از دریافت وام خاص برای یک مسئول بنیاد از یکی از شعب بانک ... به نام تولیدکننده بازی رایانه ای! تا وام های وجوه اداره شده و مصاحبه وزیر محترم ارتباطات درباره پرداخت ۱۰ میلیارد وام به بازی سازان یا پرداخت وام های بانک ... برای نزدیکان بنیاد به جای بازی سازان عضو نظام صنفی یا حتی قراردادهایی بدون بررسی و کنترل مالی یا برگزاری مزایده برای ایجاد زمینه رقابت بخش خصوصی برای برپایی زیرساخت های اداری بنیاد در حوزه فرایندهای جامع مالی و اداری و پشتیبانی، صدور مجوز نشر، صدور پروانه ساخت بازی!) اما همین را بدانید که غیر از عدم رعایت اصل امانت داری در دریافت طرح برخی فعالین این حوزه و تبدیل برخی طرح های مستقل به طرح های متعلق به یک کارتل فرهنگی -- اقتصادی توسط برخی معاونان بنیاد ملی بازی های رایانه ای (شرکتی که از تولید کارت تخفیف خرید فروشگاههای تا دزدگیر منزل و... را در کنار ترجمه بازی های خارجی و بازی سازی انجام می دهد) و انعقاد قراردادهای حمایتی گران قیمت برای راه اندازی طرح های موزایی در کشور یا کد "..." نیز به وفور اجرایی شده است.

مثلاً مجموعه ای خصوصی با چند سال سابقه در راه اندازی و نگاه داری اطلاعات مشاغل مربوط به صنعت بازی سازی کشور را به صورت خودجوش بر عهده داشت، اما ناگهان تصمیم گرفته شد با حمایت معاونت علمی ریاست جمهوری و دخالت بنیاد ملی، دوباره سازی سایت مشابه باتامی دیگر در اختیار همین کارتل فرهنگی قرار بگیرد. یا به عنوان نمونه بعد از موفقیت یک کسب و کار تبلیغاتی-تجاری برای تبلیغات در بازی های موبایل و... طرحی مشابه یا حمایت های خاص برای همین کارتل فرهنگی مصوب شد تا موزایی کاری جدیدی با حمایت های بنیاد شکل بگیرد.

یا مثلاً وقتی یکی از شرکت های قدیمی این صنعت که آبروی خوبی در سطح بین المللی با توجه به تولیدات بسیار فاخر در حوزه ساخت بازی های رایانه ای بومی 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 فریب افکار عمومی، طرح جدید به صورت غیرمستقیم و با هزینه وام و حمایت های مرتبط در سید همان کارتل فرهنگی -- اقتصادی (این بار به عنوان مجری فنی انحصاری) واریز شد.

یا حتی انعقاد قرارداد با برخی افراد برای راه اندازی طرح هایی مانند ساماندهی بازی ها و اطلاع رسانی که گویا به دلیل خصوصی بودن اساسی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) نامه بنیاد، نیازی به انتشار فراخوان و مناقصه در هیچ یک از این طرح ها نبوده است!

از این نیز بگذریم... فقط مسئولین محترم و مخاطبان بدانند این صنعت و کسب و کار تا روزی که به جای مادر، نامادری داشته باشد، همین است و تغییری احساس نخواهد شد و قطعاً پیشرفتی نیز حاصل نمی شود.

۱۶- در بند ۱۶ بیانیه خود فرموده اید: مبارزه دو خروس 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 زاست چراکه در اغلب بازی ها مبارزه نقشی اساسی ایفا می کند...

فراقتی و فرار روبه جلو در جوایبه 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 موبایلی موفق ایرانی در بازار بین الملل است را نقد کرده ام و همچنان معتقد هستم نباید ظرفیت بنیاد و وام های بازی سازی و بودجه های دانش بنیان و ... صرف ساخت چنین محصولات می شود! این حمایت ها به نوعی حق الناس است که بهتر بود بنیاد ملی بازی های رایانه ای یک مقدار ملی تر برخورد می کردند. مثلاً بررسی می کردند که چه طرح هایی می تواند صنعت بازی سازی در کشور را مستقل کند، نه اینکه چه طرحی می تواند فرد را عزیز یک جریان خاص سیاسی کند!

درباره این محصول و مشکلات محتوایی آن مطالب زیادی در تشریحات و فضای مجازی منتشر شده است که به راحتی قابل دسترسی است. فقط همین قدر بنیاد که در بازدید یکی از عالی ترین مقام های علمی کشور از این شرکت لوکالایزکننده بازی های موبایل (و سازنده برخی عناوین بومی) این مجموعه در کمال ناباوری به عنوان یکی از بهترین شرکت های دانش بنیان کشور معرفی شده است!

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

در مصاحبه گفته ام: بنیاد ملی بازی های رایانه ای همین امروز در نمایشگاه «گیمزکام» شرکت دارد. اینکه چگونه خود را به بی اطلاعی می زیند و برای یک اشتباه تایپی و جایه جایی ب به جای م این گونه خود را به بیراهه می زیند و در بیانیه رسمی خود مدعی می شوید که این حضور خیالی را درک نکرده اید نیز برای من جالب بود که چقدر وقت آزاد و انرژی 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 ۲۵ میلیون گیمز که در مطلب آورده شده از کدام منبع است...

واقعاً نمی دانم 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 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 بابت این یک قسمت از مصاحبه، بنده را متهم به نشر اکاذیب نفرمائید. همان صحبت های قبلی کفایت می کند. \*بخشی از جوایبه و برخی از نامه های مطروحه در آن مطابق با قانون مطبوعات قابل انتشار نبوده و نزد خبرگزاری فارس محفوظ است.

## هشدارنیوز

### صنعت بازی های رایانه ای بی خطر و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست / باید سواد رسانه ای مسئولین و خانو

(۹۶/۷/۱۸-۹۶/۷/۱۸)

، نشست تخصصی بررسی وضعیت بازی های رایانه ای و مسائل پیرامون آن با حضور بابک کرباسی یکی از تولید کنندگان این بازی ها و حمید صدیق میرزایی کارشناس رسانه های نوین در خبرگزاری فارس برگزار شد.

پس از انتشار مطالب بابک کرباسی با عنوان گردش مالی ۱۵۰ میلیارد تومانی بازی «کلش آف کلنز» در ایران / ماجرای وام ۱۴ میلیاردی به یک آقا زاده! / 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.

بابک کرباسی 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 بیانیه ۱۸ ماده 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 هایی 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 محتوی تعهد دارد. کسی که قریحه هنری دارد، نباید به سطح پایین اکتفا کند. این یک تعهد است. هنرمند تئیل 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 محتوی است. ما چه می خواهیم ارائه بدهیم؟ 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 بیانیه طولانی خود، ضمن فراقتی و تعهدت به بنده فرموده اید: در ابتدای مطلب اشاره شده که میزگرد با حضور دو نفر برگزار شده است اما در ادامه تنها سخنان یکی از حاضران آورده شده است که نشان می دهد اساساً این مطلب خروجی یک میزگرد نیست بلکه تریبونی یک طرفه برای اشاعه مطالب ناصحیح و نشر اکاذیب است... (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) نسبت به بی اطلاعی شما از معنی میزگرد، نشست خبری، مناظره ... و نیز بی اطلاعی شما از صحبت های مطرح شده در دو بخش متفاوت درباره فضای مجازی و بازی های رایانه ای عبور می کنیم و قضاوت را به خوانندگان واگذار می کنیم.

اما درباره قسمتی که فرموده اید بنده مطالب ناصحیح و اکاذیب منتشر کرده ام، خدمتان عرض می کنیم اگر واقعاً کوچک ترین کذبی 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 رأفت و محبتی در دادگاه علیه بنده اعلام جرم بفرمایید تا مطالب و مستندات که به دلیل رعایت اصول و ضوابط نمی توانم در رسانه ها مطرح کنم را در اختیار قاتون 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.

اگر هم فقط در حد یک بیانیه و به جهت خالی نبودن فعالیت های بنیاد در مقابل منتقدین "گردش کاری" انجام داده اید و قصدی برای شکایت ندارید، بشارت می دهم که به زودی بنده به عنوان شاکی خصوصی از آن بنیاد "ملی" شکایت خواهم کرد. تا سه 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 آلود 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 می شود، تفاوت دارد.

اصولاً اگر به مقوله محتوای تولید شده در محصولات فرهنگی به عنوان خوراک ذهنی برای گروه های سنی 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 آنکه ذهن مخاطبین، نسبت به ادعای اینجانب و دغدغه های بیان شده در نشست خبری درباره قریب الوقوع بودن بروز سونامی بی اخلاقی و بازگشت ادبیات دوران جاهلیت به ادبیات نسل جدید روشن شود، کافی است خلاصه ای از چند داستان مجموعه بازی های ایرانی اصطلاحاً زرد تولید شده برای تلقین های همراه در دوران تولیت حضرت عالی در همین بنیاد ملی بازی های رایانه ای را عیناً ارائه کنیم:

۱- بازی ... در این بازی شما چهار حرکت ویژه دارید: چک، بیخ! ضایع کردن و عریضه 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 با بقیه نوجه های گنده لاتها به صورت کاملاً هم زمان و بلادرنگ به صورت مرحله ای میارزه و رقابت می کنید.

صدها نمونه بازی دیگر که یا شما می دانید این محتوا چه تأثیری بر آینده کودک و نوجوان این مرزوبوم 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 و برجسب زنی به این جانب که فقط نقدی از سر دلسوزی بیان کرده ام (توهین از طریق برخی رسانه ها فایده چندانی برایتان ندارد) باید با نگاه به عملکرد برخی مدیران فرهنگی در خصوص صدور اجازه تولید و نشر این قبیل محصولات و البته سکوت معنادار متولیان محترم بالادستی در شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی فضای مجازی که با عملکرد غلط و سکوت آن ها برای تولیدکنندگان بازی های ایرانی موضوع مدیریت فرهنگی و تأثیر محتوای تولید شده در بازی ها به خوبی تبیین نشده است، بایستیم و شما یا همکارانتان را تشویق هم کنیم تا خدای ناکرده به آقایان متولی فرهنگ برنخورند و با برجسب زنی جنابان در افکار عمومی نیز متهم به جلوگیری از گردش آزاد اطلاعات نشویم.

قرار بود طبق دستورالعمل های صادره، شورای عالی فضای مجازی علاوه بر جبران اشتباهات 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 کنند! به 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 نقد و بحث و گفتگو توسط فردی چون من در رسانه ها نباشد ولیکن متأسفانه نه تنها چیزی تغییر نکرده است حتی خروجی های سند ملی صنعت بازی های رایانه ای و آیین نامه های 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 بازی های رایانه ای زنده کنند و بر سر زبان بیندازند (تولید بیش از ۱۰۰ بازی رایانه ای بومی با محتوای زرد طی دو سال گذشته) و خانواده هایی که بی خبر از این سونامی بی 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 متهم هستیم به آنکه می خواهیم جلوی پیشرفت و تمدن را بگیریم ... ما خود را افسران جنگ نرم می دانیم و همچنان تا پایان یافتن اشتباهات مدیریتی در این حوزه، از پای نخواهیم افتاد و حرف هایمان را بلندبلند و آتش به اختیار می گوئیم. شاید کسی شنید.

در بخشی دیگر از همین بند از جوابیه، بنده را متهم کرده اید به تحریک و تشویق اذهان عمومی جامعه (فکر می کنیم منظورتان تشویش اذهان عمومی بوده است) و از جانب بنده فرموده اید که گفته ام: تنها با اعتراض عمومی می توان کاری را به پیش برد!!

اینکه چرا جملات آن مصاحبه را این گونه خوانده اید و این همه برجسب به بنده زده اید را درک نمی کنیم، البته احساس می کنیم تیر انتخاب شده برای بازتشریح این نشست در برخی رسانه ها که با عنوان "زن برتر در حوزه بازی های رایانه ای" انتخاب شده بوده است به مذاق شما خوش نیامده و این گونه همه چیز را اشتباه خوانده اید.

این تیر که برگرفته از متن صحبت های بنده است به سلیقه آن خبرگزاری ها انتخاب شده است و البته بنده منظوری درباره شما به عنوان یک آقازاده محترم، نداشته ام و بیشتر صحبت ها درباره اشتباهات وزارت ارتباطات، معاونت علمی ریاست جمهوری ... و اهدا وام های ادعایی ۱۰ میلیارد تومانی توسط وزیر محترم

وقت و ادامه این مباحث توسط جناب آقای چهرمی به عنوان حمایت از بازی سازان ایران بود (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) پس کمی با آرامش و متانت متن 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 می‌کنم بخوانند. تا قضاوت نمایید که چرا آقایان متولی فرهنگی با تهمت و سیاه‌نمایی از پاسخگویی فراری هستند.

در مصاحبه این گونه عرض کرده‌ام: در حال حاضر، تصمیم‌های اشتباهی گرفته‌اند و امروز فقط با یک تصمیم جدید، روبه‌رو 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 داده‌ام 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 متولیان فرهنگ باید آماده‌روبه‌رو شدن با آن نیز باشند! بگذریم...

۳- در بند ۳ جوابیه مدعی شده‌اید به تهمت زدن بنده درباره بی‌سوادی مسئولان در حوزه بازی‌های رایانه‌ای و فرموده‌اید: در بنیاد ملی بازی‌ها به اندازه کافی کارشناسی خبره وجود دارد. در ادامه نیز اعتراف کرده‌اید که حتی اگر مسئولان نهادهای دیگر تسلط کافی به سواد حوزه بازی‌های رایانه‌ای نداشته باشند نیز اهمیت آن زیاد نیست چرا که تصمیم‌گیری‌ها در این زمینه باید با مرکزیت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به عنوان مرجع تخصصی گرفته شود.

اگر به گفته خودتان مسئولیت این حوزه بر عهده بنیاد است و نباید نگران بی‌سوادی مسئولان در خصوص تولید محصولی فرهنگی به نام بازی رایانه‌ای باشیم، بفرمایید در خصوص فرهنگ‌سازی برای والدین کودک و نوجوان (دانش‌آموزان) که بحث اصلی این قسمت از نشست بوده است، چه کرده‌اید؟ همچنان معتقد هستم به دلیل بی‌سوادی برخی مسئولان نسبت به معنی **Video Game** و جدی‌نگرفتن بازی‌های رایانه‌ای، امکان ایجاد زیرساخت‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی برای فرهنگ‌سازی بازی‌های رایانه‌ای وجود ندارد و البته همچنان مدعی هستم به دلیل بی‌سوادی برخی مسئولان وقت در سال‌های گذشته، حتی اساس 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 می‌کند) تصویب شده است. حضرت عالی مدعی خلاف عرایض بنده هستید؟ بسم الله، پاسخگو باشید: چرا وضعیت این کسب و کار با وجود افراد تبحری و باتجربه‌ای که شما فرموده‌اید در رأس مدیریت این حوزه نشسته‌اند این گونه است؟ این ولنگاری فرهنگی در محتوای بازی‌های تولیدشده در ۲ سال گذشته از چه چیزی نشأت گرفته است؟ عدم رعایت عدالت برای تولیدکنندگان بازی‌های رایانه‌ای و عدم کارشناسی دقیق مشکلات بازی‌سازان در دوران قائم مقامی و مدیرعاملی شما، حاصل بی‌سوادی شما و گروهتان است یا حاصل بی‌سوادی و کم‌تجربگی دیگر مسئولان امر نسبت به حوزه بازی‌های رایانه‌ای؟ آیا نظارت، ساماندهی و شتاب‌دهی آن مجموعه بر حوزه تولیدات فرهنگی فوق، هم‌زمان با اصلاح امور و بالا بردن سطح سواد دیجیتال مسئولین و خانواده‌ها در کنار افزایش فهم تولیدکنندگان محترم نسبت به مقوله فرهنگ و محتوا بوده است یا بی‌تجربگی کرده‌اید و برای گزارش کار فقط به آمارها کفایت کرده‌اید؟

۴- در بند ۴ بیانیه، متأسفانه مدعی شده‌اید که صنعت بازی‌های رایانه‌ای مانند سینما نیست که هالیوود آن را تسخیر کرده است! و فرموده‌اید که منتسب کردن بخشی از صنعت بازی‌های رایانه‌ای جهان به صهیونیست‌ها دارای اشکال است.

لطفاً بفرمایید ماهیت مدیران، متخصصین و کمیانی‌های بزرگ صهیونیست‌سازنده بازی‌های رایانه‌ای فاخر و **AAA** مانند **Michael Jaret** در **Running With Scissors** یا **Robert Kotick** در **Activision Blizzard** یا **Robert Altman** در **Bethesda Softworks** یا **Harry Albert** در **Sam & Jack Warner** یا **Warner Bros Interactive Entertainment** یا حتی **Strauss Zelnick** در **T2** چیست؟ چرا وقتی تمام دنیای غرب حتی کارشناس‌هایی که شما آن‌ها را قبول دارید، صنعت بازی‌های ویدیویی را فراتر از سرگرمی می‌دانند و اذعان دارند که آینده و نبرد از طریق انتقال مفاهیم، با تولید محتوای سرگرمی‌ها و بازی‌های رایانه‌ای در کنار فلسفه تولید عناوین مختلف و بزرگ این حوزه نهفته است، مردم و مسئولین را به سمت مصرف‌گرایی محصولات بومی صرفاً زرد (بازی‌های ایرانی که بالاتر معرفی کردم) یا محصولات بعضاً مضر وارداتی سوق می‌دهید و حتی اعتراض‌های رسانه‌ای به این رویه را نیز برنمی‌تابید و این گونه عصبانی می‌شوید؟

در حال حاضر باید برای تکذیب نقش مالکان صهیونیست در بخش قابل توجهی از صنعت بازی‌های رایانه‌ای دنیا سینه‌چاک دهید و علیه جملات بنده در نشست خبری درباره برخی بازی‌سازان و لزوم توجه خانواده‌ها به محصولات سرگرمی وارداتی فرزندان بالای ۳ سال ایشان، تکذیبیه بدهید یا باید برای اصلاح امور تولیدکنندگان و ساماندهی بازار آشفته محتوای بازی‌های تولیدی داخل یا حتی وارداتی‌ها وقت بگذارید؟

به کجا چنین شتابان؟

خوآندگان و مخاطبان عزیز نیز توجه داشته باشند که هدف از بیان این نمونه‌ها، آن است که صنعت بازی‌های رایانه‌ای را نیز مانند صنعت سینما جدی بگیرید و بدانید همه چیز در این حوزه بی‌خطر و بی‌نیاز از کنترل خانواده‌ها نیست. باید هوشیار و بیدار باشند و بدانند بخشی از این سرگرمی‌ها برای فرهنگ قومیت و دین فرزندان مضر است. البته بازی‌های رایانه‌ای و سرگرمی‌های دیجیتال در کنار این حساسیت‌ها، صنعت بسیار مهیج، زیبا و جذاب تری نسبت به سینما است و نمی‌توانیم تحت هیچ شرایطی فرزندان این مرزوبوم را از تجربه این محصولات فرهنگی محروم نماییم، اما می‌توانیم آگاهانه انتخاب کنیم و با چشمان بسته به هر چه با مجوز امثال بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در اختیار عموم قرار گرفته است، اعتماد نکنیم. باید سواد دیجیتال و سواد رسانه‌ای مسئولین و خانواده‌ها بالا برود تا آینده بهتری داشته باشیم...

۵- در بند ۵ و در قسمت بیان وظایف اصلی بنیاد (طبق مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی) بزرگ‌ترین اشتباه این سال‌ها را که شخصاً همیشه آن فریاد می‌زدیم که شما عزیزان وظایف خودتان را نمی‌دانید، به زبان خود تکرار کرده و اعتراف بدی کرده‌اید! به نظر می‌رسد حق با من بوده است و مدیران محترم بنیاد کمی دچار سوءتفاهم هستند. لیست ارائه شده به عنوان وظایف اصلی بنیاد اشتباه است! در واقع این لیست، اهداف بنیاد (طبق اساس نامه مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی) است که متأسفانه حتی به یکی از بخش‌های اصلی اهداف تأسیس بنیاد (طبق اساس نامه) یعنی نظارت بر فرآیند تولید و واردات بازی‌های رایانه‌ای (حداقل در بخش تلفن‌های همراه) عمل نمی‌کنید و بدون سیر مراتب قانونی آن را از عملکرد خود حذف کرده‌اید (درباره این تخلف عجیب حضرت 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 سیاست‌ها در زمینه بازی‌های رایانه‌ای جهت ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی - برنامه ریزی و طراحی کلان در زمینه این بازی‌ها در ابعاد مختلف تفریحی، آموزشی و کمک آموزشی (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) 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 داخلی و خارج از کشور به منظور رشد و ارتقاء صنعت بازی های ویدئویی و رایانه ای تدوین استانداردهای لازم جهت بررسی کمی و کیفی 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

برگزاری، 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 اندرکاران 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 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 جوابیه بنیاد ملی بازی های رایانه ای) را به عنوان وظیفه ی محول شده شورای عالی انقلاب فرهنگی انجام داده اید؟ لظفاً به فعالین این حوزه پرمخاطب گزارشی 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 **IGC** 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 سلیقه ای تفسیر نفرموده اید، یا بفرمایید برای برگزاری دوره های آموزشی حتی در انستیتو 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 بهترین خروجی ها را داشته اند، به صورت دسته جمعی (در کنار مدیران مالی بنیاد) استعفا داده اند؟ لظفاً طبق تمهیدی 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 نمایید!

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 بابک کرباسی 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... مطالبی را بیان کرده اید...

بالعجب! 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 بیشتر از شما داشته باشد و وقتی اولین محصول خود را در بازار ایران عرضه کرده است، شما در حال تحصیل در دوران متوسطه بوده اید، نمی تواند اساس نامه یک بنیاد را در نشست خبری روخوانی کند و این امر نیاز به شجاعت خاصی دارد که برایتان سوال شده است که چطور به خود اجازه داده ام؟ ... مخاطبین محترم و دلسوزان عرصه فرهنگ و هنر لظفاً بخش هایی از اساس نامه بنیاد را که برخلاف نص صریح قانون خدمات کشوری مبنی بر عدم واگذاری مسئولیت 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، بررسی 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. اینک چگونه در شورای عالی انقلاب فرهنگی، موضوع تولید قوانین حاکمیتی در حوزه محصولات مرتبط با گروه های سنی مختلف در اختیار یک مؤسسه فرهنگی هنری غیردولتی گذاشته شده است باعث می شود عاجزانه درخواست کنیم تا دیوان عدالت اداری و دیگر دستگاه های مرتبط، به بررسی پرونده فوق ورود کنند و در صورت صلاحدید با ابطال مصوبه این شورا، نص صریح قانون خدمات کشوری را اجرا کرده و تولید 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 بی سوادى منتقدین تأسیس این بنیاد غیردولتی نیز از بین برود و اصل بر حاشیه پیروز شود. دلایل حقوقی این ادعا نیز در اختیار مجریان قرار خواهد گرفت. (مسئولین محترم وقت در شورای عالی انقلاب فرهنگی می توانستند برای واگذاری این قبیل خدمات حاکمیتی، این بنیاد را با عنوان مؤسسه 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 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 "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 شأن 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 سلیقه 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 نظارت 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 اساس نامه بنیاد مانند مصوب جلسه ۵۸۴ آن شورا، موضوعاتی که نیاز به تغییر دارند نیز باید مجدداً به درخواست هیئت امنای 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 ...)



(ادامه خبر ...) وظایف هیئت امنای 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 شبیه توجیه کم کاری و سردرگمی 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 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 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" اجرا شده است و اهداف دیگری غیر از حذف پروانه تولید بازی های رایانه ای دارد را رسماً بیان کنند؟! اگر در مقطع کنونی به دلیل رقابت های سیاسی و گرفتاری های اقتصادی و ناامنی منطقه ای... برخی مسئولین 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 نباید مدیران محترم مانند مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای که قبول مسئولیت کرده اند، امانت دار صندلی ریاست خود باشند و با غیرت ایرانی - اسلامی، حد و حدود تفویض ضوابط ۲۴ ماده 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 رایانه ای بوده است را بداند؟ 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 واپسین 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 تفویض کرده اند؟

خبردارید این ضوابط یا حتی تغییرات دولتیانه در شرح وظایف بنیاد، به اطلاع هیئت امنای 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 تأیید 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 ابتدای امر مورد بازنگری و دریافت مجوزهای 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 حمایتی تاکنون نیستند. چرا این گروه های بااستعداد ندانسته وارد بازار پیچیده و نسخه ی استحاله فرهنگی غرب شده اند؟ شما برای آگاهی آن ها تلاشی نکرده اید چون خودتان نیز به این جنگ 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 بی رحو، ناچار هستند برای کسب پول و گردش مالی، هر محصولی را حتی با برند... بسازند و یکی از مفسرین این مریضی فرهنگی دوران مدیریت شما است. این غفلت را نباید فراموش کنیم که حذف پروانه تولید از وظایف بنیاد که خبر جایگزینی 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 نقد به بنیاد ملی درباره حذف پروانه تولید) ضربه مهلکی به تلاش های یک دهه ای تولیدکنندگان محترم این کسب و کار زده و خواهد زد. امیدوارم این موضوع مورد بررسی 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 هرکس با هر اعتقاد و بینش و نگرش و ملیت و هدفی می تواند برای تمام گروه های سنی کشورمان محصولی 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 میزبانی پس از نشر، آن محصول را اصلاح می نماید. دقیقاً درست متوجه شده اید، این همان نذر کردن روغن ریخته برای امام زاده است. یعنی در کشورمان ابتدا 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 پا 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 دهانتش برچسب می زنی و از او شکایت قضائی هم می کنند!

۸- در بند ۸ بیانیه خود فرموده اید: ... اعطای پروانه ساخت برای محصولی 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 شود!

با این تفاسیر و تمایز شما و به دلیل راحتی ساخت فیلم های خانگی که نیاز به بیرون رفتن از منزل ندارند می توانیم با افتخار مجوز ساخت فیلم های ویدئویی را نیز حذف کنیم و به دلیل به روز بودن بخش عظیمی از کارگردان های اروپا رفته ی سینمای کشور، بگویم بفرمایند هر چه دوست دارید بسازید، اگر بد بود پس از چند روز نمایش در سینماهای کشور یا بخش در نمایش خانگی، آن را "میزی پس از نشر" می کنیم! احتمالاً مسئولان محترم بنیاد در خواب هستند و تا زمانی که با لگد دشمن فرهنگی بیدار شوند، بی به اشتباه های مدیریتی خود نمی برند. قضاوت درباره این نگاه و اعتراف مدیران فرهنگی کشور را بر عهده مخاطبان و مسئولین ذی ربط در دستگاه های امنیتی می گذاریم.

۹- در بند ۹ بیانیه نیز مجدداً اشتباه خود درباره مدیریت فرهنگی و وظایف بنیاد را با کمی چاشنی اپوزیسیونی و مظلوم نمایی مدیریتی برای قشری خاص در حوزه قوانین فرهنگی مطرح کرده اید که نیازی به پاسخ ندارد، العاقل یکنفی بالإشارة...

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 تولید شده است، به مخاطبان این بحث و مسئولین امر ثابت کردید که ادامه روند فعلیتی شما برای آینده این کسب و کار در کشورمان بسیار خطرناک است (البته قطعاً عده ای هم بسیار مشتاق ادامه حضورتان هستند) برای فهم بهتر ماجرا تجسم کنید یک کارگردان در جمهوری اسلامی ایران یک فیلمی بسازد برای برنده شدن در جشنواره های بین المللی و با استانداردهای پوششی، محتوایی و داستانی کشور هدف مثلاً آمریکا و با هر سوژه ای و مسئولان محترم جشنواره ای مانند فیلم فجر به این فیلم که نه فیلم نامه آن را تصویب کرده اند و نه حتی پروانه تولید دریافت کرده است، جایزه بدهند ولیکن شرط کنند که این فیلم بدون ویرایش و تغییرات داستانی، محتوایی، پوششی و... نباید 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 نقد کرده ام یا مدیران (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) بنیاد به سمت اشیاء حرکت می کند: 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 باسواد 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 مدافع برخورد سلبی نیستم) حداقل رفتار ایشان را تشویق نکنید و جایزه ای به ایشان برای بازی غیرقابل نشر در بازار ایران تقدیم نکنید تا راه غلط را برای دیگر بازی سازان مشخص نکنید. وظیفه شما ریل گذاری برای آینده است. هر تصمیمی شما می تواند آینده این کسب و کار را به سمت دیگری سوق دهد. تغییر ذائقه بازی ساز با تصمیم های شما و جوایز 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 ۲+ سال برای بازی های آنلاین بدین معناست که حتی اگر یک کودک سه ساله پای بازی بنشیند 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 مسئله 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 گویا همچنان برای موضوع فرهنگ سازی و تأثیر مجوزها و فعالیت های آن بنیاد بر پیکره جامعه، فکری نشده است. تفاوت وظیفه بنیاد 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 (بنیاد ملی بازی های رایانه ای) مسئولیت 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 هایی مانند تاس بازی برای موبایل هستیم که البته در بود عرضه مهر رده بندی سنی ۲+ سال بنیاد ملی بازی های رایانه ای دارند؟! یا بازی هایی مانند خروس جنگی که باوجود ابزارهای جنگی مانند شمشیر و نیزه و اسلحه نظامی و تیر و... برای سنین 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 سنی بازی ها اعتقاد دارید، چرا بازار این حوزه فرهنگی بدین 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...

خدا را شکر. ای کاش قبل 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 نظر شما بخش کوچک) را که اکثر بازی های وارداتی پرسود در بازار ایران هستند در اختیار رسانه ها قرار خواهم داد تا مخاطبان تفاوت وعده و عمل را درک کنند و خانواده ها نیز 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 جوابیه 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 نبوده اید نشانه اشیاء مدیریت 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، ثانیاً تاکنون درآمدهای اختصاصی داشته که عملکرد مالی آن لاقابل 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 نظارت 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! وگرنه در عصر گردش آزاد اطلاعات، این همه کذب و افترا علیه یک نشست مطبوعاتی غیرمنطقی است. بودجه مستقل بنیادی که شما بر صندلی مدیریت عاملی 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 لجبازی با منتقدین 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 فعالین این حوزه را به آرامش برسانید.

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 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 تذکرات فراوان در حال دهن کجی به دستورالعمل های صادره در خصوص قانون کپی رایت و خروج ارز از کشور هستید و این گونه با فرافکنی و توجیه غلط های مدیریتی این سال ها که خود بهتر می دانید امروز کنترل اوضاع برایتان مانند کلافی سردرگم شده است، در حال فرار روبه جلو هستید.

مخاطبان عزیز دقت بفرمایند که در خصوص رعایت قانون کپی رایت محصولات خارجی و خروج ارز از کشور به دلایل مختلف و نیز آنکه جمهوری اسلامی ایران درباره پیوستن به کنوانسیون بین المللی کپی رایت به جمع بندی نرسیده است و چندین دلیل دیگر که از آن گذر می کنیم، هیچ فیلم انیمیشن یا بازی رایانه ای به صورت لورجیتال 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 محبوب" 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 کپی رایت، ارز از کشور خارج کنیم ولی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در گرفتاری های این روزهای مسئولین، 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 بی اندیشند یا حداقل با نگرانی یک پیوست فرهنگی بتوانند امروز در مقابل منتقدان پاسخ علمی داشته باشند، صورت مسئله را پاک کرده و به گفته خودشان با جذب ۲۰ الی ۴۰ درصدی بخشی از این پول ها توسط شرکت های دلال و لوکالایز کننده ایرانی (که طبیعتاً این کسب و کارهای میلیاردی غیرمنطقی در اختیار امتال من و شما خواننده محترم قرار نمی گیرد!) شبکه بانکی 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 نمونه خارجی در ایران، چقدر است؟ بیش 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 مجمل.

۱۵- در بند ۱۵ از بیانیه خود فرموده اید که در مطلب، ذکر شده شرکتی 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 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 گروهی 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 گذاشتید. چندخطی درباره این ماجرا خطاب به مخاطبان و مسئولین محترم، مطالبی را بیان می کنم به شما و عدالت شما که دیگر امید می ندارم:

طی سال های گذشته، وعده های زیادی به بازی سازان (قدیمی و جدید) داده شده است. بخشی از وعده های مسئولین 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 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 سررسید وعده ها فرارسید و در یک مورد خاص که مدیرعامل بنیاد ملی 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 خیلی مصاحبه کردند (به عنوان نمونه اینجا را مطالعه بفرمایید) شخصاً به دلیل مشکلات مالی شرکت (و البته بررسی دقیق ماجرا به دلیل مسئولیت صنفی در آن زمان) نیز درخواست دریافت تسهیلات ۳۰۰ میلیون ریالی! در کنار ۲۰ شرکت دیگر را به بنیاد ملی بازی های رایانه ای تقدیم کردیم. از آن ماجرا و تنش های خبری و مصاحبه های یک طرفه مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره حمایت از بازی سازان ایران فقط یک 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 یک سال است.

متن مصاحبه نیز در سایت خبرگزاری مهر مورخ ۲۵/۰۶/۹۵ موجود است. اما بدانید این دلسوزی که اینجا در بیانیه بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای حمایت از شأن یک شرکت بازی ساز خرج شده است، تاکنون برای ۲۰ شرکت بومی صرف نشده و فقط ایشان مصاحبه های رنگارنگی درباره خدمت و اعطای وام به بازی سازان از طریق سازمان نظام صنفی داشته اند، اما در مقام عمل اصطلاحاً به دلیل دبه کردن در وعده های خبری و تغییر شرایط وام قرض الحسنه به وام بهره ای و نیاز به ضامن و سند و ... این وام ها رسماً به دلیل کوتاهی بازی سازان منتفی شد! شخصاً سه جلسه با ایشان و مدیریت مالی آن بنیاد برای دریافت وام ۳۰ میلیون تومانی شرکت های متقاضی برگزار کردم و طبق اسناد موجود اعلام کردند اینکه شما نمی توانید از فرصت استفاده کنید و وام بپذیرید 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 کرده اند.

البته اگر مسئولی در دستگاه های نظارتی این متن را می خوانند، لطفاً از طریق پست بانک پیگیری 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 نتیجه نگرفتند، حاضرم این اسناد را در اختیارشان بگذارم!) در موارد مشابه دیگر نیز برای دریافت وام وجوه اداره شده که مدیریت و تولید اصلی جلسات بررسی طرح ها در وزارت ارتباطات در اختیار بنیاد ملی بازی های رایانه ای قرار گرفته است، معاون حمایت بنیاد به عنوان نماینده، مسئولیت 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. ...

خواننده محترم دقت بفرمایند در مقایسه کف وام (۳۰ 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 یک یا دو مورد.

یعنی حتی در بی عدالتی حمایتی این متولی نیز صداقت وجود ندارد. ادامه این بحث در فضای مجازی و معرفی دقیق ژن های برتر که جزو لیست اصلی دریافت کنندگان برخی وجوه خاص هستند بماند تا در فرصت مناسب در اختیار مسئولین امر قرار بگیرد (از دریافت وام خاص برای یک مسئول بنیاد از یکی از شعب بانک ... به نام تولیدکننده بازی رایانه ای! تا وام های وجوه اداره شده و مصاحبه وزیر محترم ارتباطات درباره پرداخت ۱۰ میلیاردی وام به بازی سازان یا پرداخت وام های بانک ... برای نزدیکان بنیاد به جای بازی سازان عضو نظام صنفی یا حتی قراردادهایی بدون بررسی و کنترل مالی یا برگزاری مزایده برای ایجاد زمینه رقابت بخش خصوصی برای برپایی زیرساخت های اداری بنیاد در حوزه فرایندهای جامع مالی و اداری و پشتیبانی، صدور مجوز نشر، صدور پروانه ساخت بازی!) اما همین را بدانید که غیر از عدم رعایت اصل امانت داری در دریافت طرح برخی فعالین این حوزه و تبدیل برخی طرح های مستقل به طرح های متعلق به یک کارتل فرهنگی - اقتصادی توسط برخی معاونان بنیاد ملی بازی های رایانه ای (شرکتی که از تولید کارت تخفیف خرید فروشگاههای تا دزدگیر منزل و ... را در کنار ترجمه بازی های خارجی و بازی سازی انجام می دهد) و انقضای قراردادهای حمایتی گران قیمت برای راه اندازی طرح های موازی در کشور یا کد "..." نیز به وفور اجرا شده است.

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

(ادامه خبر ...) خودجوش بر عهده داشته، اما ناگهان تصمیم گرفته شد با حمایت معاونت علمی ریاست جمهوری و دخالت بنیاد ملی، دوباره سازی سایت مشابه بانامی دیگر در اختیار همین کارتل فرهنگی قرار بگیرد. یا به عنوان نمونه بعد از موفقیت 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 موازی کاری جدیدی با حمایت های بنیاد شکل بگیرد.

یا مثلاً وقتی یکی از شرکت های قدیمی این صنعت که آبروی خوبی در سطح بین المللی با توجه به تولیدات بسیار فاخر در حوزه ساخت بازی های رایانه ای بومی 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 فریب افکار عمومی، طرح جدید به صورت غیرمستقیم و با هزینه وام و حمایت های مرتبط در سید همان کارتل فرهنگی - اقتصادی (این بار به عنوان مجری فنی انحصاری) واريز شد.

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

از این نیز بگذریم... فقط مسئولین محترم و مخاطبان بدانند این صنعت و کسب و کار تا روزی که به جای مادر، نامادری داشته باشد، همین است و تغییری احساس نخواهد شد و قطعاً پیشرفتی نیز حاصل نمی شود.

۱۶- در بند ۱۶ بیانیه خود فرموده اید: مبارزه دو خروس در یک بازی رایانه ای در این مطلب به حیوان آزرلی تمسیر شده و اگر این گونه باشد محتوای بیش از ۹۵ درصد بازی ها آسیب زاست چراکه در اغلب بازی ها مبارزه نقشی اساسی ایفا می کنند...

فراقتی و فرار روبه جلو در جوابیه 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 موبایلی موفق ایرانی در بازار بین الملل است را نقد کرده ام و همچنان معتقد هستم نباید ظرفیت بنیاد و وام های بازی سازی و بودجه های دانش بنیان و ... صرف ساخت چنین محصولاتی شود! این حمایت ها به نوعی حق الناس است که بهتر بود بنیاد ملی بازی های رایانه ای یک مقدار ملی تر برخورد می کردند. مثلاً بررسی می کردند که چه طرح هایی می تواند صنعت بازی سازی در کشور را مستقل کند، نه اینکه چه طرحی می تواند فرد را عزیز یک جریان خاص سیاسی کند!

درباره این محصول و مشکلات محتوایی آن مطالب زیادی در نشریات 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 لوکالایزکننده بازی های موبایل (و سازنده برخی عناوین بومی) این مجموعه در کمال نابلوری به عنوان یکی از بهترین شرکت های دانش بنیان کشور معرفی شده است!

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

در مصاحبه گفته ام: بنیاد ملی بازی های رایانه ای همین امروز در نمایشگاه «گیمزکام» شرکت دارد. اینکه چگونه خود را به بی اطلاعی می زیند و برای یک اشتباه تایپی و جابه جایی ب به جای م این گونه خود را به بیراهه می زیند و در بیانیه رسمی خود مدعی می شوید که این حضور خیالی را درک نکرده اید نیز برای من جالب بود که چه قدر وقت آزاد و انرژی 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 ۲۵ میلیون گیمز که در مطلب آورده شده از کدام منبع است...

واقلاً نمی دانم 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 تغییر ۱۳٪ آماری که مدعی آن هستید آشفته شده اید؟! من ۲ میلیون نفر از آمار ادعایی شما را اشتباه گفته ام و قصدم دخالت در آمار آن بنیاد نبوده است و فقط چون این اعداد را حفظ نکرده ام به اشتباه ۱۳٪ بیشتر اعلام کردم. لطفاً بابت این یک قسمت از مصاحبه، بنده را متهم به نشر اکاذیب نفرمایید. همان صحبت های قبلی کفایت می کند. «بخشی از جوابیه و برخی از نامه های مطروحه در آن مطابق 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 برود تا آینده بهتری داشته

باشیم (۱۳۹۵/۰۷/۱۸-۱۳۹۵/۰۷/۲۴)

یک فعال حوزه بازی های رایانه ای که در نشست 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 ذاکرنیوز، نشست تخصصی بررسی وضعیت بازی های رایانه ای و مسائل پیرامون آن با حضور بابک کرپاسی یکی از تولید کنندگان این بازی ها و حمید صدیق میرزایی کارشناس رسانه های نوین در خبرگزاری فارس برگزار شد.

پس از انتشار مطالب بابک کرپاسی با عنوان گردش مالی ۱۵۰ میلیارد تومانی بازی «کلش آف کلنز» در ایران / ماجرای وام ۱۴۰ میلیاردی به یک آقازاده! / حیوان آزرلی 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 (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بایک کرباسی 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 تئور افکار عمومی، مطالب ذیل در پاسخ به این بیانه ۱۸ ماده 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 هایی 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 محتوی تعهد دارد. کسی که قریحه هنری دارد، نباید به سطح پایین اکتفا کند. این یک تعهد است. هنرمند تئیل 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 محتوی است. ما چه می خواهیم ارائه بدهیم؟ 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 بیانه طولانی خود، ضمن فرافکنی و تهمت به بنده فرموده ایند: در ابتدای مطلب اشاره شده که میزگرد با حضور دو نفر برگزار شده است اما در ادامه تنها سخنان یکی از حاضران آورده شده است که نشان می دهد اساساً این مطلب خروجی یک میزگرد نیست بلکه تریبونی یک طرفه برای اشاعه مطالب ناصحیح و نشر اکاذیب است...

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

اما درباره قسمتی که فرموده ایند بنده مطالب ناصحیح و اکاذیب منتشر کرده ام، خدمتان عرض می کنم اگر واقعاً کوچک ترین کذبی در مطالب منتشر شده مشاهده فرموده ایند، لطفاً طبق وعده ای که در تهدید نامه خود بر روی سایت رسمی بنیاد مطرح کرده ایند و دیگران را نیز به شکایت علیه این جانب فراخوانده ایند عمل کرده و بدون هیچ گونه بخشش و گذشت و رأفت و محبتی در دادگاه علیه بنده اعلام جرم بفرمایید تا مطالب و مستندات که به دلیل رعایت اصول و ضوابط نمی توانیم در رسانه ها مطرح کنیم را در اختیار قاتون 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.

اگر هم فقط در حد یک بیانه و به جهت خالی نبودن فعالیت های بنیاد در مقابل منتقدین "گردش کاری" انجام داده ایند و قصدی برای شکایت ندارید، بشارت می دهم 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.

۲- در بخشی از بند ۲ جوابیه فرموده ایند: 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 آلود 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 می شود، تفاوت دارد.

اصولاً اگر به مقوله محتوای تولید شده در محصولات فرهنگی به عنوان خوراک ذهنی برای گروه های سنی 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 نظر برای آنکه ذهن مخاطبین، نسبت به ادعای اینجانب و دغدغه های بیان شده در نشست خبری درباره قریب الوقوع بودن بروز سونامی بی اخلاقی و بازگشت ادبیات دوران جاهلیت به ادبیات نسل جدید روشن شود، کافی است خلاصه ای از چند داستان مجموعه بازی های ایرانی اصطلاحاً زرد تولید شده برای تلقین های همراه در دوران تولیت حضرت عالی در همین بنیاد ملی بازی های رایانه ای را عیناً ارائه کنیم:

۱- بازی ... در این بازی شما چهار حرکت ویژه دارید: چک، پخ! ضایع کردن و عریه 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 با بقیه

نوجه های گنده لاتها به صورت کاملاً هم زمان و بلادرنگ به صورت مرحله ای مبارزه و رقابت می کنید.

صدها نمونه بازی دیگر که یا شما می دانید این محتوا چه تأثیری بر آینده کودک و نوجوان این مرزوبوم 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 و برچسب زنی به این جانب که فقط نقدی از سر دلسوزی بیان کرده ام (توهین از طریق برخی رسانه ها فایده چندانی برایتان ندارد) باید با نگاه به عملکرد برخی مدیران فرهنگی در خصوص صدور اجازه تولید و نشر این قبیل محصولات و البته سکوت معنادار متولیان محترم بالادستی در شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی فضای مجازی که با عملکرد غلط و سکوت آن ها برای تولیدکنندگان بازی های ایرانی موضوع مدیریت فرهنگی و تأثیر محتوای تولید شده در بازی ها به خوبی تبیین نشده است، بایستیم و شما یا همکارانتان را تشویق هم کنیم تا خدای ناکرده به آقایان متولی فرهنگ برنخورند و با برچسب زنی جنابان در افکار عمومی نیز متهم به جلوگیری از گردش آزاد اطلاعات نشویم.

قرار بود طبق دستورالعمل های صادره، شورای عالی فضای مجازی علاوه بر جریان اشتباهات 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 کنند! به 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 نقد و بحث و گفتگو توسط فردی چون من در رسانه ها نباشد ولیکن متأسفانه نه تنها چیزی تغییر نکرده است حتی خروجی های سند ملی صنعت بازی های رایانه ای و آیین نامه های 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. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) متأسفانه برای آینده کودکان امروزمان که قرار است با احیا فیلم فارسی دوباره ادبیات زرد فرهنگ گذشته را از طریق بازی های رایانه ای زنده کنند و بر سر زبان بیندازند (تولید بیش از ۱۰۰ بازی رایانه ای بومی با محتوای زرد طی دو سال گذشته) و خانواده هایی که بی خبر از این سونامی بی 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 متهم هستیم به آنکه می خواهیم جلوی پیشرفت و تمدن را بگیریم... ما خود را افسران جنگ نرم می دانیم و همچنان تا پایان یافتن اشتباهات مدیریتی در این حوزه، از پای نخواهیم افتاد و حرف هایمان را بلندبلند و آتش به اختیار می گوئیم. شاید کسی شنید.

در بخشی دیگر از همین بند از جوابیه، بنده را متهم کرده اید به تحریک و تشویق اذهان عمومی جامعه (فکر می کنم منظورتان تشویق اذهان عمومی بوده است) و از جانب بنده فرموده اید که گفته ام: تنها با اعتراض عمومی می توان کاری را به پیش برد!!

اینکه چرا جملات آن مصاحبه را این گونه خوانده اید و این همه برجسب به بنده زده اید را درک نمی کنم، البته احساس می کنم تیر تیر انتخاب شده برای بازتشریح این نشست در برخی رسانه ها که با عنوان "زن برتر در حوزه بازی های رایانه ای" انتخاب شده بوده است به مذاق شما خوش نیامده و این گونه همه چیز را اشتباه خوانده اید.

این تیر تیر که برگرفته از متن صحبت های بنده است به سلیقه آن خبرگزاری ها انتخاب شده است و البته بنده منظوری درباره شما به عنوان یک آقازاده محترم، نداشته ام و بیشتر صحبت ها درباره اشتباهات وزارت ارتباطات، معاونت علمی ریاست جمهوری و... و اهدا وام های 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 آرامش و متانت متن 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 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، تصمیم های اشتباهی 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 می نمایید، بشارت داده ام که اگر بخوانند آینده این صنعت فرهنگی را بهتر کنند باید تصمیم های جدیدی بگیرند که قطعاً این تصمیم ها منجر به یک اعتراض عمومی بین تولیدکنندگان بازی های رایانه ای (نه اعتراض در جامعه یا تحریک و تشویق اذهان عمومی به خرابکاری) می شود و متولیان فرهنگ باید آماده روبه رو شدن با آن نیز باشند! بگذریم...

۳- در بند ۲ جوابیه مدعی شده اید به تهمت زدن بنده درباره بی سواد بودن مسئولان در حوزه بازی های رایانه ای و فرموده اید: در بنیاد ملی بازی ها به اندازه کافی کارشناس خبره وجود دارد. در ادامه نیز اعتراف کرده اید که حتی اگر مسئولان نهادهای دیگر تسلط کافی به سواد حوزه بازی های رایانه ای نداشته باشند 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 مسئولیت این حوزه بر عهده بنیاد است و نباید نگران بی سواد بودن مسئولان در خصوص تولید محصولی فرهنگی به نام بازی رایانه ای باشیم، بفرمایید 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 سواد بودن برخی مسئولان نسبت به معنی **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 بی سواد بودن برخی مسئولان وقت در سال های گذشته، حتی اساس 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 است. حضرت عالی مدعی خلاف عرایض بنده هستید؟ بسم الله پاسخگو باشید: چرا وضعیت این کسب و کار با وجود افراد نخبه و باتجربه ای که شما فرموده اید در رأس مدیریت این حوزه نشسته اند، این گونه است؟ این ولنگاری فرهنگی در محتوای بازی های تولیدشده از 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 شما، حاصل بی سواد بودن شما و گروهتان است یا حاصل بی سواد بودن و کم تجربگی دیگر مسئولان امر نسبت به حوزه بازی های رایانه ای؟ آیا نظارت، ساماندهی و شتاب دهی آن مجموعه بر حوزه تولیدات فرهنگی فوق، هم زمان با اصلاح امور و بالا بردن سطح سواد دیجیتال مسئولین 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؟

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 منتسب کردن بخشی از صنعت بازی های رایانه ای جهان به صهیونیست ها دارای اشکال است.

لطفاً بفرمایید ماهیت مدیران، متخصصین و کمپانی های بزرگ صهیونیست سازنده بازی های رایانه ای فاخر و AAA مانند **Michael Jaret** در **Running** یا **With Sissors** یا **Robert Kotick** در **Activision Blizzard** یا **Robert Altman** در **Be the Soda Softworks** یا **Harry, Albert** در **Sam & Jack Warner** یا **Warner Bros Interactive Entertainment** یا حتی **Strauss Zelnick** در **Ty** چیست؟ چرا وقتی تمام دنیای 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 نبرد از طریق انتقال مفاهیم، با تولید محتوای سرگرمی ها و بازی های رایانه ای در کنار فلسفه تولید عناوین مختلف و بزرگ این حوزه نهفته است، مردم و مسئولین را به سمت مصرف گرایی محصولات بومی صرفاً زرد (بازی های ایرانی که بالاتر معرفی کردم) یا محصولات بعضاً مضر وارداتی سوق می دهید و حتی اعتراض های رسانه ای به این رویه را نیز بر نمی تابید و این گونه عصبانی می شوید؟

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 بنده در نشست خبری درباره برخی بازی سازان و لزوم توجه خانواده ها به محصولات سرگرمی وارداتی فرزندان بالای ۲ سال ایشان، تکذیبیه بدهید یا باید برای اصلاح امور تولیدکنندگان و ساماندهی بازار آشفته محتوای بازی های تولیدی داخل یا حتی وارداتی ها وقت بگذارید؟

به کجا چنین شتابان؟

خوانندگان 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 بگیرند و بدانند همه چیز در این حوزه بی خطر و بی نیاز از کنترل خانواده ها نیست. باید هوشیار و بیدار باشند و بدانند بخشی از این سرگرمی ها (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) برای فرهنگ، قومیت و دین فرزندانمان 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 مرزوبوم را از تجربه این محصولات فرهنگی محروم نماییم، اما می توانیم آگاهانه انتخاب کنیم و با چشمان بسته 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 مسئولین و خانواده ها بالا برود تا آینده بهتری 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 نمی دانید، به زبان 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! 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 کرده اید (درباره این تخلف عجیب حضرت 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 ها رایانه ای جهت ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی- برنامه ریزی و طراحی کلان در زمینه این بازی ها در ابعاد مختلف تفریحی، 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 داخلی و خارج از کشور به منظور رشد و ارتقاء صنعت بازی های ویدئویی و رایانه ای

تدوین استانداردهای لازم جهت بررسی کمی و کیفی 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 میانی 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 و بازی های ملی، منطقه ای و جهانی

ایجاد زمینه جهت رقابت های علمی، فنی، فرهنگی و هنری میان اندرکاران 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 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 جوابیه بنیاد ملی بازی های رایانه ای) را به عنوان وظیفه ی محول شده شورای عالی انقلاب فرهنگی انجام داده اید؟ لظفاً به فعالین این حوزه پرمخاطب گزارشی 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 سلیقه ای تفسیر نفرموده اید، یا بفرمایید برای برگزاری دوره های آموزشی حتی در انستیتو 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 بهترین خروجی ها را داشته اند، به صورت دسته جمعی (در کنار مدیران مالی بنیاد) استفا داده اند؟ لظفاً 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 نمایید!

۶- در بند ۶ جوابیه خود همچنان درباره ماهیت تأسیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای قراقرکتی فرموده اید و با بیان آنکه چگونه فردی مانند بابک کرپاسی 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... مطالبی را بیان کرده اید...

یاللمجب! 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 بیشتر از شما داشته باشد و وقتی اولین محصول خود را در بازار ایران عرضه کرده است، شما در حال تحصیل در دوران متوسطه بوده اید، نمی تواند اساس نامه یک بنیاد را در نشست خبری روخوانی کند و این امر نیاز به شجاعت خاصی دارد که برایتان سؤال شده است که چطور به خودم اجازه داده ام؟

... مخاطبین محترم و دلسوزان عرصه فرهنگ و هنر لظفاً بخش هایی از اساس نامه بنیاد را که برخلاف نص صریح قانون خدمات کشوری مبنی بر عدم واگذاری مسئولیت 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، بررسی 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 تولید قوانین حاکمیتی در حوزه محصولات مرتبط با گروه های سنی مختلف در اختیار یک مؤسسه فرهنگی هنری غیردولتی گذاشته شده است باعث می شود عاجزانه درخواست کنیم تا دیوان عدالت اداری و دیگر دستگاه های مرتبط، به بررسی پرونده فوق ورود کنند و در صورت صلاحدید با ابطال مصوبه این شورا، نص صریح قانون خدمات کشوری را اجرا کرده و تولید 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 بی سوادى متقدين تأسیس این بنیاد غیردولتی نیز از بین برود و اصل بر حاشیه پیروز شود. دلایل حقوقی این ادعا نیز در اختیار (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) مجریان قرار خواهد گرفت. (مسئولین 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 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 "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 شأن 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 سلیقه 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 نظارت 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 اساس نامه بنیاد مانند مصوب جلسه ۵۸۴ آن شورا، موضوعاتی که نیاز به تغییر دارند نیز باید مجدداً به درخواست هیئت امانا 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 وظایف هیئت امانا 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 شبیه توجیه کم کاری و سردرگمی 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 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 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 کنونی به دلیل رقابت های سیاسی و گرفتاری های اقتصادی و ناامنی منطقه ای و... برخی مسئولین 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 نباید مدیران محترم مانند مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای که قبول مسئولیت کرده اند، امانت دار صندلی ریاست خود باشند و با غیرت ایرانی - اسلامی، حد و حدود تفویض ضوابط ۲۴ ماده 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 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 واپسین 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 تفویض کرده اند؟

خبردارید این ضوابط یا حتی تغییرات دوطرفه در شرح وظایف بنیاد، به اطلاع هیئت امانا 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 تأکید 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 ابتدای امر موردبازنگری و دریافت مجوزهای 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 حمایتی تاکنون نیستند. چرا این گروه های بااستعداد ندانسته وارد پازل پیچیده و نسخه ای استحاله فرهنگی غرب شده اند؟ شما برای آگاهی آن ها تلاشی نکرده اید چون خودتان نیز به این جنگ 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 بی رنج، ناچار هستند برای کسب پول و گردش مالی، هر محصولی را حتی با برند ... بسازند و یکی از مقصرین این مریضی فرهنگی دوران مدیریت شما است. این غفلت را نباید فراموش کنیم که حذف پروانه تولید از وظایف بنیاد، که خبر جایگزینی 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 نقد به بنیاد ملی درباره حذف پروانه تولید) ضربه مهلکی به تلاش های یک دهه ای تولیدکنندگان محترم این کسب و کار زده و خواهد زد. امیدوارم این موضوع موردبررسی دقیق دستگاه های ذی ربط قرار بگیرد و از استحاله فرهنگی و تربیت غلط فرزندنامان 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 هرکس با هر اعتقاد و بینش و نگرش و ملیت و هدفی می تواند برای تمام گروه های سنی کشورمان محصولی 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 اینستا 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 پا 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 دهانتش برچسب می زیم و از او شکایت قضائی هم می کنند!

۸- در بند ۸ بیانیه خود فرموده اید : ... اعطای پروانه ساخت برای محصولی که هرروز 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 شود!

با این تفاسیر و تمایز شما و به دلیل راحتی ساخت فیلم های خانگی که نیاز به بیرون رفتن از منزل ندارند می توانیم با افتخار مجوز ساخت (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) فیلم های ویدئویی را نیز حذف کنیم و به دلیل به روز بودن بخش عظیمی از کارگردان های اروپا رفته ی سینمای کشور، بگوییم بفرمایید هر چه دوست دارید بسازید، اگر بد بود پس از چند روز نمایش در سینماهای کشور یا پخش در نمایش خانگی، آن را "ممیزی پس از نشر" می کنیم! احتمالاً مسئولان محترم بنیاد در خواب هستند و تا زمانی که با لگد دشمن فرهنگی بیدار شوند، بی به اشتباه های مدیریتی خود نمی برند. قضاوت درباره این نگاه و اعتراف مدیران فرهنگی کشور را بر عهده مخاطبان و مسئولین ذی ربط در دستگاه های امنیتی می گذاریم.

۹- در بند ۹ بیانیه نیز مجدداً اشتباه خود درباره مدیریت فرهنگی و وظایف بنیاد را با کمی چاشنی اپوزیسیونی و مظلوم نمایی مدیریتی برای قشری خاص در حوزه قوانین فرهنگی مطرح کرده اید که تیزی به پاسخ ندارد، العاقل یکنفی بالإشارة...

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 تولید شده است، به مخاطبان این بحث و مسئولین امر ثابت کردید که ادامه روند فعلیتی شما برای آینده این کسب و کار در کشورمان بسیار خطرناک است (البته قطعاً عده ای هم بسیار مشتاق ادامه حضورتان هستند) برای فهم بهتر ماجرا تجسم کنید یک کارگردان در جمهوری اسلامی ایران یک فیلمی بسازد برای برنده شدن در جشنواره های بین المللی و با استانداردهای پوششی، محتوایی و داستانی کشور هدف مثلاً آمریکا و با هر سوزی ای و مسئولان محترم جشنواره ای مانند فیلم فجر به این فیلم که نه فیلم نامه آن را تصویب کرده اند و نه حتی پروانه تولید دریافت کرده است، جایزه بدهند ولیکن شرط کنند که این فیلم بدون ویرایش و تغییرات داستانی، محتوایی، پوششی و... نباید 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 ویژه به کودکان و نوجوانان!

این یعنی وقتی یک گروه باسواد 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 مدافع برخورد سلبی نیستم) حداقل رفتار ایشان را تشویق نکنید و جایزه ای به ایشان برای بازی غیرقابل نشر در بازار ایران تقدیم نکنید تا راه غلط را برای دیگر بازی سازان مشخص نکنید. وظیفه شما ریل گذاری برای آینده است. هر تصمیمی شما می تواند آینده این کسب و کار را به سمت دیگری سوق دهد. تغییر ذائقه بازی ساز با تصمیم های شما و جوایز 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 بدین معناست که حتی اگر یک کودک سه ساله پای بازی بنشیند برای او سرگرم کننده خواهد بود و محتوایی مخرب ندارد و این که کودک کار یا اینترنت را بلد است یا نه هیچ ارتباطی به این مسئله 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 گویا همچنان برای موضوع فرهنگ سازی و تأثیر مجوزها و فعالیت های آن بنیاد بر بیکره جامعه، فکری نشده است. تفاوت وظیفه بنیاد 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 (بنیاد ملی بازی های رایانه ای) مسئولیت 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 هایی 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 جنگی که باوجود ابزارهای جنگی مانند شمشیر و نیزه و اسلحه نظامی و تیر و... برای سنین 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 سنی بازی ها اعتقاد دارید، چرا بازار این حوزه فرهنگی بدین 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...

خدا را شکر. ای کاش قبل 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 نظر شما بخش کوچک) را که اکثراً بازی های وارداتی پرسود در بازار ایران هستند در اختیار رسانه ها قرار خواهم داد تا مخاطبان تفاوت وعده و عمل را درک کنند و خانواده ها نیز 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 جوابیه 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 نبوده 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، ثانیاً تاکنون درآمدی اختصاصی نداشته که عملکرد مالی آن لااقل 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 نظارت 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! وگرنه در عصر گردش آزاد اطلاعات، این همه کذب و افترا علیه یک نشست مطبوعاتی غیرمنطقی است. بودجه مستقل بنیادی که شما بر صندلی مدیریت عاملی 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 ...) لجاجتی با منتقدین 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 فعالین این حوزه را به آرامش برسانید.

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 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 غیرمتمم تذکراتی در حال دهن کجی به دستورالعمل های صادره در خصوص قانون کپی رایب و خروج ارز از کشور هستید و این گونه با فرافکنی و توجیه غلط های مدیریتی این سال ها که خود بهتر می دانید امروز کنترل اوضاع برایتان مانند کلافی سردرگم شده است، در حال فرار روبه جلو هستید.

مخاطبان عزیز دقت بفرمایند که در خصوص رعایت قانون کپی رایب محصولات خارجی و خروج ارز از کشور به دلایل مختلف و نیز آنکه جمهوری اسلامی ایران درباره پیوستن به کنوانسیون بین المللی کپی رایب به جمع بندی نرسیده است و چندین دلیل دیگر که از آن گذر می کنیم، هیچ فیلم انیمیشن یا بازی رایانه ای به صورت لورجیتال 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 محبوب" 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 کپی رایب، ارز از کشور خارج کنیم ولی در گرفتاری های این روزهای مسئولین، 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 بی اندیشند یا حداقل با نگارش یک پیوست فرهنگی بتوانند امروز در مقابل منتقدان پاسخ علمی داشته باشند، صورت مسئله را پاک کرده و به گفته خودشان با جذب ۳۰ الی ۴۰ درصدی بخشی از این پول ها توسط شرکت های دلال و لوکالایز کننده ایرانی (که طبیعتاً این کسب و کارهای میلیاردی غیرمنطقی در اختیار امثال من و شما خواننده محترم قرار نمی گیرد!) شبکه بانکی کشور را به بازار بین المللی درآمدزایی این شرکت های خارجی وصل کرده اند و در جواب نقد این عملکرد تیز بسیار آشفته می شوند! حساب کنید ۳۰ الی ۴۰ درصد حق دلالی فروش این بازی های موبایلی وارداتی با عدد مثال زده شده برای یک بازی نمونه خارجی در ایران، چقدر است؟ بیش 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 مجمل.

۱۵- در بند ۱۵ از بیانیه خود فرموده اید که در مطلب، ذکر شده شرکتی 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 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 گروه 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 گذاشتید. چندخطی درباره این ماجرا خطاب به مخاطبان و مستو



## از صنعت بازی رایانه ای چگونه پول در بیاوریم + اینفوگرافیک (۱۳۹۶-۱۳۹۷)

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

به گزارش خبرنگار حوزه درجه فناوری گروه فضای مجازی باشگاه خبرنگاران جوان؛ بر اساس آخرین آمار بنیاد ملی بازی های رایانه ای از جمعیت ۸ میلیونی کشورمان حدود ۳۳ 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 که 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 نوپا تمایل نشان داده اند و در حال فعالیت در حوزه بازی هستند تا بازی هایی با فرهنگ و نگرش ایرانی برای مخاطب داخلی و خارجی ساخته و عرضه شود و جالب تر آنکه به موفقیت 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: اینفونگار



## در میزگرد مهر مطرح شد؛ قیاس رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم! (۱۳۷۱-۱۳۷۲-۱۳۷۳)

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و سلیقه گیم‌های 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 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 خبرگزاری مهر با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دومین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در کشور بپردازیم. سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول اطلاع‌رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند.

در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در خبرگزاری مهر را می‌خوانید:

فارغ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری وضعیت بازی‌های رایانه‌ای در ایران مطرح شد، علاقمند بدانیم از نگاه شما و مستند به پژوهش‌هایی که تا به امروز در این زمینه داشته‌اید، پدیده بازی‌های رایانه‌ای در ایران بیشتر یک پدیده اقتصادی است و یا فرهنگی؟

سیدحسینی: حتماً این پدیده پدیده‌ای چندوجهی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجوه درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده‌ای دلالی می‌کنند و عده‌ای هم مصرف‌کننده و متأثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً برای خانواده‌ها 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، حتماً پاسخ، وجه اقتصادی است.

سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است. درآمدی که بازی‌های رایانه‌ای برای کشور بخواند به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظومه شمسی با کپکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شتابی که شاید مهمترین دلیل آن سهل‌الوصول بودن 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 بازی‌های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی‌ها هم مصداق 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 بازی‌های دیجیتال بوده است. این نشان‌دهنده ظرفیت این صنعت است.

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

نصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی می‌دهد که نرخ رشد موبایل و مجموع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی‌های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوترهای شخصی و کنسول‌های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و پی‌سی در بازار، خود را رقیب هم می‌دانند و به تعبیری کاربران یکدیگر را به سمت خود فرامی‌خوانند اما موبایل انقلابی را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه‌ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده‌اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی‌گذاشتند.

با وجود این شباهت‌ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی‌های موبایلی، بازی‌های پی‌سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی‌های موبایلی در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و پی‌سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است...

نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی‌سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی‌های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی‌های پی‌سی بوده است...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی‌ها 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 بازی‌های موبایلی بالا و بازی‌های کنسولی بسیار پایین است.

این بی‌تناسبی مختص ایران هم نیست و بد نیست بدانید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و نمودارهای منتشر شده، شرایطی مشابه ما دارد. این بی‌تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی‌ترین و مهمترین بازی‌های پی‌سی و کنسول در ایران به صورت قاچاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می‌شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی: طبیعتاً این نکته تک‌عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کپی‌رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی‌رایت شباهت‌هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می‌تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن‌های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه بیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال دسترسی دسترس‌پذیر به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریف نفوذ اینترنت در نقاط مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت بالاترین آمارها را داریم. بیشترین اینترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می‌کنیم.

وقتی تلفن‌های 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 بازی‌ها در اوقات فراغت سوق می‌دهد. نمود این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به نسبت تلفن‌های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است.

از نظر دیگر مشخصه‌های مرتبط با عادات رفتاری گیم‌ها، آمارهای داخلی چه تفاوت‌ها و شباهت‌هایی با بازار جهانی دارد؟ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) 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 ها 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.

به خصوص در زمینه جنسیت، در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و نزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکر 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 استفاده در طول شبانه روز هم گیره های ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیره ها 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 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.

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 کوش، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلان 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 پردرآمدتر 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 هز می رود و به دست دلان 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. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم درد 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 بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوزه می روند. مثلاً تیر 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؟

یا تیر 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 رادیکال 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 افتند که بچه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه 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 بی اعتماد شوند.

اگر نکته 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 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 ببینند، متوجه لزوم تفکیک معایب 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 چینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیمما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنا، 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 کرد! 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 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 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 گیم‌های ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم! (۱۳۹۵-۱۳۹۴)

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و سلیق گیم‌های 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 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 خبرگزاری مهر با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دومین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در کشور بپردازیم. سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول اطلاع‌رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند.

در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در خبرگزاری مهر را می‌خوانید:

فارغ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری وضعیت بازی‌های رایانه‌ای در ایران مطرح شد، علاقمند بدانیم از نگاه شما و مستند به پژوهش‌هایی که تا به امروز در این زمینه داشته‌اید، پدیده بازی‌های رایانه‌ای در ایران بیشتر یک پدیده اقتصادی است و یا فرهنگی؟

سیدحسینی: حتماً این پدیده پدیده‌ای چندوجهی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجوه درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده‌ای دلالی می‌کنند و عده‌ای هم مصرف‌کننده و متأثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً برای خانواده‌ها 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، 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 منظومه شمسی با کهکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شتابی که شاید مهمترین دلیل آن سهل‌الوصول بودن 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 بازی‌های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی‌ها هم مصداق 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 بازی‌های دیجیتال بوده است. این نشان‌دهنده ظرفیت این صنعت است.

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

نصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی می‌دهد که نرخ رشد موبایل و مجموع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی‌های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوترهای شخصی و کنسول‌های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و پی‌سی در بازار، خود را رقیب هم می‌دانند و به تعبیری کاربران یکدیگر را به سمت خود فرامی‌خوانند اما موبایل انقلابی را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه‌ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده‌اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی‌گذاشتند.

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. وجود این شباهت‌ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی‌های موبایلی، بازی‌های پی‌سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی‌های موبایلی در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و پی‌سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است...

نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی‌سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی‌های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی‌های پی‌سی بوده است...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی‌ها 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 بازی‌های موبایلی بالا و بازی‌های کنسولی بسیار پایین است.

این بی‌تناسبی مختص ایران هم نیست و بد نیست بدانید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و نمودارهای منتشر شده، شرایطی مشابه ما دارد.

این بی‌تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی‌ترین و مهمترین بازی‌های پی‌سی و کنسول در ایران به صورت قاچاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می‌شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی: طبیعتاً این نکته تک‌عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کپی‌رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی‌رایت شباهت‌هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می‌تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن‌های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه بیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بیشترین دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریف نفوذ اینترنت در نقاط مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت بالاترین آمارها را داریم. بیشترین اینترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می‌کنیم.

وقتی تلفن‌های 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 بازی‌ها در اوقات فراغت سوق می‌دهد. نمود این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به نسبت تلفن‌های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است. (ادامه 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 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 ها 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.

نصیری: 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 تیر 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 مذکر بسیار بیشتر هستند یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حریم بانوان باشد که هم خود و هم اطرافیانمان 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 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 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.

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 کُش، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالتان 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 پردرآمدتر 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 هز می رود و به دست دلالتان 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. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم درد 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 بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوزه می روند. مثلاً تیر 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؟

یا تیر 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 رادیکال 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 افتند که بچه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه 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 بی اعتماد شوند. اگر نکته 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 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 ببینند، متوجه لزوم تفکیک معایب 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 چینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدوسیما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنا، غالباً رویکرد توزیعین 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 کرد! این در حالی است که وقتی در نظر سنجی 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 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 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...

## مقایسه رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم! (۱۸۴۴-۹۶/۷/۱۱)

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

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و سلیق گیم‌های 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 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 خبرگزاری مهر با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دومین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در کشور بپردازیم. سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول اطلاع‌رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند.

در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در خبرگزاری مهر را می‌خوانید:  
فارغ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری وضعیت بازی‌های رایانه‌ای در ایران مطرح شد، علاقمند بدانم از نگاه شما و مستند به پژوهش‌هایی که تا به امروز در این زمینه داشته‌اید، پدیده بازی‌های رایانه‌ای در ایران بیشتر یک پدیده اقتصادی است و یا فرهنگی؟ سیدحسینی: حتماً این پدیده پدیده‌ای چندوجهی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجوه درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده‌ای دلالی می‌کنند و عده‌ای هم مصرف‌کننده و متأثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً برای خانواده‌ها 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، 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 صنایع مانند نفت، حکم مقایسه منظومه شمسی با کهکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شتابی که شاید مهمترین دلیل آن سهل‌الوصول بودن 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 بازی‌های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی‌ها هم مصداق 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 بازی‌های دیجیتال بوده است. این نشان‌دهنده ظرفیت این صنعت است.

غیر از این نمونه‌ای که اشاره کردید اساساً داده‌های آماری بازار بازی‌های ایران چقدر متناسب با آمارهای جهانی است؟ مثلاً اینکه ما امروز نگران عبور بازی‌سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی‌های موبایلی هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟ نصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی می‌دهد که نرخ رشد موبایل و مجموع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی‌های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوترهای شخصی و کنسول‌های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و پی‌سی در بازار، خود را رقیب هم می‌دانند و به تعبیری کاربران یکدیگر را به سمت خود فرامی‌خوانند اما موبایل انقلابی را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه‌ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده‌اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی‌گذاشتند. 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 این شباهت‌ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی‌های موبایلی، بازی‌های پی‌سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است... عرضه و تولید بازی‌های موبایلی در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و پی‌سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است... نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی‌سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی‌های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی‌های پی‌سی بوده است...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی‌ها 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 بازی‌های موبایلی بالا و بازی‌های کنسولی بسیار پایین است. این بی‌تناسبی مختص ایران هم نیست و بد نیست بدانید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و نمودارهای منتشر شده، شرایطی مشابه ما دارد. این بی‌تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی‌ترین و مهمترین بازی‌های پی‌سی و کنسول در ایران به صورت قاچاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می‌شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی: طبیعتاً این نکته تک‌عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کپی‌رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی‌رایت شباهت‌هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می‌تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن‌های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه بیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بیشترین دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریف نقوذ اینترنت در نقاط مختلف کشور و تعداد کاربران اینترنت بالاترین آمارها را داریم. بیشترین اینترنت را هم از طریق اپراتورهای تلفن همراه استفاده می‌کنیم.

وقتی تلفن‌های 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 بازی‌ها در اوقات فراغت سوق می‌دهد. نمود این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به نسبت تلفن‌های همراه هوشمند در (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ... ایران بسیار پایین است.

از نظر دیگر مشخصه های مرتبط با عادات رفتاری گیره ها، 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 ها 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.

نصیری: 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 تیر 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 مذکر 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 استفاده در طول شبانه روز هم گیره های ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیره ها 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 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.

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 نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلان 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 پردرآمدتر 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 هز می رود و به دست دلان 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. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم درد 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 بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوزه می روند. مثلاً تیر 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؟

یا تیر 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 رادیکال 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 افتند که بچه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه 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 بی اعتماد شوند.

اگر نکته 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 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 ببینند، متوجه لزوم تفکیک معایب و مزایای این بازار نمی شوند و اعتبار خود را از دست می دهند.

سیدحسینی: اساساً معتقد 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 صدوسیما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنا، 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 کرد! این در حالی است که وقتی در نظر سنجی 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 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 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؛ قیاس رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم!**

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 بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دومین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی های رایانه ای در کشور بپردازیم. سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول 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 می‌خوانید:

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 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 وجوه درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده ای دلالی 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. درآمدهای که بازی های رایانه ای برای کشور بخواد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظومه 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 بودن 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 مصداق 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 عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایلی هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

نصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی 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 پی 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 شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایلی، بازی های پی 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 پی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است ... نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های پی 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 موبایلی بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسبی 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 تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های پی 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 کپی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی 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 بیشترین دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریف نقوذ 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.

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 رفتاری می کنیم اما به دلیل نبود پرداخت مستقیم در زمینه بازی، در برخی بازی ها بیش از متوسط جهانی حضور داریم. مثلاً اگر بازی های استراتژیک در دنیا رتبه اول توجه را دارند، در ایران (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازی های ریسینگ یا همان رانندگی بیشتر مورد اقبال قرار دارند. البته باهم 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.

نصیری: 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 تیر 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 مذکر 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 استفاده در طول شبانه روز هم گیره های ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیره ها 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 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.

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 کفش، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلان 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 پردرآمدتر 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 هز می رود و به دست دلان 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. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم درد 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 بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوزه می روند. مثلاً تیر 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؟

یا تیر 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 رادیکال 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 افتند که بچه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه 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 بی اعتماد شوند.

اگر نکته 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 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 ببینند، متوجه لزوم تفکیک معایب 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 چینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدوسیم و وجود دارد چرا که غیر از موارد استثنا، 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 کرد! 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 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 روی این ابعاد بازی متمرکز 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 ...



### مقایسه رفتاری گیره های ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می دانیم! (۱۳۹۵-۹۶/۱۳۹۶-۹۷/۱۳۹۶-۹۸)

شبکه خبری ایران - 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. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) پیش از این و در قسمت نخست میزگرد شبکه خبری ایران با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دومین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی های رایانه ای در کشور بپردازیم. سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول 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 ایران 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 بدانیم 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 وجوه درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده ای دلالتی 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 بخواد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظومه شمسی با کپکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شتابی که 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 مهمترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی ها هم مصداق 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 عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایلی هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

نصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی 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 پی 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 شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایلی، بازی های پی 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 پی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است ... نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های پی 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 موبایلی بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسبی 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 تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های پی 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 کپی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی 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 بیشترین دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریف 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 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 ها 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 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.

نصیری: 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 تیر می رژیم 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 (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 مذکر 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 استفاده در طول شبانه روز هم گیم‌های ایرانی رفتاری متفاوت با دیگر کشورها دارند. در کشورهای دیگر غالباً میانگین سنی گیم‌ها 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 مدارس است.

در برخی از گزارش‌های دایرک به این تفاوت‌های آماری و رفتاری به صورت جزئی‌تر پرداخته ایم و این خصوصیات‌ها است که می تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه‌گذاران جذاب کند.

فکر می کنید کدام گزاره‌ها در گزارش‌های آماری مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی‌تر دارد؟ سیدحسینی: نکته‌ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی‌های کلش، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلان در این حوزه خیلی 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 می توانیم از چرخه درآمدهای این بازی‌ها استفاده کنیم و آن را به خدمت چرخه تولید بازی‌های داخلی درآوریم. اما این درآمدهای بسیار بالا در بازار ما به راحتی هز می رود و به دست دلان 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. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته‌ای اشاره کنم که بیشتر حکم درد دل دارد و شاید خیلی از جنس هشدار نباشد در کشور ما غالباً زمانی که کارشناسان و رسانه‌ها می خواهند سراغ بازی‌های رایانه‌ای بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوژه می روند. مثلاً تیترا می زیم بازی‌های رایانه‌ای 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؟

یا تیترا می زیم بازی‌های رایانه‌ای خانواده‌ها را از هم دور می کند. این نگاه در حالی است که در نمایشگاه‌های بزرگ صنعت گیم در دنیا، اصولاً یک بخش به بازی‌های خانوادگی اختصاص پیدا می کند. این نگاه رادیکال به مضرات بازی‌های رایانه‌ای که غالباً هم محصول پژوهش‌های مستند و جدی نیستند، باعث شده است متولیان فرهنگسازي در حوزه بازی‌ها، عموماً تبدیل به نهادهایی ناکارآمد شوند که خانواده‌ها خیلی برای آن‌ها اهمیت نمی دهند.

مثل سینما که وقتی اعلام می شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده‌ها به تکاپو می افتند که بچه‌های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه‌شان را مرد بار آورده‌اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دانن است و باعث شده خانواده‌ها به ما بی اعتماد 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 لزوماً نگران‌کننده نیست اما وقتی همزمان متوجه این واقعیت می شویم که بازی‌هایی در بازار ما عرضه می شود که کنترل و نظارتی بر روی آن‌ها نیست، این به معنای آن است که بچه‌های ما به صورت گسترده در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن‌شان نیست و این قطعاً یک هشدار است. مشکل هم از آنجایی آغاز می شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش‌تر تصمیم گرفته‌اند کل این بازار را یک خطر ببینند، متوجه لزوم تفکیک معایب و مزایای این بازار نمی شوند و اعتبار خود را از دست می دهند.

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

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

سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیمما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنا، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی‌ها یکسان است. رویکردی که معتقد است بازی‌های رایانه‌ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می توان ورزش را جایگزینش کرد! این در حالی است که وقتی در نظرسنجی‌ها از کاربران پرسیدم به چه دلیل سراغ بازی می روند می گویند، در فضای بازی بسیاری از تجربه‌هایی که نمی توانیم بدون هزینه در فضای واقعی به دست بیاوریم را تجربه کنیم.

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

ادامه دارد...



## قیاس رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می دانیم! (۹۴-۹۵-۹۶)

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 بازار بازی‌های رایانه‌ای در ایران است. پیش از این و در قسمت نخست میزگرد شبکه خبری ایرانا با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دومین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در کشور بپردازیم. سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول اطلاع‌رسانی و امور بین الملل 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 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 وجوه درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده ای دلالتی 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 تن 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 بخواد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظومه 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 بودن 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 مصداق 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 عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایلی هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟ نصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی 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 پی 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 شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایلی، بازی های پی 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 پی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است ... نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های پی 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 موبایلی بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسبی 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 تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های پی 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 کپی رایب است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی رایب 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 بیشترین دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریف نقوذ 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.

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 ها 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.

نصیری: 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 تیر 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 مذکر بسیار بیشتر هستند. یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حریم بانوان باشد که هم خود و هم اطرافیان شان 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 (ادامه

(ادامه خبر ...) غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تایید استفاده از بازی در طول شبانه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً متمرکز در ساعات پس از اتمام مدارس است.

در برخی از گزارش‌های دایرک به این تفاوت‌های آماری و رفتاری به صورت جزئی‌تر پرداخته ایم و این خصوصیات‌ها است که می‌تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه‌گذاران جذاب کند.

فکر می‌کنید کدام گزاره‌ها در گزارش‌های آماری مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی‌تر دارد؟ سیدحسینی: نکته‌ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالتان در این حوزه خیلی 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 هز می‌رود و به دست دلالتان می‌رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می‌کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی‌آورد. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می‌خواهم به نکته‌ای اشاره کنم که بیشتر حکم درددل دارد و شاید خیلی 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 سوزه می‌روند. مثلاً تیر می‌زنیم بازی‌های رایانه‌ای عامل چاقی می‌شوند، بعد از منظر بی‌حرکی آن را تهدید قلمداد می‌کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی‌تواند عامل چاقی باشد؟

یا تیر می‌زنیم 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 بازی‌ها، عموماً تبدیل به نهادهایی ناکارآمد شوند که خانواده‌ها خیلی برای آن‌ها اهمیت نمی‌دهند.

مثل سینما که وقتی اعلام می‌شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده‌ها به تکاپو می‌افتند که بچه‌های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه‌شان را مرد بار آورده‌اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دانستن است و باعث شده خانواده‌ها به ما بی‌اعتماد 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 لزوماً نگران‌کننده 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 بچه‌های ما به صورت گسترده در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن‌شان نیست و این قطعاً یک هشدار است.

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

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

اساساً چینی استراتژی‌ای وجود دارد که بخواهیم درباره‌ی درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می‌کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیم‌ها وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنا، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی‌ها پکسان است. رویکردی که معتقد است بازی‌های رایانه‌ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می‌توان ورزش را جایگزینش کرد! 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 یا برداشتی که رسانه‌های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است.

ادامه دارد ...



### مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم! (۱۳۹۶-۰۶/۰۷/۱۳۹۵)

اقتصاد ایران: کارشناسان مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و سلیقه‌های 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 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 خبرگزاری مهر با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دومین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در کشور بپردازیم.

سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول اطلاع‌رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در خیرگزاری مهر 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 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 وجوه درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده ای دلالتی 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 تن 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 بخواد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظومه 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 بودن 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 مصداق 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 عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایلی هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

نصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی 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 پی 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 شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایلی، بازی های پی 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 پی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است...

نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های پی 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 موبایلی بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسبی 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 تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های پی 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 کپی رایب است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی رایب 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 بیشترین دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریف 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 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 ها 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 باز 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.

نصیری: 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 تیر 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 مذکر بسیار بیشتر هستند. یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حریم بانوان باشد که هم خود و هم اطرافیان شان 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 (ادامه

(ادامه خبر ...) غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تاییم استفاده از بازی در طول شبانه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً متمرکز در ساعات پس از اتمام مدارس است.

در برخی از گزارش‌های دایرک به این تفاوت‌های آماری و رفتاری به صورت جزئی‌تر پرداخته ایم و این خصوصیات‌ها است که می‌تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه‌گذاران جذاب کند.

فکر می‌کنید کدام گزاره‌ها در گزارش‌های آماری مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی‌تر دارد؟ سیدحسینی: نکته‌ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلان در این حوزه خیلی 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 هز می‌رود و به دست دلان می‌رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می‌کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی‌آورد. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می‌خواهم به نکته‌ای اشاره کنم که بیشتر حکم درد دل دارد و شاید خیلی 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 سوزه می‌روند. مثلاً تیر می‌زنیم بازی‌های رایانه‌ای عامل چاقی می‌شوند، بعد از منظر بی‌حرکی آن را تهدید قلمداد می‌کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی‌تواند عامل چاقی باشد؟

یا تیر می‌زنیم 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 بازی‌ها، عموماً تبدیل به نهادهایی ناکارآمد شوند که خانواده‌ها خیلی برای آن‌ها اهمیت نمی‌دهند.

مثل سینما که وقتی اعلام می‌شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده‌ها به تکاپو می‌افتند که بچه‌های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه‌شان را مرد بار آورده‌اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دادن است و باعث شده خانواده‌ها به ما بی‌اعتماد 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 لزوماً نگران‌کننده 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 بچه‌های ما به صورت گسترده در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن‌شان نیست و این قطعاً یک هشدار است.

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

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

اساساً چینی استراتژی‌ای وجود دارد که بخواهیم درباره‌ی درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می‌کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیمما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنا، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی‌ها پکسان است. رویکردی که معتقد است بازی‌های رایانه‌ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می‌توان ورزش را جایگزینش کرد! 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 یا 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! (۱۳۹۵-۰۶-۱۷)

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

داکترنیوز- 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 داکترنیوز با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دومین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در کشور بپردازیم. سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول اطلاع‌رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در ذاکرنیوز 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 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 وجوه درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده ای دلالتی 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 تن 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 بخواد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظومه 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 بودن 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 مصداق 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 عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایلی هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟ نصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی 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 پی 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 شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایلی، بازی های پی 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 پی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است...

نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های پی 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 موبایلی بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسبی 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 تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های پی 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 کپی رایب است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی رایب 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 بیشترین دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریف 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 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 ها 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.

نصیری: 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 تیترا می زنییم 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 مذکر بسیار بیشتر هستند. یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حریم بانوان باشد که هم خود و هم اطرافیان شان 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 (ادامه



(ادامه خبر ...) غالباً میانگین سنی گیمرها بالای ۳۰ سال است اما در ایران این میانگین ۲۱ سال است و به همین دلیل تاییم استفاده از بازی در طول شبانه روز هم متفاوت از دیگر کشورها و معمولاً متمرکز در ساعات پس از اتمام مدارس است.

در برخی از گزارش‌های دایرک به این تفاوت‌های آماری و رفتاری به صورت جزئی‌تر پرداخته ایم و این خصوصیات‌ها است که می‌تواند بازار ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه‌گذاران جذاب کند.

فکر می‌کنید کدام گزاره‌ها در گزارش‌های آماری مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی‌تر دارد؟ سیدحسینی: نکته‌ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی‌کشی، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلان در این حوزه خیلی 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 هز می‌رود و به دست دلان می‌رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می‌کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی‌آورد. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می‌خواهم به نکته‌ای اشاره کنم که بیشتر حکم درد دل دارد و شاید خیلی 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 سوزه می‌روند. مثلاً تیر می‌زنیم بازی‌های رایانه‌ای عامل چاقی می‌شوند، بعد از منظر بی‌حرکی آن را تهدید قلمداد می‌کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی‌تواند عامل چاقی باشد؟

یا تیر می‌زنیم 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 فرهنگسازي در حوزه بازی‌ها، عموماً تبدیل به نهادهایی ناکارآمد شوند که خانواده‌ها خیلی برای آن‌ها اهمیت نمی‌دهند.

مثل سینما که وقتی اعلام می‌شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده‌ها به تکاپو می‌افتند که بچه‌های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه‌شان را مرد بار آورده‌اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دانستن است و باعث شده خانواده‌ها به ما بی‌اعتماد 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 لزوماً نگران‌کننده 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 بچه‌های ما به صورت گسترده در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن‌شان نیست و این قطعاً یک هشدار است.

مشکل هم از آنجایی آغاز می‌شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش‌تر تصمیم گرفته‌اند کل این بازار را یک خطر ببینند، متوجه لزوم تفکیک معایب 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 چینی استراتژی‌ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می‌کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیم‌ها وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنا، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی‌ها پکسان است. رویکردی که معتقد است بازی‌های رایانه‌ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می‌توان ورزش را جایگزینش کرد! 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 یا برداشتی که رسانه‌های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است.

ادامه دارد...



## مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی (۱۳۹۴-۱۳۹۵)

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

مهر - 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 خبرگزاری مهر با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دومین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در کشور بپردازیم.

سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول اطلاع‌رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند. (ادامه دارد ...)

(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 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: حتماً این پدیده پدیده ای چند وجهی 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 کننده و متأثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً 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، حتماً پاسخ، وجه اقتصادی است.

سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است. درآمدی که بازی های رایانه ای برای کشور بخواند به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظومه 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 بودن 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 مصداق 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 عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایلی هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

نصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی 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 پی 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.

با وجود این شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایلی، بازی های پی 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 پی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است...

نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های پی 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 موبایلی بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسبی 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 تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های پی 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 کپی رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی 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 بیشترین دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریف 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 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 ها 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.

به خصوص در زمینه جنسیت، در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و نزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکر 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 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 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 ...)

(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 برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی کلش، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلان 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 پردرآمدتر 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 هز می رود و به دست دلان 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. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم درد 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 بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوزه می روند. مثلاً تیر 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؟

یا تیر 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 رادیکال 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 افتند که بچه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه شان را مرد بار آورده اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دانستن است و باعث شده خانواده ها به ما بی اعتماد شوند. اگر نکته 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 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 ببینند، متوجه لزوم تفکیک معایب و مزایای این بازار نمی شوند و اعتبار خود را از دست می دهند.

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

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

سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیمما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنا، 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 کرد! 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 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 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.



### مقایسه رفتاری گیمرهای ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می دانیم! (۱۳۹۱-۱۳۹۲)

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

به گزارش گروه رسانه های دیگر، 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.

سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول اطلاع رسانی و امور بین الملل کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال در میزگردی به بررسی وضعیت بازی در ایران پرداختند.

فارغ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری وضعیت بازی های رایانه ای در ایران مطرح شد، علاقمند بدانیم 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: حتماً این پدیده پدیده ای چند وجهی 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 کننده و متأثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً 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، 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 منظومه شمسی با کپکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شتابی که شاید (ادامه دارد ...)

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

این مهمترین ویژگی صنعت بازی های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی ها هم مصداق 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 عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایلی هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

تصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی 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 پی 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.

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

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

تصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های پی 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 موبایلی بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسبی 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 تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های پی 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 کپی رایب است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی رایب 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. 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.

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 ها 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 بازمه 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.

تصیری: 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 تیر 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 مذکر 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 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 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.

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

(ادامه خبر ...) سیدحسینی: نکته ای که برای خود ما بعد 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 خیلی بیشتر از درآمدهای رسمی و قانونی است و این واقعیت با توجه به اینکه بازی های وارداتی در بازار ایران غالباً پردرآمدتر 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 هز می رود 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. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم درد 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 بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوزه می روند. مثلاً تیر 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؟

یا تیر 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 رادیکال 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 افتند که بچه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه 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 بی اعتماد شوند. اگر نکته 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 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 ببینند، متوجه لزوم تفکیک معایب و مزایای این بازار نمی شوند و اعتبار خود را از دست می دهند.

سیدحسینی: اساساً معتمد 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 سدوسیمیا وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنا، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی ها یکساز است. رویکردی که معتقد است بازی های رایانه ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می توان ورزش را جایگزینش کرد! 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 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 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.

منبع: مهر



## حذف بازی های ایرانی از جشنواره IMGA خاورمیانه پس از اعلام نامزدها ۱۳۹۵-۱۳۹۴

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

به گزارش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در حالی که نسخه جهانی جشنواره IMGA بیش از ۱۵ سال قدمت دارد و یکی از معتبرترین جشنواره های بین المللی در حوزه بازی محسوب می شود، اتفاقی نادر و عجیب در جشنواره خاورمیانه آن رخ داده است.

این در حالیست که تا دیروز در صفحه مربوط به 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 دومین سال است که برگزار می شود و سال گذشته به دلیل عدم اطلاع رسانی، بازی سازان ایرانی در آن شرکت نداشتند اما حضور پر رنگ بازی های ایرانی و کیفیت بالای آن ها در این دوره، احتمالاً زنگ خطری برای عوامل عربی این جشنواره بوده است و آن ها نیز ترجیح داده اند به کلی ایران را حذف کنند.

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

دومین دوره مسابقات IMGA در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، ۲۰ آبان ماه در کشور عمان برگزار می شود و هم اکنون بازی هایی که نامزد شده اند در معرض رای عمومی قرار دارند.



## مقایسه رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم! (۱۳۹۱-۱۳۹۰-۱۳۹۱)

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

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 خبرنگار با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دومین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در کشور بپردازیم.

سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول اطلاع‌رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند.

در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک در خبرگزاری را می‌خوانید:

فارغ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری وضعیت بازی‌های رایانه‌ای در ایران مطرح شد، علاقمند بدانیم از نگاه شما و مستند به پژوهش‌هایی که تا به امروز در این زمینه داشته‌اید، پدیده بازی‌های رایانه‌ای در ایران بیشتر یک پدیده اقتصادی است و یا فرهنگی؟

سیدحسینی: حتماً این پدیده پدیده‌ای چندوجهی است و هر بخش از جامعه با یکی از این وجوه درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه اند، عده‌ای دلالی می‌کنند و عده‌ای هم مصرف‌کننده و متأثر از این محصولات هستند. از این نظر حتماً برای خانواده‌ها 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، حتماً پاسخ، وجه اقتصادی است.

سیر صعودی چرخش مالی در این صنعت بسیار مشهود است. درآمدی که بازی‌های رایانه‌ای برای کشور بخواند به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظومه شمسی با کهکشان راه شیری را داشته باشد، اما نکته مهم درباره این بازار شتاب رشد است. شتابی که شاید مهمترین دلیل آن سهل‌الوصول بودن 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 بازی‌های ایران است که البته درباره صنعت جهانی بازی‌ها هم مصداق 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 بازی‌های دیجیتال بوده است. این نشان‌دهنده ظرفیت این صنعت است.

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

نصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی می‌دهد که نرخ رشد موبایل و مجموع درآمدهای حاصل از آن در بازار بازی‌های دیجیتال، به نسبت دو پلتفرم دیگر (کامپیوترهای شخصی و کنسول‌های بازی) بسیار بیشتر است. به این نکته هم توجه داشته باشید که برخلاف موبایل، دو پلتفرم کنسول و پی‌سی در بازار، خود را رقیب هم می‌دانند و به تعبیری کاربران یکدیگر را به سمت خود فرامی‌خوانند اما موبایل انقلابی را رقم زده و باعث شده مخاطبان تازه‌ای به این بازار افزوده شود. هم در ایران و هم در جهان افرادی به واسطه موبایل مشتری بازی شده‌اند که پیش از این شاید وقت برای این سرگرمی نمی‌گذاشتند.

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 شباهت‌ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی‌های موبایلی، بازی‌های پی‌سی همچنان سود بالاتری دارند. در کشور ما اما شرایط متفاوت است...

عرضه و تولید بازی‌های موبایلی در ایران به شدت بازار تولیدات کنسولی و پی‌سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است...

نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی‌سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی‌های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی‌های پی‌سی بوده است...

سیدحسینی: در گزارشی که اخیراً درباره مقایسه مصرف بازار بازی‌ها 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 بازی‌های موبایلی بالا و بازی‌های کنسولی بسیار پایین است.

این بی‌تناسبی مختص ایران هم نیست و بد نیست بدانید کشوری مانند چین هم مستند به آمار و نمودارهای منتشر شده، شرایطی مشابه ما دارد.

این بی‌تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی‌ترین و مهمترین بازی‌های پی‌سی و کنسول در ایران به صورت قاچاق و با قیمت غیرواقعی عرضه می‌شود و بازار رسمی ندارد؟

سیدحسینی: طبیعتاً این نکته تک‌عاملی نیست اما حتماً یکی از عوامل اصلی آن همین بحث کپی‌رایت است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی‌رایت شباهت‌هایی به بازار ما دارد. اما دلیل دیگر هم می‌تواند اقبال ویژه مردم ایران به داشتن تلفن‌های همراه هوشمند باشد. کشور ما در منطقه بیشترین دسترسی و مالکیت تلفن همراه هوشمند را از نظر آماری دارد و در عین حال بیشترین 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 می‌کنیم.

وقتی تلفن‌های 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 بازی‌ها در اوقات فراغت سوق می‌دهد. نمود این واقعیت هم در آمار استفاده از تبلت مشخص است که کاربران آن به نسبت تلفن‌های همراه هوشمند در ایران بسیار پایین است. (ادامه 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 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 ها 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.

نصیری: 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 تیر 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 مذکر 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 استفاده در طول شبانه روز هم گیمرهای ایرانی 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 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.

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 کُش، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلان 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 پردرآمدتر 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 هز می رود و به دست دلان 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. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم درد 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 بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوزه می روند. مثلاً تیر 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؟

یا تیر 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 رادیکال 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 افتند که بچه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه 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 بی اعتماد شوند. اگر نکته 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 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 ببینند، متوجه لزوم تفکیک معایب 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 چینی استراتژی ای وجود دارد که بخواهیم درباره درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدوسیما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنا، غالباً رویکرد توزیعین 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 کرد! این در حالی است که وقتی در نظر سنجی 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 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 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...



**رئیس فرهنگ و ارشاد اسلامی گرمسار: شناسایی کارگاه تولید لوح های فشرده غیرمجاز در ایوانکی (۱۳۹۴-۱۳۹۷/۲۰)**

رئیس 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، تقی نجفی رئیس فرهنگ و ارشاد اسلامی گرمسار با اعلام این خبر گفت: تیمی متشکل از کارشناسان این اداره و اداره اماکن شهرستان گرمسار به همراه بازرسان بنیاد ملی بازی های رایانه ای و مأموران 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 نامه 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 پروانه انتشار و موافقت نامه حق نشر مولف جلوگیری می شود.

**رئیس فرهنگ و ارشاد اسلامی گرمسار: کشف کارگاه تولید لوح های فشرده غیرمجاز در ایوانکی (۱۳۹۴-۱۳۹۷/۲۰)**

رئیس 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، تقی نجفی رئیس فرهنگ و ارشاد اسلامی گرمسار با اعلام این خبر گفت: تیمی متشکل از کارشناسان این اداره و اداره اماکن شهرستان گرمسار به همراه بازرسان بنیاد ملی بازی های رایانه ای و مأموران 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 نامه 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 پروانه انتشار و موافقت نامه حق نشر مولف جلوگیری می شود.

**در میزگرد مهر مطرح شد؛ قیاس رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می دانیم! (۱۳۹۴-۱۳۹۷/۲۰)**

کارشناسان مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) ضمن ارائه گزارشی آماری از رفتارشناسی و سلاقی گیم‌های 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 بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دومین بخش این میزگرد تلاش کردیم مستند بر داده ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی های رایانه ای در کشور بپردازیم.

سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول 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:

فارغ از مباحثی که تا به اینجا در لزوم و امکان بررسی آماری وضعیت بازی های رایانه ای در ایران مطرح شد، علاقمند بدانیم 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 وجوه درگیر است. گروهی مشغول تولید و عرضه (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) اند، عده ای دلالتی 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 بخواد به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظومه 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 بودن 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 مصداق دارد. ویژگی این صنعت در دنیا وابستگی آن به صنایع دیگر مانند تبلیغات است. براساس گزارشی که مکتزی 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 موبایلی هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

نصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی 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 پی 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 شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایلی، بازی های پی 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 پی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است...  
 نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های پی 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 موبایلی بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسبی 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 تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های پی 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 کپی رایب است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی رایب 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 بیشترین دسترسی به اینترنت را هم داریم. بحث سرعت نکته جدایی است اما از نظر ظریف نقوذ اینترنت در تقاطع 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.

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 ها 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 باز 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.

نصیری: 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 تیر می زنی 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 مذکر بسیار بیشتر هستند. یکی از دلایل این تفاوت هم می تواند تفاوت نگاه فرهنگی به حریم بانوان باشد که هم خود و هم اطرافیان شان 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 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 (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ... ایران را در کنار بازار دیگر کشورها برای سرمایه‌گذاران جذاب کند.

فکر می‌کنید کدام گزاره‌ها در گزارش‌های آماری مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای در ایران به مرز هشدار رسیده و نیاز به توجه جدی‌تر دارد؟ سیدحسینی: نکته‌ای که برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلالتان در این حوزه خیلی 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 هز می‌رود و به دست دلالتان می‌رسد.

با ورود این درآمدها به چرخه رسمی و اخذ مالیات هم امکان نظارت بر بازار افزایش پیدا می‌کند و هم به نحوی درآمدها را به خدمت بازار داخلی درمی‌آورد. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می‌خواهم به نکته‌ای اشاره کنم که بیشتر حکم درددل دارد و شاید خیلی 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 سوزه می‌روند. مثلاً تیر می‌زنیم بازی‌های رایانه‌ای عامل چاقی می‌شوند، بعد از منظر بی‌تحرکی آن را تهدید قلمداد می‌کنیم. از این نگاه مگر کتاب خواندن نمی‌تواند عامل چاقی باشد؟

یا تیر می‌زنیم 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 بازی‌ها، عموماً تبدیل به نهادهایی ناکارآمد شوند که خانواده‌ها خیلی برای آن‌ها اهمیت نمی‌دهند. مثل سینما که وقتی اعلام می‌شود فلان فیلم برای بالای ۱۶ سال است، خانواده‌ها به تکاپو می‌افتند که بچه‌های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه‌شان را مرد بار آورده‌اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دادن است و باعث شده خانواده‌ها به ما بی‌اعتماد 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 لزوماً نگران‌کننده 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 بچه‌های ما به صورت گسترده در معرض تولیداتی قرار دارند که الزاماً مناسب سن‌شان نیست و این قطعاً یک هشدار است. مشکل هم از آنجایی آغاز می‌شود که نهادهای فرهنگی، از آنجا که پیش‌تر تصمیم گرفته‌اند کل این بازار را یک خطر ببینند، متوجه لزوم تفکیک معایب 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 چینی استراتژی‌ای وجود دارد که بخواهیم درباره‌ی درست یا غلط بودنش صحبت کنیم؟

سیدحسینی: شخصاً احساس می‌کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیمما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنا، غالباً رویکرد تلویزیون نسبت به بازی‌ها یکسکان است. رویکردی که معتقد است بازی‌های رایانه‌ای یک پدیده جدید و تهدیدآمیز است که می‌توان ورزش را جایگزینش کرد! این در حالی است که وقتی در نظرسنجی‌ها از کاربران پرسیدیم 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 یا برداشتی که رسانه‌های رسمی ما نسبت به این پدیده دارند کاملاً متفاوت است.

ادامه دارد...

منبع: مهر



## مقایسه رفتاری گیم‌های ایرانی و خارجی / هنوز بازی را تهدید می‌دانیم! (۱۳۹۱-۱۳۹۰)

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

به گزارش حوزه دنیای ارتباطات گروه فضای مجازی باشگاه خبرنگاران جوان: 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.

طی میزگردی در یکی از خبرگزاری‌ها با کارشناسان این مرکز، به بررسی اهداف و کارنامه دایرک تا به امروز پرداختیم و حالا در قالب دومین بخش این میزگرد، تلاش کردیم مستند بر داده‌ها و دستاوردهای آماری، به تحلیل وضعیت بازار بازی‌های رایانه‌ای در کشور بپردازیم.

سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حامد نصیری، معاون توسعه کسب و کار دایرک و فرزانه شریفی، مسئول اطلاع‌رسانی و امور بین‌الملل کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در این میزگرد حضور داشتند.

در ادامه بخش دوم میزگرد کارشناسان دایرک را می‌خوانید: (ادامه دارد ...)

(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 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 یا فرهنگی؟

سیدحسینی: حتما این پدیده پدیده ای چند وجهی 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 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 بخواند به همراه داشته باشد، شاید در قیاس با صنعتی مانند نفت، حکم مقایسه منظومه 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 بودن 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 مصداق 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 عبور بازی سازان از تولید محصول برای کامپیوترهای شخصی به سمت بازی های موبایلی هستیم، این نگرانی چقدر در خارج از ایران موضوعیت دارد؟

نصیری: در همه جای دنیا، آمارها گواهی 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 پی 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.

با وجود این شباهت ها اما تفاوتی که بازار ما با بازارهای جهان دارد این است که به رغم سیر صعودی درآمدزایی بازی های موبایلی، بازی های پی 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 پی سی را تحت تأثیر قرار داده و به مرز تعطیلی رسانده است...

نصیری: شاید بهتر باشد اینگونه بگوییم که چون پی سی شکست خورد، موبایل به میدان آمد و اینقدر سهم گرفت. اینگونه نیست که بگوییم عرضه بازی های موبایلی باعث تعطیلی بازار بازی های پی 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 موبایلی بالا و بازی های کنسولی بسیار پایین است.

این بی تناسبی 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 تناسبی ارتباطی با این واقعیت ندارد که اصلی ترین و مهمترین بازی های پی 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 کپی رایب است. به خصوص که بازار چین هم از نظر رعایت کپی رایب 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 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. 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.

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 ها 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.

به خصوص در زمینه جنسیت، در کشورهای مختلف آمارها بسیار متناسب و نزدیک به هم است اما در ایران کاربران مذکر 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 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 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 ...)

(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 برای خود ما بعد از تهیه و انتشار گزارش مرتبط با بازی کلش، بسیار نمود داشت و حائز اهمیت جلوه کرد، این بود که درآمدهای دلان 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 پردرآمدتر 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 هز می رود و به دست دلان 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. نصیری: شما از نظر اقتصادی به این سوال پاسخ دادید و من هم می خواهم به نکته ای اشاره کنم که بیشتر حکم درد 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 بیایند، بیشتر از منظر تهدیدات و مضرات سراغ این سوزه می روند. مثلاً تیر 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؟

یا تیر 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 رادیکال 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 افتند که بچه های زیر ۱۶ سال خود را هم به سینما ببرند تا ثابت کنند که بچه شان را مرد بار آورده اند! این نگاه در حوزه فرهنگ محصول یک افراط در هشدار دانستن است و باعث شده خانواده ها به ما بی اعتماد شوند. اگر نکته 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 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 ببینند، متوجه لزوم تفکیک معایب و مزایای این بازار نمی شوند و اعتبار خود را از دست می دهند.

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

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

سیدحسینی: شخصاً احساس می کنم این استراتژی به خصوص در صدلوسیمما وجود دارد چراکه غیر از موارد استثنا، 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 کرد! 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 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 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.



## بازی های فاقد نظام رده بندی سنی از مارکت ها حذف می شود / اولتیماتوم جدی بنیاد ملی بازی های رایانه

ای (۱۴۰۶-۰۷/۰۷/۱۴۰۶)

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 قنوسی، 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 تأیید نباشد، ESRA 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 ها 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، برخلاف میل مان انتشار تمام بازی ها را منوط 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 بیش از ۵۰۰ بازی ایمیل زده شده تا محتوای بازی های خود را اصلاح کنند و اگر طی دو هفته این اتفاق نیفتد این بازی ها تا زمان اصلاح از روی مارکت حذف می شوند.

کریمی قنوسی اظهار کرد: همزمان که ما قصد داریم فضای کسب و کار را آزاد کنیم، به تعهدات نظارتی خودمان نیز پایبندیم و قصد نداریم یکی را فدای دیگری کنیم.

## یک بُرس بازی دیجیتال و دیگر هیج! (۱۳۹۱-۱۳۹۰-۱۳۹۲)

خبرگزاری آریا - از جمعیت نزدیک به ۸۰ میلیونی ایران، ۳۹ میلیون و ۱۵۰ هزار نفر آنلاین هستند و کشور ما ۲۳ میلیون گیمر دارد؛ گیمرهایی که از سه پلتفرم رایانه، کنسول و موبایل برای بازی بهره می‌برند.

این ۲۳ میلیون حدود ۲۹ درصد از جمعیت 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 جوان‌تر 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 تلفن‌های هوشمند روی آورده‌اند و ۷۷ درصد از جمعیت ۲۳ میلیونی گیمرهای ایرانی از تبلت‌ها و گوشی‌های هوشمند برای بازی کردن استفاده می‌کنند، در حالی که این رقم در آمریکا ۳۶ درصد است. حتماً این آمار و ارقام که سال ۹۴ به صورت رسمی از سوی دایرک (مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال) منتشر شده، شما را نیز کنجکاوتر کرده بیشتر درباره گیمرهای ایرانی و هزینه‌هایی که صرف صنعت بازی در دنیا و ایران می‌شود بدانید. (این پژوهش‌های پیمایشی هر دو سال یک بار انجام می‌شود و آخرین آمار منتشر شده تا آخر سال ۱۳۹۴ را دربرمی‌گیرد) در این گزارش سعی کرده‌ایم با مراجعه به آمار و ارقام و گفت‌وگو با کارشناسان، وضعیت صنعت بازی را در کشور بررسی کنیم.

صادرات بازی‌های دیجیتال

داشتن ۲۳ میلیون گیمر در ایران که حدود ۲۹ درصد از جمعیت کشور را شامل می‌شود، نسبت به کشورهایی که صاحب صنعت و پیشرو در بازی‌های ویدئویی هستند، چندان عجیب نیست، زیرا در آن کشورها نزدیک به ۴۰ تا ۵۰ درصد از جمعیت، گیمر هستند. سید محمدعلی سیدحسینی، مدیرعامل دایرک در گفت‌وگو با کلیک درباره این تعداد گیمر ایرانی می‌گوید: «این تعداد با توجه به جمعیت کشور بازار خوبی محسوب می‌شود و رو به افزایش است و پیش‌بینی می‌شود تا انتهای سال ۱۴۰۰ تعداد بازیکنان ایرانی به ۴۲ میلیون برسد.» از طرف دیگر، از پاکباز شدن صنعت بازی‌های ویدئویی در ایران خیلی نمی‌گذرد و میانگین سالی 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 درآمده تا مهر ۹۵ در فروشگاه‌های دیجیتال خارجی انتشار یافته است. همچنین ۱۸ بازیساز ایرانی تا این زمان، بازی درآمدهای خود را در فروشگاه‌های دیجیتال خارجی عرضه کرده‌اند. ۲۲ ناشر نیز بازی‌های درآمدهای ایرانی را در فروشگاه‌های دیجیتال خارجی نشر داده‌اند. براساس آمارها، ۵۲ درصد از مجموع این ناشران، ایرانی و ۴۸ درصد دیگر غیرایرانی بوده‌اند. گفتنی است همه این ناشران ایرانی، بازی‌های ساخت خود را نشر داده‌اند. برای مثال استودیو مدریک، علاوه بر این که سازنده چهار عنوان بازی صادراتی بوده، ناشر این بازی‌ها نیز بوده است. نشر بازی‌ها می‌تواند درآمد هنگفتی برای کشورها داشته باشد که ما هنوز تا رسیدن به درآمد قابل توجه فاصله داریم. تا پایان سال ۹۴ درآمد سالانه ایرانی‌ها از بازی‌های ویدئویی ۱۵۳ میلیون دلار بوده، در حالی که درآمد سالانه آمریکا از بازی‌های ویدئویی به عنوان یکی از قطب‌های نوظهور ۲۳ هزار و ۵۰۰ میلیون دلار عنوان شده است.

هادی جعفری منفرد، مدیر نظارت بر تحول سازمانی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در گفت‌وگو با کلیک درباره فعالیت‌ها و برنامه‌های بنیاد برای حمایت از صادرات بازی‌ها می‌گوید: «برنامه حمایت از بازی‌های صادرات محور که سال گذشته استارت آن زده شد، امسال نیز تداوم پیدا کرد و اتفاق خوب آن بود که در سال جاری انتخاب بازی‌های برتر توسط تیمی متشکل از ناشران بین‌المللی صورت گرفت که دقیقاً می‌تواند برآورد کنند یک بازی تا چه حد در بازار جهان ظرفیت صادرات و موفقیت خواهد داشت. این جوایز امسال همراه با رویداد بزرگ TGC برگزار شد و سال بعد نیز تداوم خواهد داشت. افزون بر آن، برگزاری رویدادهای بزرگ بین‌المللی همچون IGC و نیز حمایت از حضور بازیسازان مطرح در رویدادهای بین‌المللی مانند گیمز کام آلمان یا گیم کانکشن فرانسه که به هرچه بهتر دیده شدن بازیسازان ایرانی کمک می‌کند، از برنامه‌های بنیاد بوده است.»

وضعیت بازی‌های رایانه‌ای و کنسولی

مطابق با گزارش «بازی‌های 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 بازی‌های پلتفرم رایانه بوده است. این رقم هرچند بزرگ نیست، اما در سال‌های اخیر رشد فزاینده‌ای 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 کرده‌اند. این عدد فارغ از هزینه‌های سخت‌افزار بوده و فقط پرداخت برای بازی‌ها را دربرمی‌گیرد.

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 ۲۰۱۶، چین نیز الگوی مشابهی را در میزان استفاده از پلتفرم‌های سه‌گانه برای بازی کردن دارد، در گزارش دایرک آمده است: «در چین بیشترین سهم از بازیکنان به وسیله پلتفرم موبایل و سپس پلتفرم‌های رایانه و کنسول بازی دیجیتال انجام می‌دهند. مطابق این گزارش این الگو متفاوت از الگوی کشورهای آمریکای لاتین از قبیل برزیل و مکزیک است که در آنها بیشترین سهم بازیکنان به ترتیب متعلق به بازی کردن با پلتفرم کنسول و پس از آن موبایل و رایانه است. همچنین در کشورهای اروپایی، پلتفرم‌ها به لحاظ میزان و درصد بازیکنان، وضعیتی متعادل را به خود می‌بینند.» مدیرعامل دایرک درباره استقبال کمتر از دو پلتفرم رایانه و کنسول در ایران توضیح می‌دهد: «توزیع در بازی‌های بی‌سی و کنسول مناسب نیست. مثلاً بازی‌هایی مثل سین سیتی، بازی‌های استراتژی و آموزنده هستند که نحوه مدیریت بحران، تفکر انتقادی و حل مسأله را آموزش می‌دهند، اما وقتی وارد یک فروشگاه بازی می‌شوید، بازی‌های پرفروش را در بیشترین می‌بینید و بازی‌های آموزشی در همه جای دنیا نسبت به بازی‌های تجاری و سرگرم‌کننده فروش کمتری دارند.» سیدحسینی در پاسخ به این پرسش که چرا ما در ایران بازی‌های تجاری نمی‌سازیم که پشتش هدفی وجود داشته باشد و توان رقابت با بازی‌های روز دنیا را نیز داشته باشد، می‌گوید: «در زمینه بازی‌های موبایلی چنین بازی‌هایی 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 ژاپن نیست، نه به این دلیل که بازیسازهای ما بالقوه نمی‌توانند چنین بازی‌هایی بسازند بلکه به این دلیل که هزینه ساخت این بازی‌ها بسیار بالاست و بازاری بسیار قوی می‌خواهد که به فروش برود. بحث دیگر بازاریابی است که شرکت‌های بزرگ بازیسازی در دنیا بسیار قوی‌تر روی بازاریابی کار می‌کنند تا یک شرکت مستقل بازیسازی در ایران.» او در آخر تأکید می‌کند که ساخت بازی‌های کنسولی در ایران با مشکلات اساسی مواجه است، ولی بزودی دو فروشگاه توزیع دیجیتال با نام‌های «آریو» و «هیولا» برای بازی‌های بی‌سی راه خواهد (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) افتاد که به این ترتیب واسطه نشر حذف می‌شود.

مانده گیوه چین

ضمیمه کلیک جام جم

منبع خبر: جام جم کلیک



## یک بُرس بازی دیجیتال و دیگر هیج! (۱۳۹۶-۱۳۹۵)

از جمعیت نزدیک به ۸۰ میلیونی ایران، ۳۹ میلیون و ۱۵۰ هزار نفر آنلاین هستند و کشور ما ۲۳ میلیون گیمر دارد؛ گیمرهایی که از سه پلتفرم رایانه، کنسول و موبایل برای بازی بهره می‌برند.

این ۲۳ میلیون حدود ۲۹ درصد از جمعیت 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 جوان‌تر 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 تلفن‌های هوشمند روی آورده‌اند و ۷۷ درصد از جمعیت ۲۳ میلیونی گیمرهای ایرانی از تبلت‌ها و گوشی‌های هوشمند برای بازی کردن استفاده می‌کنند، در حالی که این رقم در آمریکا ۳۶ درصد است. حتماً این آمار و ارقام که سال ۹۴ به صورت رسمی از سوی دایرک (مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال) منتشر شده، شما را نیز کنجکاوتر کرده بیشتر درباره گیمرهای ایرانی و هزینه‌هایی که صرف صنعت بازی در دنیا و ایران می‌شود بدانید. (این پژوهش‌های پیمایشی هر دو سال یک بار انجام می‌شود و آخرین آمار منتشر شده تا آخر سال ۱۳۹۴ را دربرمی‌گیرد) در این گزارش سعی کرده‌ایم با مراجعه به آمار و ارقام و گفت‌وگو با کارشناسان، وضعیت صنعت بازی را در کشور بررسی کنیم.

صادرات بازی‌های دیجیتال

داشتن ۲۳ میلیون گیمر در ایران که حدود ۲۹ درصد از جمعیت کشور را شامل می‌شود، نسبت به کشورهایی که صاحب صنعت و پیشرو در بازی‌های ویدئویی هستند، چندان عجیب نیست، زیرا در آن کشورها نزدیک به ۴۰ تا ۵۰ درصد از جمعیت، گیمر هستند. سید محمدعلی سیدحسینی، مدیرعامل دایرک در گفت‌وگو با کلیک درباره این تعداد گیمر ایرانی می‌گوید: «این تعداد با توجه به جمعیت کشور بازار خوبی محسوب می‌شود و رو به افزایش است و پیش‌بینی می‌شود تا انتهای سال ۱۴۰۰ تعداد بازیکنان ایرانی به ۴۲ میلیون برسد.» از طرف دیگر، از پاکباز شدن صنعت بازی‌های ویدئویی در ایران خیلی نمی‌گذرد و میانگین سالی که گیمرهای ایرانی به انجام بازی‌های ویدئویی می‌پردازند شش سال است. در حالی که این میانگین برای گیمرهای آمریکایی به ۱۳ سال می‌رسد طبق آمارهای منتشر شده توسط دایرک، ۳۷ عنوان بازی ایرانی درآمدزا تا مهر ۹۵ در فروشگاه‌های دیجیتال خارجی انتشار یافته است. همچنین ۱۸ بازیساز ایرانی تا این زمان، بازی درآمدزای خود را در فروشگاه‌های دیجیتال خارجی عرضه کرده‌اند. ۲۲ ناشر نیز بازی‌های درآمدزای ایرانی را در فروشگاه‌های دیجیتال خارجی نشر داده‌اند. براساس آمارها، ۵۲ درصد از مجموع این ناشران، ایرانی و ۴۸ درصد دیگر غیرایرانی بوده‌اند. گفتنی است همه این ناشران ایرانی، بازی‌های ساخت خود را نشر داده‌اند. برای مثال استودیو مدیریک، علاوه بر این که سازنده چهار عنوان بازی صادراتی بوده، ناشر این بازی‌ها نیز بوده است.

نشر بازی‌ها می‌تواند درآمد هنگفتی برای کشورها داشته باشد که ما هنوز تا رسیدن به درآمد قابل توجه فاصله داریم. تا پایان سال ۹۴ درآمد سالانه ایرانی‌ها از بازی‌های ویدئویی ۱۵۳ میلیون دلار بوده، در حالی که درآمد سالانه آمریکا از بازی‌های ویدئویی به عنوان یکی از قطب‌های نوظهور ۲۳ هزار و ۵۰۰ میلیون دلار عنوان شده است.

هادی جعفری منفرد، مدیر نظارت بر تحول سازمانی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در گفت‌وگو با کلیک درباره فعالیت‌ها و برنامه‌های بنیاد برای حمایت از صادرات بازی‌ها می‌گوید: «برنامه حمایت از بازی‌های صادرات محور که سال گذشته استارت آن زده شد، امسال نیز تلاطم پیدا کرد و اتفاق خوب آن بود که در سال جاری انتخاب بازی‌های برتر توسط تیمی متشکل از ناشران بین‌المللی صورت گرفت که دقیقاً می‌توانند برآورد کنند یک بازی تا چه حد در بازار جهان ظرفیت صادرات و موفقیت خواهد داشت. این جوایز امسال همراه با رویداد بزرگ TGC برگزار شد و سال بعد نیز تلاطم خواهد داشت. افزون بر آن، برگزاری رویدادهای بزرگ بین‌المللی همچون TGC و نیز حمایت از حضور بازیسازان مطرح در رویدادهای بین‌المللی مانند گیمز کام آلمان یا گیم کانگن فرانسه که به هرچه بهتر دیده شدن بازیسازان ایرانی کمک می‌کند، از برنامه‌های بنیاد بوده است.»

وضعیت بازی‌های رایانه‌ای و کنسولی

مطابق با گزارش «بازی‌های 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، ۷۳ درصد درآمدها از بازی‌های پلتفرم رایانه بوده است. این رقم هرچند بزرگ نیست، اما در سال‌های اخیر رشد فزاینده‌ای 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 کرده‌اند. این عدد فارغ از هزینه‌های سخت‌افزار بوده و فقط پرداخت برای بازی‌ها را دربرمی‌گیرد.

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 ۲۰۱۶، چین نیز الگوی مشابهی را در میزان استفاده از پلتفرم‌های سه‌گانه برای بازی کردن دارد. در گزارش دایرک آمده است: «در چین بیشترین سهم از بازیکنان به وسیله پلتفرم موبایل و سپس پلتفرم‌های رایانه و کنسول بازی دیجیتال انجام می‌دهند. مطابق این گزارش این الگو متفاوت از الگوی کشورهای آمریکای لاتین از قبیل برزیل و مکزیک است که در آنها بیشترین سهم بازیکنان به ترتیب متعلق به بازی کردن با پلتفرم کنسول و پس از آن موبایل و رایانه است. همچنین در کشورهای اروپایی، پلتفرم‌ها به لحاظ میزان و درصد بازیکنان، وضعیتی متعادل را به خود می‌بینند.» مدیرعامل دایرک (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) درباره استقبال کمتر از دو پلتفرم رایانه و کنسول در ایران توضیح می‌دهد: «توزیع در بازی‌های پی‌سی و کنسول مناسب نیست. مثلاً بازی‌هایی مثل سین سیتی، بازی‌های استراتژی و آموزنده هستند که نحوه مدیریت بحران، تفکر انتقادی و حل مسأله را آموزش می‌دهند، اما وقتی وارد یک فروشگاه بازی می‌شوید، بازی‌های پرفروش را در ویرین می‌بینید و بازی‌های آموزشی در همه جای دنیا نسبت به بازی‌های تجاری و سرگرم‌کننده فروش کمتری دارند.» سیدحسینی در پاسخ به این پرسش که چرا ما در ایران بازی‌های تجاری نمی‌سازیم که پشتش هدفی وجود داشته باشد و توان رقابت با بازی‌های روز دنیا را نیز داشته باشد، می‌گوید: «در زمینه بازی‌های موبایلی چنین بازی‌هایی ساخته می‌شود، مثلاً در حوزه محیط زیست، آموزش و... ولی بازی‌های پی‌سی 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 ژاپن نیست» نه به این دلیل که بازیسازهای ما بالقوه نمی‌توانند چنین بازی‌هایی بسازند بلکه به این دلیل که هزینه ساخت این بازی‌ها بسیار بالاست و بازاری بسیار قوی می‌خواهد که به فروش برود. بحث دیگر بازاریابی است که شرکت‌های بزرگ بازیسازی در دنیا بسیار قوی‌تر روی بازاریابی کار می‌کنند تا یک شرکت مستقل بازیسازی در ایران. او در آخر تأکید می‌کند که ساخت بازی‌های کنسولی در ایران با مشکلات اساسی مواجه است، ولی بزودی دو فروشگاه توزیع دیجیتال با نام‌های «آریو» و «هیولا» برای بازی‌های پی‌سی راه خواهد افتاد که به این ترتیب واسطه نشر حذف می‌شود.

مانده گیوه چین

ضمیمه کلیک جام جم



## نقش نظارتی والدین در کاهش آسیب بازی‌های رایانه‌ای غیرمجاز (۱۳۹۵-۰۷-۰۳)

ارومیه- ای‌رنا- بازی‌های رایانه‌ای غیرمجاز که گاه و بیگاه در گوشه و کنار دنیا قربانی می‌گیرد، کاربران را در دنیایی از فضا سازی‌های منفی قرار داده است و آسیب‌های ناشی از آن تنها در سایه توجه بیش از پیش به نقش نظارتی والدین در گزینش و خرید این بازی‌ها کاهش می‌یابد.

به گزارش ای‌رنا به نقل از کارشناسان ذریعاً همه بازی‌های رایانه‌ای مشکل‌ساز نیست اما کاربران در بیشتر موارد بدون توجه به مجاز بودن بازی‌های رایانه‌ای نسبت به گزینش، خرید یا بازگزاری این بازی‌ها از طریق اینترنت اقدام می‌کنند.

بر این اساس در جستجوی راهکارهای کاهش آسیب‌های این بخش باید در بیشتر موارد توپ بازی را به زمین والدین انداخت زیرا تصاویر جذاب، پرتحرک و صندهای مهیج بازی‌های غیرمجاز، دنیایی از هیجان را به کودکان پر جنب و جوش ارزانی کرده است تا کشتن دشمن خیالی جای بازی‌های اجتماعی کودکان را بگیرد.

یک مشاور کودک و خانواده معتقد است که افزایش پرخاشگری و لذت بردن از خشونت، نتیجه استفاده افراطی از رایانه در دنیای کنونی است و بازی‌های رایانه‌ای غیرمجاز، خشونت را بیشتر از بازی‌های مجاز به کاربران تمرین می‌دهد.

به گفته مصطفی محمدی، محتوای خشن برخی از این بازی‌های غیرمجاز به گونه‌ای است که بچه‌ها به صورت گروهی یا فردی در پی ضربه زدن، متلاشی کردن، له کردن و نابودی برمی‌آیند.

وی افزود: اگر به چهره کاربران هنگامی که در بازی و در برابر رقیب تصویری خود یا مانع فیزیکی گرافیکی قرار می‌گیرند نگاه کنید، به راحتی آثار خشم توأم با اضطراب را می‌بینید.

وی با تأکید بر نقش نظارتی والدین در این بخش، ادامه داد: بعضی از بچه‌ها از این حالت هم فراتر می‌روند و ناخواسته فریاد می‌کشند که این حالت از نظر روانی به تدریج در ذهن و روح بچه‌ها باقی می‌ماند و در رفتارهای روزمره آنان مشاهده می‌شود.

یک روانپزشک نیز معتقد است که افزایش خشونت، محدود کردن خلاقیت و کم‌تحرکی سه عارضه مهم استفاده بیش از حد از بازی‌های رایانه‌ای است و این بازی‌ها به علت چارچوب و طراحی محدودی که دارند، نمی‌توانند به اندازه لازم و کافی در پرورش خلاقیت‌های کودکان موثر باشد.

مریم رستمی اضافه کرد: کودکانی که به طور مداوم با این بازی‌ها درگیر هستند، درونگرا و در برقراری ارتباط اجتماعی با دیگران ناتوان می‌شوند. متخصص بیماری‌های چشم نیز آسیب‌های جسمانی بازی‌های رایانه‌ای را غیرقابل جبران می‌داند و معتقد است که این بازی‌ها در یک مدت طولانی، تهدیدی جدی بر سلامت کودکان به شمار می‌رود.

دکتر عابد فتحی ادامه داد: کاربران با غرق شدن در دنیای پرهیجان بازی‌های رایانه‌ای از لحاظ بینایی و ذهنی بر خود فشار می‌آورند و والدین باید در سایه افزایش نظارت از آسیب‌های ناشی از این بازی‌ها بکاهند.

استاد حوزه و دانشگاه نیز نگاه فرهنگی به بازی‌های رایانه‌ای دارد و معتقد است که نوک پیکان بازی‌های رایانه‌ای مقدسات دینی را نشانه گرفته است و کودک با یک کلیک وارد دنیای دیگری می‌شود.

حجت الاسلام علی میرزایی افزود: تولیدکنندگان بازی‌های رایانه‌ای با پشتیبانی برخی از کشورهای استکباری به صورت بسیار ماهرانه و با تکیه بر کارهای مطالعاتی و تحقیقاتی، برای تأثیرگذاری بر روی اعتقادات کودکان و نوجوانان تلاش می‌کنند.

وی ادامه داد: تصویر وارونه نشان دادن از ائمه اطهار و به ویژه امیرالمومنین (ع)، امام زمان (ع)، مبارزان انقلابی و نیروهای حزب الله بخشی از موضوع بازی‌های رایانه‌ای غیرمجاز است.

رحمان اسدی، کارشناس علوم تربیتی نیز معتقد است که تحریم کودکان و نوجوانان از بازی‌های رایانه‌ای درست نیست زیرا جنبه آموزش و (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) عملی آن روز به روز افزایش می یابد 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 می پردازند.

این کارشناس اظهار 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 فرآیند یادگیری را آسان و توجه نوجوانان را جلب می کند.

وی ادامه داد: برخی 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 هایی چون 'فلج مغزی' یا 'نارسایی در تشخیص واژه ها' کمک می کند.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان غربی نیز آسیب های اجتماعی و به ویژه آسیب های ناشی از بازی های رایانه ای را از دغدغه های مقام معظم رهبری عنوان می کند و معتقد است که اگر این مهم مورد توجه قرار نگیرد، تبعات ناشی از این بازی ها بنیان بسیاری از خانواده ها را سست می کند.

حجت الاسلام محمد باقر کریمی با بیان اینکه همه بازی های رایانه ای مشکل آفرین نیست، اضافه کرد: بازی های رایانه ای غیرمجاز حتی در کشورهای عربی و غربی برای سنین زیر ۲۰ سال ممنوع اعلام شده است و والدین باید در این خصوص بیش از پیش دست به کار شوند.

وی اظهار کرد: پیش از این ۷۰ نسخه از بازی رایانه ای غیر قابل تولید و توزیع پیش از این در ارومیه تولید می شد که با تلاش های کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی و اطلاع رسانی به نهادهای مربوطه، جمع آوری شد.

وی افزود: آذربایجان غربی پیشتر در بحث بازی های رایانه ای وضعیت بسیار نامطلوبی داشت اما در زمان حاضر این استان جزو استان های برتر در مقابله با 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 وسایل بازی رایانه ای در میان کاربران ایرانی است و ۷۷ درصد کاربران ایرانی بازی های رایانه ای از تلفن هوشمند استفاده می کنند.

۲۰۷۲ / ۸۱۳۵

● گزارش: شهین بیدارس ● انتشار: علیرضا فولادی



## استقبال ایرانی ها از بازی های موبایلی (۱۳۹۶-۱۳۹۷-۱۳۹۸)

خبرگزاری آریا - گزارش آماری شرکت Superdata نشان می دهد در سال ۲۰۱۶ درآمد بازی های موبایلی در دنیا، معادل ۴۰۶ 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 ۹۴ 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 ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را در سال ۹۴ صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد، هزینه های سخت افزار را دربر نمی 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 تا حدودی توجه دارند و ۲۵ درصد اصلاً توجهی ندارند.

هادی جعفری منفرد، مدیر نظارت 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 و سیاست اسرا از برنامه های جدی بنیاد در سال جاری بوده که نسخه آزمایشی آن به بهره برداری رسیده و در حال انجام تست های مختلف برای نسخه نهایی آن هستیم 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 های کارشناسان نظام رده بندی را مشاهده خواهند کرد.»

بازی های دیجیتال: سومین رسانه با اهمیت

با نگاه به پنج رسانه با اهمیت 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 گذارند انتخاب کرده اند.

این جایگاه بازی های دیجیتال در میان بازی بازاها که حتی جلوتر از کتاب، سینما، روزنامه و مجله قرار گرفته است، نشان می دهد باید (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مواظب محتوایی که در قالب آن عرضه می شود بود. سید حسینی، مدیرعامل دایرک در مورد این نگرانی می گوید: «چون بازی های موبایلی توزیع دیجیتال دارند، برخلاف بازی های پی سی و کنسولی که بیشتر فیزیکی توزیع می شوند، نظارت بر بازی های موبایلی بهتر است. از طرف دیگر بازی های موبایلی به دلیل گرافیک و داستان پردازی ساده تر، خیلی محتوای آسیب 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 نوجوان برای بازی کردن، لذت بخش بودن بازی است، جوانان، میانسالان و کهنسالان برای پر کردن اوقات تنهایی به بازی روی می آورند. از سوی دیگر یکی از ایراداتی که به بازی ها گرفته می شود این است که انسان ها را تنها تر 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 وضعیت متفاوتی با دنیا نداریم. سید حسینی، مدیرعامل دایرک در این باره توضیح می دهد: «ماهیت رسانه های جدید به گونه ای است که سعی می کنند ارتباطات را افزایش دهند، ولی لزوماً کیفیت ارتباطات افزایش نمی یابد. غنای رسانه ای (ابزارهایی 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 (شکلک ها) می توانید این کار را انجام دهید. بنابراین در رسانه هایی مانند بازی های دیجیتال هرچند کمیت 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 آنهایی که بازی های آنلاین انجام می دهند، با بازیکنان آنلاین دیگر که معمولاً نمی شناسند بازی می کنند. عده دیگری بازی های چند نفره یا کنسول 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 کوئیز 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 جعفری منفرد، مدیر نظارت بر تحول سازمانی درباره برنامه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای می گوید: «بنیاد در سال جاری دو برنامه کلان را در کنار برنامه هایی که سال گذشته داشته پیگیری می کند. در واقع علاوه بر برنامه های حمایت از بازی های صادرات محور که از سال پیش شروع شد اسامی در نظر داریم سند جامع حمایت از بازی های رایانه ای را تدوین و نهایی کنیم (تحت عنوان هرم حمایت) به گونه ای که حمایت از بازیسازان کاملاً ضابطه مند، جامع و تعالی بخش باشد که با اجرایی شدن آن از سال آینده امیدواریم تحولی در حمایت از بازیسازان رخ دهد.» او در ادامه ضمن اشاره به توزیع بازی های PC از طریق بستر دیجیتال می گوید: «برای تحریک تقاضا سمت مصرف کننده هم لازم است اقدامات لازم صورت گیرد به همین دلیل طراحی کمیون حمایت از بازی های ایرانی را نیز در دستور کار داریم.»

ضمیمه کلیک جام جم

منبع خبر: جام جم کلیک



## استقبال ایرانی ها از بازی های موبایلی (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

گزارش آماری شرکت Superdata نشان می دهد در سال ۲۰۱۶ درآمد بازی های موبایلی در دنیا، معادل ۴۰.۶ میلیارد دلار بوده که بیشترین سهم نیز با درآمد تخمینی ۲۴.۸ 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 ۹۴ 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 ۱۳۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان را در سال ۹۴ صرف بازی های موبایلی کرده اند. این عدد، هزینه های سخت افزار را دربر نمی 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 تا حدودی توجه دارند و ۲۵ درصد اصلاً توجهی ندارند.

هادی جعفری منفرد، مدیر نظارت 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 (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) باشند، به همین دلیل راه اندازی وبسایت اسرا از برنامه های جدی بنیاد در سال جاری بوده که نسخه آزمایشی آن به بهره برداری رسیده و در حال انجام تست های مختلف برای نسخه نهایی آن هستیم 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 های کارشناسان نظام رده بندی را مشاهده خواهند کرد.»

بازی های دیجیتال: سومین رسانه بااهمیت با نگاه به پنج رسانه بااهمیت 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 گذارند انتخاب کرده اند.

این جایگاه بازی های دیجیتال در میان بازی بازها که حتی جلوتر از کتاب، سینما، روزنامه و مجله قرار گرفته است، نشان می دهد باید مواظب محتوایی که در قالب آن عرضه می شود بود. سید حسینی، مدیرعامل دایرک در مورد این نگرانی می گوید: «چون بازی های موبایلی توزیع دیجیتال دارند، برخلاف بازی های پی سی و کنسولی که بیشتر فیزیکی توزیع می شوند، نظارت بر بازی های موبایلی بهتر است. از طرف دیگر بازی های موبایلی به دلیل گرافیک و داستان پردازی ساده تر، خیلی محتوای آسیب 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 نوجوان برای بازی کردن، لذت بخش بودن بازی است، جوانان، میانسالان و کهنسالان برای پر کردن اوقات تنهایی به بازی روی می آورند. از سوی دیگر یکی از ایراداتی که به بازی ها گرفته می شود این است که انسان ها را تنها تر 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 وضعیت متفاوتی با دنیا نداریم. سیدحسینی، مدیرعامل دایرک در این باره توضیح می دهد: «ماهیت رسانه های جدید به گونه ای است که سعی می کنند ارتباطات را افزایش دهند، ولی لزوما کیفیت ارتباطات افزایش نمی یابد. غنای رسانه ای (ابزارهایی 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 (شکلک ها) می توانید این کار را انجام دهید. بنابراین در رسانه هایی مانند بازی های دیجیتال هرچند کمیت 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 آنهایی که بازی های آنلاین انجام می دهند، با بازیکنان آنلاین دیگر که معمولاً نمی شناسند بازی می کنند. عده دیگری بازی های چند نفره یا کنسول 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 کولیز 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 جعفری منفرد، مدیر نظارت بر تحول سازمانی درباره برنامه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای می گوید: «بنیاد در سال جاری دو برنامه کلان را در کنار برنامه هایی که سال گذشته داشته پیگیری می کند. در واقع علاوه بر برنامه های حمایت از بازی های صادرات محور که از سال پیش شروع شد اسامال در نظر داریم سند جامع حمایت از بازی های رایانه ای را تدوین و نهایی کنیم (تحت عنوان هرم حمایت) به گونه ای که حمایت از بازیسازان کاملاً ضابطه مند، جامع و تعالی بخش باشد که با اجرایی شدن آن از سال آینده امیدواریم تحولی در حمایت از بازیسازان رخ دهد.» او در ادامه ضمن اشاره به توزیع بازی های PC از طریق پستر دیجیتال می گوید: «برای تحریک تقاضا سمت مصرف کننده هم لازم است اقدامات لازم صورت گیرد به همین دلیل طراحی کمیون حمایت از بازی های ایرانی را نیز در دستور کار داریم.»

ضمیمه کلیک جام جم



click

## لزوم افزایش سطح کیفی بازی های جدی ایرانی (۱۳۹۷-۱۳۹۶)

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 جذابیتی که دارند 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 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 حوزه یا 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 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. (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 نگاه کارآمد به مقوله بازی در میان سیاست 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 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 دبیرخانه 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 بخشی از آن به صورت اعتبار در اختیار بازی سازان قرار گیرد.

سید حسینی اضافه کرد: درحال حاضر فقط برای برترین اثر جایزه در نظر 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 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 محدودیتی برای زمان ساخت بازی ها در نظر گرفته نشده است یعنی اگر اثری به عنوان مثال ۱۰ سال پیش نیز ساخته شده باشد می تواند در این مسابقه شرکت داده شود.

سید حسینی افزود: این مسابقه ۶ بخش اصلی دارد که بازی سازان باتوجه به آن می توانند آثار خود را ارسال کنند. البته یک بخش هفتم نیز با عنوان «سایر» در نظر گرفته شده است که اگر بازی هایی با موضوعات خاص شرکت کردند در این بخش گنجانده شوند.

بخش های اصلی این مسابقه جایزه بزرگ به شرح ذیل است:

آموزش نظریه‌مابیت 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 مهارت‌باز بازی های دیجیتال می توان برای کسب مهارت های مختلف استفاده نمود. مهارتهای 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، بلایای طبیعی و غیره، انجام مشاغل گوناگون و برقراری ارتباطات میان فردی تا نحوه صحیح خواندن نماز و آموزش مسواک زدن به کودکان را در برمی گیرند.

تبلیغات و اقناع 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 برند یا محصول تجاری، یک شخصیت سیاسی، ترویج مذهبی و غیره است.

اصلاحات اجتماعی و ترویج رفتارهای جامعه پسند در 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، مسئولیت پذیری اجتماعی، تغییر رفتارهای اجتماعی و غیره اصلاحات انجام داد.

تندرست‌سپه‌ده از ساخت برخی بازی های جدی این است که از طریق سرگرمی، آزمایش‌کلاتی مانند چاقی، دیابت، اعتیاد و ... جلوگیری کرده و با ارائه رژیم های غذایی صحیح و تمرین های ورزشی روزانه، تندرستی و تناسب اندام را ترویج دهند و بازی هایی که باعث تداوم سلامتی افراد می شوند.

درمان و توانبخشی بازی های دیجیتال ابزاری اثربخش برای درمان و توانبخشی هستند. در حال حاضر از بازی های جدی برای درمان بیماری هایی مثل دیابت، سرطان، لوتیسم، افسردگی، فوبیا و بسیاری از دیگر بیماری های روانی و جسمانی و همچنین توانبخشی به قربانیان سکنه مغزی، اختلالات ذهنی و حرکتی و ... استفاده می شود.

علاقه مندان به شرکت در این مسابقه می توانند با مراجعه به آدرس اینترنتی <https://evnd.co/es41> اقدام به ثبت نام و ارسال آثار خود کنند. شایان ذکر است؛ دبیرخانه مسابقه «جایزه بازی های جدی» با شماره تلفن ۸۸۲۱۰۲۲۲ و داخلی های ۳۴۱، ۳۴۲، ۳۴۵ آماده پاسخگویی به سوالات علاقه مندان و شرکت کنندگان در این رویداد است.



## دبیر کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال: سطح کیفی بازی های جدی ایرانی باید افزایش یابد (۱۳۹۴-۹۵/۱۳۹۶)

دبیر 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 اکونومیست؛ 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 با 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 سیاست 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 لول مهرماه آغاز شده است و علاقه مندان به شرکت در آن می توانند تا ۳۰ مهرماه، بازی های خود را به دبیرخانه این مسابقه ارسال کنند و بخش داوری بازی ها 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 برنده جایزه ۲۰ میلیون تومانی خواهند بود که ممکن است بخشی از آن به طور نقدی و بخش از آن به صورت اعتبار در اختیار بازی سازان قرار گیرد.

سیدحسینی افزود: در حال حاضر فقط برای برترین اثر جایزه در نظر 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 در نظر گرفته نشده است یعنی اگر اثری به عنوان مثال ۱۰ سال پیش نیز ساخته شده باشد 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» در نظر گرفته شده است که اگر بازی هایی با موضوعات خاص شرکت کردند 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. مهارتهای 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، بلایای طبیعی و... انجام مشاغل گوناگون و برقراری ارتباطات میان فردی تا نحوه صحیح خواندن نماز و آموزش مسواک زدن به کودکان را در برمی گیرند.

تبلیغات و افق:

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 برند یا محصول تجاری، یک شخصیت سیاسی، ترویج مذهبی و... است.

اصلاحات اجتماعی و ترویج رفتارهای 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 مسئله محیط زیست، حفاظت از میراث فرهنگی، بهداشت عمومی، مسئولیت پذیری اجتماعی، تغییر رفتارهای اجتماعی و... اصلاحات انجام داد.

تندرستی:

هدف از ساخت برخی بازیهای 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، تندرستی و تناسب اندام را ترویج دهند و بازی هایی که باعث تداوم سلامتی افراد می شوند.

درمان و توانبخشی:

بازی های دیجیتال ابزاری اثربخش 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 سکنه مغزی، اختلالات ذهنی و حرکتی و... استفاده می شود. علاقه مندان به شرکت در این مسابقه می توانند با مراجعه به آدرس اینترنتی <https://evmd.co/est41> اقدام به ثبت نام و ارسال آثار خود کنند.

شایان ذکر است که دبیرخانه مسابقه «جایزه بازی های جدی» با شماره تلفن ۸۸۳۱۰۲۲۲ و داخلی های ۳۴۱، ۳۴۲ و ۳۴۵ آماده پاسخگویی به سوالات علاقه مندان و شرکت کنندگان در این رویداد است.

## دبیر کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال: سطح کیفی بازی های جدی ایرانی باید افزایش یابد

سید محمدعلی سیدحسینی، دبیر 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، دبیر 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 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 با 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 حوزه یا 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 سیاست 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 لول مهرماه آغاز شده است و علاقه مندان به شرکت در آن می توانند تا ۳۰ مهرماه، بازی های خود را به دبیرخانه این مسابقه ارسال کنند و بخش داور بازی ها 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 برنده جایزه ۲۰ میلیون تومانی خواهند بود که ممکن است بخشی از آن به طور نقدی و بخش از آن به صورت اعتبار در اختیار بازی سازان قرار گیرد.

سیدحسینی افزود: در حال حاضر فقط برای برترین اثر جایزه در نظر 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 در نظر گرفته نشده است یعنی اگر اثری به عنوان مثال ۱۰ سال پیش نیز ساخته شده باشد 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» در نظر گرفته شده است که اگر بازی هایی با موضوعات خاص شرکت کردند 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 زیتهای 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. مهارتهای 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، بلایای طبیعی و... انجام مشاغل گوناگون و برقراری ارتباطات میان فردی تا نحوه صحیح خواندن نماز و آموزش مسواک 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 برند یا محصول تجاری، یک شخصیت سیاسی، ترویج مذهبی و... است.

اصلاحات اجتماعی و ترویج رفتارهای 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 مسئله محیط زیست، حفاظت از میراث فرهنگی، بهداشت عمومی، مسئولیت پذیری اجتماعی، تغییر رفتارهای اجتماعی و... اصلاحات انجام داد.

تندرستی: هدف از ساخت برخی بازیهای 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، تندرستی و تناسب اندام را ترویج دهند و بازی هایی که باعث تدلوم سلامتی افراد می شوند.

درمان و توانبخشی: بازی های دیجیتال ابزاری اثربخش برای درمان و توانبخشی هستند. در حال حاضر از بازی های جدی برای درمان بیماری هایی مثل دیابت، سرطان، اوتیسم، افسردگی، قویا و بسیاری از دیگر بیماری های روانی و جسمانی و همچنین توانبخشی به قربانیان سکنه مغزی، اختلالات ذهنی و حرکتی و... استفاده می شود.

علاقه مندان به شرکت در این مسابقه می توانند با مراجعه به آدرس اینترنتی <https://evnd.co/ef41> اقدام به ثبت نام و ارسال آثار خود کنند.

شایان ذکر است که دبیرخانه مسابقه «جایزه بازی های جدی» با شماره تلفن ۸۸۳۱۰۲۲۲ و داخلی های ۲۴۱، ۲۴۲ و ۲۴۵ 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 (۱۳۸۸-۱۳۹۷)

اقتصاد ایران: سید محمدعلی سیدحسینی، دبیر 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، دبیر 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 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 با 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 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 سیاست 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 ۳۰ مهرماه، بازی های خود را به دبیرخانه این مسابقه ارسال کنند و بخش داوری بازی ها 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 برنده جایزه ۲۰ میلیون تومانی خواهند بود که ممکن است بخشی از آن به طور نقدی و بخشی از آن به صورت اعتبار در اختیار بازی سازان قرار گیرد.

سیدحسینی افزود: درحال حاضر فقط برای برترین اثر جایزه در نظر 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 در نظر گرفته نشده است یعنی اگر اثری به عنوان مثال ۱۰ سال پیش نیز ساخته شده باشد می تواند در این مسابقه شرکت داده شود.

سید حسینی افزود: این مسابقه ۶ بخش اصلی دارد که بازی سازان یا توجه به آن می توانند آثار خود را ارسال کنند. البته یک بخش هفتم نیز با عنوان «سایر» در نظر گرفته شده است که اگر بازی هایی با موضوعات خاص شرکت کردند 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 مباحث نظری مرتبط با شاخه های مختلف علمی گسترده است.

آموزش مهارتی: از بازی های دیجیتال می توان برای کسب مهارت های مختلف استفاده نمود. مهارتهای 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، بلاای طبیعی و... انجام مشاغل گوناگون و برقراری ارتباطات میان فردی تا نحوه صحیح خواندن نماز و آموزش مسواک 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 برند یا محصول تجاری، یک شخصیت سیاسی، ترویج مذهبی و... است.

اصلاحات اجتماعی و ترویج رفتارهای 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 مسئله محیط زیست، حفاظت از میراث فرهنگی، بهداشت عمومی، مسئولیت پذیری اجتماعی، تغییر رفتارهای اجتماعی و... اصلاحات انجام داد.

تندرستی: هدف از ساخت برخی بازیهای جدی این است که از طریق سرگرمی، آزمایشکالاتی مانند چاقی، دیابت، اعتیاد و... جلوگیری کرده و یا ارائه رژیم های غذایی صحیح و تمرین های ورزشی روزانه، تندرستی و تناسب اندام را ترویج دهند و بازی هایی که باعث تداول سلامت افراد می شوند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) درمان و توانبخشی: بازی های دیجیتال ابزاری اثربخش 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 سکنه مغزی، اختلالات ذهنی و حرکتی و... استفاده می شود.

علاقه مندان به شرکت در این مسابقه می توانند با مراجعه به آدرس اینترنتی <https://evnd.co/es41> اقدام به ثبت نام و ارسال آثار خود کنند. شایان ذکر است که دبیرخانه مسابقه «جایزه بازی های جدی» با شماره تلفن ۸۸۲۱۰۲۲۲ و داخلی های ۳۴۱، ۳۴۳ 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



پوزهاب

مثبت 

منفی 

بی طرف 

جهت گیری محتوا 

عنوان خبر

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

محل قرارگیری خلاصه خبر

محل قرارگیری

فراوانی خبر

بریده جراید در روزنامه

# بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در آینه مطبوعات

۱۳۹۶/۰۷/۲۲

