

۱۳۹۷/۰۴/۳۱

# بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در آینه مطبوعات




# فهرست



۲	سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی	خبربان
۳	افزایش تعداد گیم‌های ایرانی به 28 میلیون نفر	وطن امروز
۳	نشست خبری TGC 2018؛ هدف صادرات بازی به بازارهای جهانی است	ZOOMG
۴	نشست خبری TGC 2018؛ هدف صادرات بازی به بازارهای جهانی است	پول و تجارت Pool Ya Tjamat
۵	گزارش کنفرانس خبری TGC 2018؛ صادرات بازی های ایرانی در صدر اولویت ها	سهر خندانزار
۶	نمایشگاه TGC 2018 با هدف صادرات بازی های ایرانی به بازار بین المللی برگزار می شود	دیجیاتو
۷	تمرکز ما بر صادرات بازی های ایرانی است/فعالان بازی سازی باید به سمت انجام پروژه های مشترک بین المللی بروند/آخرین آمار و ارقام TGC2018؛ 8 تیر آخرین مهلت خرید بلیت رویداد/تاکنون حضور 1200 ...	ایران بازی
۹	افزایش آمار کاربران بازی های رایانه ای به ۲۸ میلیون نفر در کشور	مركزی سجاد
۹	بازار بازیهای رایانه ای ۹۶ زیر ذره بین/ رشد ۱۴۰ درصدی درآمد بومی ها	خبرگزاری مهر
۱۰	بازار بازیهای رایانه ای 96 زیر ذره بین/ رشد 140 درصدی درآمد بومی ها	news
۱۲	تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید	باشگاه خبرنگاران
۱۳	شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	بزرگاری دانشیان ایران
۱۴	بازار بازیهای رایانه ای 96 زیر ذره بین	پول
۱۵	شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	ارمان اقتصادی
۱۶	28 میلیون نفر در کشور روزانه به صورت آنلاین بازی می کنند	خبرگزاری پانا
۱۷	شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	news
۱۸	رشد 3 درصدی بازی های بومی پارانه ای	خبرگزاری جمهوری اسلامی IRNA
۱۹	شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	فصل اقتصاد
۲۰	بازار بازیهای رایانه ای 96 زیر ذره بین/ رشد 140 درصدی درآمد بومی ها	Dana

۲۱	شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۲۲	رشد 3 درصدی بازی های بومی رایانه ای	
۲۳	شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۲۴	تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۲۵	«کلش او کلتز» ، همچنان پرتعدادترین بازی در کشور	
۲۵	تعداد گیمرهای ایرانی به 28 میلیون نفر رسید!	
۲۶	رشد 3 درصدی بازی های بومی رایانه ای	
۲۷	تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۲۸	نمایشگاه و همایش بین المللی Tehran Game Convention 2018	
۲۸	شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۲۹	28 میلیون نفر بازیکن رایانه ای در ایران است	
۳۰	تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۳۱	شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۳۳	نشست خبری شاخص ترین آمار مصرف بازی در کشور؛ ایران 28 میلیون گیمر دارد	
۳۴	کلش پرتعدادترین بازی در کشور	
۳۴	کلش پرتعدادترین بازی در کشور	
۳۵	رشد 3 درصدی بازی های بومی رایانه ای	
۳۶	نشست خبری شاخص ترین آمار مصرف بازی در کشور؛ ایران 28 میلیون گیمر دارد	
۳۷	افزایش مصرف کنندگان بازی های رایانه ای به ۲۸ میلیون نفر/ مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب	
۳۸	رشد 3 درصدی بازی های بومی رایانه ای	
۳۹	گیمرهای ایرانی 28 میلیون نفر شدند	

۴۰	تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۴۱	گزارش نمای باز 96: حالا 28 میلیون ایرانی گیمر هستند	
۴۲	تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۴۳	خبر	
۴۴	افزایش تعداد گیمرهای ایرانی به 28 میلیون نفر	
۴۴	درآمد 920 میلیارد تومانی بازار بازی های دیجیتال در کشور	
۴۵	آمار خواندنی از بازار بازی های رایانه ای	
۴۶	تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۴۶	لشگر 28 میلیونی گیمرها در ایران	
۴۶	جمعیت گیمرهای کشور 28 میلیونی شد	
۴۷	تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۴۸	حالا 28 میلیون ایرانی گیمر هستند	
۵۰	درآمد بازی های ایرانی در دو سال 140 درصد رشد کرد	
۵۱	31 دقیقه بازی علیه 12 دقیقه مطالعه نیست	
۵۲	شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۵۳	بازار بازیهای رایانه ای 96 زیر ذره بین/ رشد 140 درصدی درآمد بومی ها	
۵۴	درآمد 920 میلیارد تومانی بازار بازی های دیجیتال در کشور	
۵۵	رشد 3 درصدی بازی های بومی رایانه ای	
۵۶	تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به 28 میلیون نفر رسید	
۵۷	حسن کریمی قدوسی: کافه بازار به دنبال واردات بازی است	
۵۷	رویداد TGC 2018 به چه هدفی برگزار می شود؟	

۵۸

بنیاد ملی بازی های رایانه ای



۶۰

دومین دوره ی Level Up همگام با هیولا! این بار نوبت بازی های تحت شبکه پی سی است



۶۱

28 میلیون ایرانی گیمر هستند



۶۲

گسترش بازی های دیجیتالی در ایران و کاهش سن بازیکنان



۶۲

ایرانی ها چقدر بازی می کنند؟



۶۳

35 میلیون بازیکن دیجیتال در ایران



۶۴

ناشران بین المللی بازی در راه ایران/ جویندگان گنج در تی جی سی



۶۶

ناشران بین المللی بازی در راه ایران/ جویندگان گنج در تی جی سی



۶۸

ناشران بین المللی بازی در راه ایران/ جویندگان گنج در تی جی سی



۷۰

تازه ترین آمار مصرف بازی های دیجیتال



۷۱

لشکر 28 میلیونی گیمرها در ایران/ کلش پرفرمدارترین بازی در کشور



۷۲

ناشران بین المللی بازی در راه ایران/ جویندگان گنج در تی جی سی



۷۳

ناشران بین المللی بازی در راه ایران



۷۵

ناشران بین المللی بازی در راه ایران/ جویندگان گنج در تی جی سی



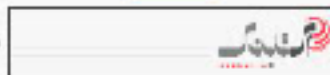
۷۷

ناشران بین المللی بازی در راه ایران/ جویندگان گنج در تی جی سی



۷۹

ناشران بین المللی بازی در راه ایران/ جویندگان گنج در تی جی سی



۸۱

ایرانی ها چقدر بازی می کنند؟



۸۲

بازی سازی، جذاب، جوان و پولساز!



۸۳

ناشران بین المللی بازی در راه ایران



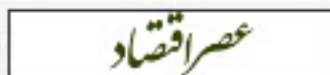
۸۵

جمعیت گیمرهای کشور 28 میلیونی شد



۸۶

ناشران بین المللی بازی در راه ایران



۸۸	بازار 25 میلیون نفری ایران برای بازی پارانه ای / بازی سازان خارجی جوان های ایرانی هستند	
۸۸	بزرگترین رقابت بازی سازی مستقل برای رایانه های شخصی	
۹۰	آغاز دومین دوره رویداد Level Up با تمرکز روی بازی های پی سی رقابتی	
۹۱	رقابت بزرگ بازی سازی مستقل برای رایانه های شخصی	
۹۲	آغاز دومین دوره رویداد Level Up با تمرکز روی بازی های پی سی رقابتی	
۹۳	فرصتی شگفت انگیز برای تیم های بازی سازی مستقل؛ ثبت نام رویداد لول آپ آغاز شد	
۹۴	ناشران بین المللی بازی در راه ایران، جویندگان گنج در تی جی سی	
۹۶	دومین دوره رویداد بازی سازی Level Up آغاز شد: بزرگترین رقابت بازی سازی مستقل برای رایانه های شخصی	
۹۷	جویندگان گنج در تی جی سی	
۹۹	ایرانی ها چقدر بازی می کنند؟	
۱۰۰	کافه بازار: انتقاد کردیم حذفمان کردند / بنیاد ملی بازیهای رایانه ای: کافه بازار دنبال واردات بازی بود	
۱۰۰	دومین دوره رویداد بازی سازی Level Up آغاز شد	
۱۰۱	ناشران بین المللی بازی در راه ایران / جویندگان گنج در تی جی سی	
۱۰۳	ایران 28 میلیون گیمر با میانگین سنی 19 سال دارد	
۱۰۴	ایران 28 میلیون گیمر با میانگین سنی 19 سال دارد اقتصاد ایران	
۱۰۵	درآمد بازار بازی های دیجیتال به 920 میلیارد تومان رسید	
۱۰۶	بازار 25 میلیون نفری برای بازی های پارانه ای	
۱۰۷	درآمد بازار بازی های دیجیتال به 920 میلیارد تومان رسید	
۱۰۸	ایرانی ها چقدر بازی می کنند؟	
۱۰۹	درخشش بازی ایرانی Flipping Filip در رویداد وایت نایتز سن پترزبورگ	
۱۰۹	بزرگترین رقابت بازی سازی مستقل برای رایانه های شخصی	

۱۱۱	برگزاری دومین دور "TGC" فرصت یا تهدید /باز هم پای "فرانسویها" در میان است	
۱۱۱	پروژه همگرا کردن بازی های رایانه ای اواخر تیر روغایی می شود	
۱۱۲	رشد دوبرابری حجم درآمد بازار بازی های دیجیتال	
۱۱۳	برگزاری دومین دور "TGC" فرصت یا تهدید	
۱۱۴	مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟!؟	
۱۱۵	مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟!؟	
۱۱۷	مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟!؟	
۱۱۸	مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟!؟	
۱۱۹	مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟!؟	
۱۲۱	مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟!؟	
۱۲۲	مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟!؟	
۱۲۴	بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است	
۱۲۴	آغاز نمایشگاه بازی های رایانه ای از فردا +جزئیات	
۱۲۵	بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است	
۱۲۶	بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است	
۱۲۷	آغاز نمایشگاه بازی های رایانه ای از فردا +جزئیات	
۱۲۸	بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است	
۱۲۸	دلار بازی ممنوع شد	
۱۲۹	«نمایشگاه بازی های رایانه ای» به بازی و بازی ساز ایرانی کمک می کند؟	
۱۳۰	TGC2018 رسماً آغاز شد	
۱۳۰	آغاز دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور	

۱۳۱	آغاز رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور	
۱۳۱	آغاز رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور	
۱۳۲	جمعیت جوان ایران فرصت مناسب برای بازی سازان/ بدون ورود به بازارهای جهانی بازی ایران کم فروغ خواهد بود	
۱۳۳	جمعیت جوان ایران فرصت مناسب برای بازی سازان/ بدون ورود به بازارهای جهانی بازی ایران کم فروغ خواهد بود	
۱۳۴	سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی	
۱۳۵	TGC2018 رسماً آغاز شد؛ چشم امید بازی سازان برای توسعه تعاملات بین المللی و فتح بازارهای جهانی	
۱۳۵	سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی	
۱۳۶	سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی	
۱۳۷	کنفرانس خبری TGC 2018 برگزار شد	
۱۳۸	دومین دوره رویداد بازی سازی Level Up آغاز شد	
۱۳۹	نگاهی به مراسم افتتاحیه TGC2018	
۱۴۰	شهم ۱۴ درصدی بازی سازان ایرانی از بازار بازی های رایانه ای کشور	
۱۴۱	تجربه هیجان انگیز مربی فرانسوی در رویداد بازی های رایانه ای تهران	
۱۴۱	گزارش و گفت و گو درباره مسترکلاس های TGC	
۱۴۳	درآمد بازار بازی های دیجیتال به ۹۲۰ میلیارد تومان رسید	
۱۴۴	بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است	
۱۴۵	همایش تجاری بازی های رایانه ای تهران TGC 2018 رسماً آغاز شد	
۱۴۵	تی جی سی ۲۰۱۸ در ایران، پلی به دنیای بازی سازان حرفه ای	
۱۴۷	سامانه همگرا برای نخستین بار در بخش نمایشگاهی TGC معرفی شد	
۱۴۷	تی جی سی 2018 در ایران، پلی به دنیای بازی سازان حرفه ای	
۱۴۹	تی جی سی 2018 در ایران، پلی به دنیای بازی سازان حرفه ای	



۱۵۱	تی جی سی ۲۰۱۸ در ایران، پلی به دنیای بازی سازان حرفه ای	
۱۵۳	صالحی از نمایندگان بازی های رایانه ای بازدید کرد	
۱۵۳	بازدید وزیر ارشاد از غرفه های بازی های رایانه ای	
۱۵۴	بازدید وزیر ارشاد از نمایندگان بازی های رایانه ای	
۱۵۴	صالحی از نمایندگان بازی های رایانه ای بازدید کرد	
۱۵۴	صالحی از نمایندگان بازی های رایانه ای بازدید کرد	
۱۵۵	صالحی از نمایندگان بازی های رایانه ای بازدید کرد	
۱۵۵	وزیر ارشاد از نمایندگان بازی های رایانه ای بازدید کرد	
۱۵۵	رویداد TGC2018 آغاز شد	
۱۵۶	TGC2018 رسماً آغاز شد	
۱۵۶	تجربه هیجان انگیز مربی فرانسوی در رویداد بازی های رایانه ای تهران	
۱۵۶	مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه TGC2018 اعلام کرد: سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی	
۱۵۷	تصاویر اختصاصی گیمفا از رویداد TGC 2018   سری نخست	
۱۵۷	توصیه برنامه نویس اتریشی به بازی سازان ایرانی: تمرین، تمرین، تمرین	
۱۵۸	قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای: تحریم های امریکا هیچ اثری بر TGC نگذاشت	
۱۵۸	آخرین آمار رده بندی سنی بازی های رایانه ای در TGC2018 اعلام شد	
۱۵۸	سامانه همگرا برای نخستین بار در TGC معرفی شد	
۱۵۹	TGC2018 رسماً آغاز شد	
۱۵۹	برپایی غرفه نظام رده بندی بازی های رایانه ای در TGC و اعلام آخرین آمار رده بندی بازی ها	
۱۶۰	بزرگ ترین رقابت بازی سازی مستقل برای رایانه های شخصی	
۱۶۱	بازدید وزیر ارشاد از نمایندگان بین المللی بازی های رایانه ای	

۱۶۱	بزرگ ترین رقابت بازی سازی مستقل برای رایانه های شخصی	
۱۶۲	بازدید وزیر ارشاد از نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای	
۱۶۳	رویداد TGC2018 آغاز شد	
۱۶۳	رویداد TGC2018 آغاز شد	
۱۶۴	جمعه پانزدهم تیرماه؛ بازدید وزیر فرهنگ و ارشاد از نمایشگاه بازی های رایانه ای	
۱۶۴	همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای با حمایت ایرانشیل برگزار شد	
۱۶۵	بازدید وزیر فرهنگ و ارشاد از نمایشگاه بازی تهران TGC 2018	
۱۶۵	وزیر ارشاد: بازی های رایانه ای حوزه خوبی برای سرمایه گذاری است	
۱۶۶	وزیر ارشاد: بازی های رایانه ای حوزه خوبی برای سرمایه گذاری است	
۱۶۷	پاسخ وزیر فرهنگ و ارشاد به دیجیاتو: باید از استعداد کافه بازار استفاده کنیم	
۱۶۷	TGC2018 رسماً آغاز شد	
۱۶۸	صالحی از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد	
۱۶۸	صالحی از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد	
۱۶۸	تی جی سی 2018 در ایران، پلی به دنیای بازی سازان حرفه ای	
۱۷۰	وزیر ارشاد: بازی های رایانه ای حوزه خوبی برای سرمایه گذاری است	
۱۷۱	صالحی از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد	
۱۷۱	بازدید وزیر ارشاد از نمایشگاه بازی های رایانه ای	
۱۷۱	صالحی از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد	
۱۷۲	بازدید وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از رویداد TGC 2018	
۱۷۲	بازدید وزیر ارشاد از نمایشگاه بازی های رایانه ای	
۱۷۳	TGC 2018   وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی: برای تقویت و تکامل TGC از بازی سازان نظرخواهی می کنیم	

۱۷۳	همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران برگزار شد	
۱۷۴	نتیجه حضور ناشر اتریشی در TGC 2018: انتشار دو بازی موبایلی ایرانی در بازارهای جهانی	
۱۷۴	TGC 2018   آیا تحصیلات آکادمیک برای صنعت بازی های رایانه ای موثر است؟	
۱۷۶	TGC 2018   دو بازی موبایلی ایرانی در بازارهای جهانی عرضه شدند	
۱۷۶	همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانسل برگزار شد	
۱۷۷	سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی	
۱۷۷	مجتبی رحبی، استاد مسترکلاس TGC2018: به تدریج شاهد اثرات TGC در صنعت بازی های ویدئویی خواهیم بود	
۱۷۸	بازدید وزیر ارشاد از نمایشگاه بازی های رایانه ای	
۱۷۸	مدیرعامل شرکت هندی Qualitas Global: «عرضه بازی های ایرانی در هند را بررسی می کنیم»	
۱۷۹	تعامل حرفه ای میان بازی سازان داخلی و خارجی	
۱۸۰	کیان اثری استاد مسترکلاس TGC2018: تجربیات بازی سازیمان را مستند کنیم تا کل صنعت رشد کند	
۱۸۰	بهترین بازی های گیمپستان 2018 معرفی شدند	
۱۸۱	برندگان بهترین بازی های گیمپستان 2018 معرفی شدند	
۱۸۱	بازدید وزیر ارشاد از نمایشگاه بازی های رایانه ای	
۱۸۱	برندگان رویداد تی جی سی جایزه «گیمپستان» دریافت کردند	
۱۸۲	برندگان رویداد تی جی سی جایزه «گیمپستان» دریافت کردند	
۱۸۳	مراسم اختتامیه TGC 2018 با اعلام برندگان اولین جایزه گیمپستان برگزار شد	
۱۸۴	توسعه تعاملات بین المللی در نمایشگاه TGC2018	
۱۸۴	فرصت خودنمایی صنعت بازی های رایانه ای ایران	
۱۸۷	فرصت خودنمایی صنعت بازی های رایانه ای ایران	
۱۸۹	وزیر ارشاد: بازی های رایانه ای بازار مفید فرهنگی و اقتصادی است	

190	28 میلیون کاربر بازی رایانه ای در کشور وجود دارد	مردم سالاری
191	فرصت بی نظیر جذب سرمایه خارجی در صنعت بازی ایران	صبح و نو
192	برندگان رویداد تی جی سی جایزه «گیمپستان» دریافت کردند	econews
193	اخبار داخلی	خراسان
193	از TGC در برابر تحریم های احتمالی محافظت می کنیم	فناوران
195	برندگان رویداد تی جی سی جایزه «گیمپستان» دریافت کردند	نسیم آنلاین NASIM NEWS AGENCY
196	همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانسل برگزار شد	پایگاه خبری اقتصاد تهران
196	برندگان رویداد تی جی سی جایزه «گیمپستان» دریافت کردند	سازمان اسرین و بازی رایانه ای
197	رشد 140 درصدی فروش بازی های بومی / ایران قطب بازی سازی منطقه است	خبرگزاری شبستان
198	سامانه همگرا برای نخستین بار در TGC معرفی شد	سخت افزار
199	برگزاری همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران	خبرگزاری دانشجویان ایران IRAN STUDENT NEWS AGENCY
199	پایان رویداد تی جی سی و اهدای جایزه «گیمپستان» به برندگان	اخبار روزانه استیگامها
200	برگزاری همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران	تهران پرس
200	سامانه همگرا برای نخستین بار در TGC معرفی شد	مخبر
201	برگزاری همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران	استاد
201	برندگان رویداد تی جی سی جایزه «گیمپستان» دریافت کردند	Dana دانا
202	دیدار وزیر ارشاد از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای	خبرگزاری برنا boma.news
203	سامانه همگرا برای نخستین بار در بخش نمایشگاهی TGC2018 معرفی شد.	ایفام انونیت
203	تحریم های آمریکا هیچ اثری بر TGC نگذاشت	ایفام انونیت
203	3 استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی	ایفام انونیت
204	آخرین آمار رده بندی سنی بازی های رایانه ای در TGC2018 اعلام شد	ایفام انونیت

۲۰۵	سه راهبرد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی	
۲۰۵	گزارشی از پنل «آیا تحصیلات آکادمیک برای صنعت بازی های رایانه ای موثر است؟» در TGC2018	
۲۰۷	وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی: برای تقویت و تکامل TGC از بازی سازان نظرخواهی می کنیم	
۲۰۷	خیز بازی سازهای ایرانی به سمت بازارهای جهانی	
۲۰۸	همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانسل برگزار شد	
۲۰۸	TGC2018: گزارشی از نظر بازی سازان درباره TGC، دروازه ورود تدریجی به بازارهای جهانی است	
۲۱۰	معرفی «چارخونه» و «بازیک» در TGC2018	
۲۱۰	مراسم اختتامیه TGC2018: بهترین بازی های گیمپستان 2018 معرفی شدند	
۲۱۱	همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانسل برگزار شد	
۲۱۱	بهترین بازی های گیمپستان 2018 معرفی شدند	
۲۱۲	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است	
۲۱۲	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است	
۲۱۳	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است	
۲۱۳	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است	
۲۱۴	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است	
۲۱۵	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است	
۲۱۵	بهترین بازی های گیمپستان 2018 معرفی شدند	
۲۱۶	عزم مجلس برای رفع موانع حوزه بازی های رایانه ای	
۲۱۶	سامانه همگرا برای نخستین بار در TGC معرفی شد	
۲۱۷	آخرین آمار رده بندی سنی بازی های رایانه ای در TGC2018 اعلام شد	
۲۱۷	تحریم های امریکا هیچ اثری بر TGC نگذاشت	

۲۱۷	سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی	
۲۱۸	برای تقویت و تکامل TGC از بازی سازان نظرخواهی می کنیم/دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند	
۲۱۹	بهترین بازی های گیمپستان 2018 معرفی شدند	
۲۱۹	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است	
۲۲۰	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است	
۲۲۰	بررسی اتفاقاتی که در روز نخست TGC 2018 افتاد	
۲۲۲	بهترین بازی های گیمپستان 2018 معرفی شدند	
۲۲۲	توصیه برنامه نویس اتریشی به بازی سازان ایرانی: تمرین، تمرین، تمرین	
۲۲۳	تجربه هیجان انگیز مربی فرانسوی در رویداد بازی های رایانه ای تهران	
۲۲۳	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است	
۲۲۴	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است	
۲۲۴	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش حرفه ای است	
۲۲۵	در مراسم اختتامیه TGC2018، بهترین بازی های گیمپستان 2018 معرفی شدند	
۲۲۵	مروری بر اتفاقاتی که در روز دوم نمایشگاه TGC 2018 افتاد	
۲۳۰	گزارش دیجیتالو از نمایشگاه تجاری Tehran Game Convention 2018 [تماشا کنید]	
۲۳۰	بهترین بازی های گیمپستان 2018 معرفی شدند	
۲۳۰	همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانسل برگزار شد	
۲۳۱	استعدادی که هنوز باورش نکرده ایم	
۲۳۲	استعدادی که هنوز باورش نکرده ایم	
۲۳۳	استعدادی که هنوز باورش نکرده ایم	
۲۳۴	بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد	

۲۳۵	بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد	
۲۳۵	امضای تفاهم نامه همکاری دانشگاه صدا و سیما با بنیاد ملی بازی های رایانه ای	
۲۳۶	«کوئیز آف کینگز» پدیده سال 96	
۲۳۷	همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانسل برگزار شد	
۲۳۷	بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد	
۲۳۸	برگزاری کنفرانس بازی های دیجیتال امسال در دانشگاه صداوسیما	
۲۳۹	فعالیت مجدد دانشکده هنر های دیجیتال در دانشگاه صدا و سیما	
۲۳۹	بهترین بازی های گیمپستان 2018 معرفی شدند	
۲۴۰	خیز بازی سازهای ایرانی به سمت بازارهای جهانی	
۲۴۰	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است	
۲۴۱	همکاری دانشگاه صداوسیما با بنیاد ملی بازی های رایانه ای	
۲۴۲	استعدادی که هنوز باورش نکرده ایم	
۲۴۳	دومین کنفرانس بین المللی تحقیقات بازی های دیجیتالی برگزار می شود	
۲۴۳	بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد	
۲۴۴	برگزاری همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران	
۲۴۴	از TGC در برابر تحریم های احتمالی محافظت می کنیم	
۲۴۶	همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانسل برگزار شد	
۲۴۶	بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد	
۲۴۷	تماشا کنید: گزارش اختصاصی کلیک از نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران	
۲۴۷	بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد	
۲۴۸	درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است	

۲۴۸	بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد	قوانینوز
۲۴۹	استعدادی که هنوز باورش نکرده ایم	شرکت خبری دانشگاه تهران Azad News Agency (AZNA)
۲۵۰	گفتگو با برگزارکنندگان نمایشگاه Tehran Game Convention 2018 [تماشا کنید]	دیجیاته
۲۵۰	بازی های رایانه ای و فرصت های پیش رو	فینوز
۲۵۱	دومین دوره رویداد بازی سازی Level Up آغاز شد	click
۲۵۲	گفتگو با برگزارکنندگان نمایشگاه Tehran Game Convention 2018 [تماشا کنید]	دیجیاته
۲۵۳	استعدادی که هنوز باورش نکرده ایم	خبرگزاری سیج
۲۵۴	ثبت نام برای دومین دوره رویداد بازی سازی لول آپ	رشد تکنو
۲۵۴	بازی سازی ایرانیان در بازارهای جهانی/ بازی با تحریم!	مرکز خبرگزاری
۲۵۶	بازی سازی ایرانیان در بازارهای جهانی/ بازی با تحریم!	news
۲۵۷	نقش بازی رایانه ای در جهانی شدن نام ایران	شرکت خبری دانشگاه تهران Azad News Agency (AZNA)
۲۵۹	بازی سازی ایرانیان در بازارهای جهانی	تابناک
۲۶۱	کارشناس بازی های رایانه ای: ۱۴ درصد بازار بازی های موبایل در اختیار بازی سازان ایرانی است	خبرگزاری ساسا
۲۶۲	بازی سازی ایرانیان در بازارهای جهانی	صبح اقتصاد
۲۶۳	سالانه 920 میلیارد تومان خرج بازی رایانه ای میشود	خبرنگار
۲۶۴	خرده خیز	شروید
۲۶۴	سالانه 920 میلیارد تومان خرج بازی رایانه ای میشود	پول و تجارت Pool Ya Tjart
۲۶۴	لشکر 28 میلیونی گیمرها در ایران	کسزنتس
۲۶۵	بازی سازی ایرانیان در بازارهای جهانی/ بازی با تحریم!	اقتصاد
۲۶۷	مزیت های نسبی ایران برای صادرات بازی های رایانه ای	صبا
۲۶۸	عکس/ کارگاه ها و کنفرانس های رویداد TGC2018	شرق



۲۶۸	بازینگاشت فوتبالپست ها؛ برنده رقابت میان گیمهای FIFA و گیمهای PES کدام است؟	باشگاه خبرنگاران
۲۶۹	شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMG A MENA	شرکت خبرگزاری دانشگاه تهران Azad News Agency (AZNA)
۲۶۹	شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMG A MENA	خبرگزاری شبستان
۲۷۰	شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMG A MENA	خبرگزاری مهر
۲۷۰	شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMG A MENA	نسیم آنلاین NASIM NEWS AGENCY
۲۷۰	شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMG A MENA	گروه رسانه ای GOLTV
۲۷۱	شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMG A MENA	3aziCenter.com
۲۷۱	شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMG A MENA	خبرگزاری پانا PANA
۲۷۲	شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMG A MENA	گروه رسانه ای GOLTV
۲۷۲	شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMG A MENA	گروه رسانه ای GOLTV
۲۷۳	شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMG A MENA	سخت افزار

تعداد محتوا : ۳۲۴



پایگاه خبری

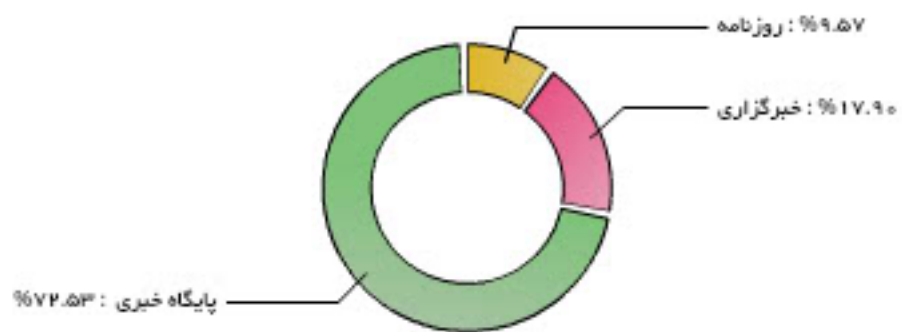
خبرگزاری

روزنامه

۲۳۵

۵۸

۳۱



مدیر عامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای اعلام کرد:

## سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی‌های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی



سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا اثنه‌های تیر شروع به کار می‌کنند. مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای تأکید کرد: برگزاری دوره‌های مشترک بین‌المللی و اعزام تیم‌های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می‌شود. کریس با بیان این‌که در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی‌های رایانه‌ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت: در ماه‌های آینده تحلیل‌های بیشتری از این گزارش ارائه می‌شود تا

بازی‌سازان انتخاب‌های هوشمندانه‌تری در ساخت بازی داشته باشند. وی استراتژی دوم بنیاد را بین‌المللی کردن صنعت بازی‌های رایانه‌ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تصور این استراتژی را در برگزاری TGC مشاهده می‌کنید. امیدوارم بازی‌سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس‌هایی که این دو روز ارائه می‌شود، با سخنران بین‌المللی آشنا شده و شبکه‌سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق‌ترین شرکت‌ها در صنعت بازی‌های رایانه‌ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می‌گذارند. کریس با تأکید بر این‌که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی‌سازی ما کم فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت‌های‌مان در انتشار بازی‌های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی‌سازان ایرانی فراهم شده است که بازی‌های‌شان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین‌المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی‌سازان داخلی در رقابت با بازی‌های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی‌های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه‌های ایرانی اختصاص خواهد.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در سخنرانی افتتاحیه TGC ۲۰۱۸، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی‌های ایرانی در بازار داخلی و در بازارهای بین‌المللی را تشریح کرد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، حسن کریمی قدوسی گفت: بازی‌های رایانه‌ای بدون مرز و بدون محدودیت هستند و هر چقدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت.

وی با بیان این‌که بازی‌سازی در ایران نیز از این فایده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می‌توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت‌های سال‌های اخیر، بزرگ‌ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در TGC به عنوان بزرگ‌ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می‌زنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگتر و بی اثرتر می‌شود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای گفت: موفقیت‌های صنعت بازی‌های رایانه‌ای در کشور را مدیون بازی‌سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند. کریس خطاب به بازی‌سازان گفت: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می‌خواهیم سهم حداکثری از بازار داخلی و بازارهای جهانی داشته باشیم و

موفقیت خود را به عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای دنبال خواهد کرد. وی با بیان این‌که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی‌سازی ما به حمایت‌های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش‌های حرفه‌ای نیاز دارد. شما می‌توانید در TGC به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای خبر داد

## افزایش تعداد گیمرهای ایرانی به ۲۸ میلیون نفر

۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسالی‌های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال‌های بالای ۶۰ سال تشکیل می‌دهند. مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای اظهار داشت: از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می‌کنند. در



این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ‌تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می‌کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی‌های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت‌افزار و نرم‌افزار را شامل می‌شود.

**بازی** گروه اجتماعی: به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، طبق یافته‌های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به گزارش «وطن‌امروز»، حسن کریمی‌قدوسی گفت: بر اساس آخرین آمار مصرف بازی در کشور، ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آنها ۶۵

درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. وی افزود: از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. همچنین در هر خانوار ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می‌دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. کریمی‌قدوسی ادامه داد: در میان بازی‌کنندگان



ZOOMG

## نشست خبری ۲۰۱۸ TGC؛ هدف صادرات بازی به بازارهای جهانی است (۱۳۹۶-۱۲/۲۲)

دومین نشست خبری رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention برگزار شد. رویدادی که قرار است ۱۴ و ۱۵ تیر در مرکز همایش‌های صدا و سیما برگزار شود.

در دومین و آخرین نشست خبری نمایشگاه ۲۰۱۸ TGC که با حضور رسانه‌های خبری برگزار شد، صحبت از اهداف سه‌گانه این رویداد شد. هدف اول: ارتقای سطح دانش بازی‌سازان داخلی است.

هدف دیگر ما افزایش صادرات بازی‌های ایرانی به بازارهای جهانی است که سال گذشته در این راه توفیقاتی حاصل شد و امسال هم برای دستیابی به این هدف برنامه‌های بیشتری داریم. هدف دیگر ما هم این است که ایران را به هاب منطقه در حوزه بازی‌سازی بدل کنیم تا هرکس که در منطقه می‌خواهد از آخرین تحولات صنعت بازی آگاهی یابد یا تعاملات بین‌المللی داشته باشد به این رویداد بیاید.

حسن کریمی‌قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای قدوسی گفت در شرایط فعلی، اهمیت برگزاری تی‌جی‌سی هم از بعد داخلی و هم بعد خارجی دو چندان است:

با توجه به این که هم شرایط گرفتن روادید برای رفتن به دیگر کشورها سخت‌تر شده و هزینه‌های سفر خارجی با توجه به نوسانات خارجی افزایش یافته است، برگزاری TGC هزینه بازی‌سازان برای تعاملات بین‌المللی را کاهش می‌دهد. همچنین آمریکا پس از خروج از برجام، در تلاش است ایران را منزوی کرده و جلو دسترسی ما به فناوری و محصولات خارجی را بگیرد. در چنین شرایطی آوردن ناشران خارجی و گسترش تعاملات بین‌المللی، پاتکی به این هدف آمریکا است و اگر ما این کار را نکنیم، خودمان به سمت ایزوله شدن کشور حرکت کرده ایم.

حسن کریمی‌قدوسی

تی‌جی‌سی؛ امسال اسپانسر خارجی دارد. این هم خبر دیگری بود که مدیرعامل بنیاد به آن اشاره کرد و گفت شرکت آلمانی Adjust که در حوزه رسانه و تبلیغات آنلاین فعالیت دارد، حامی این رویداد شده است. او همچنین به کاهش هزینه‌های تی‌جی‌سی هم پرداخت و گفت:

در این راه هزینه‌هایی مثل ساخت غرفه را با حفظ کیفیت کاهش داده ایم. همچنین سال گذشته میهمانان را به اصفهان بردیم که امسال این سفر با (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) هزینه خودشان برگزار می شود. هزینه های اقامت نیز مناسب تر از سال گذشته شده است.

سالومه اشتری، مدیر اجرایی تی جی سی ۲۰۱۸ هم از آمار و ارقام این رویداد گفت:

تاکنون حضور ۱۲۰۰ شرکت کننده در تی جی سی قطعی شده است. همچنین ۶۷ غرفه نیز در بخش نمایشگاهی برپا می شود. با توجه به این که سال گذشته تعدادی غرفه به رایگان در اختیار ناشران خارجی و برندگان جشنواری بازی های رایانه ای تهران قرار داده شده بود، این موضوع امسال حذف شده است؛ در نتیجه تعداد غرفه ها با آمار سال گذشته برابری می کند.

۲۹ ناشر خارجی که در میان آنها نام های مطرحی چون سونی و الکترونیک آرتز وجود دارد به ایران می آیند تا به بررسی بازی های کشورمان و امکان صادرات آنها بپردازند.

تاکنون ۳۶۰ بلیت برای بخش همایش و کنفرانس ها به فروش رفته است و بلیت فروشی تا ۸ تیرماه ادامه دارد.

۸۳ بلیت برای شرکت در مسخر کلاس ها به فروش رفته است. این کلاس های فشرده با حضور اساتید برجسته بین المللی یک روز پیش از آغاز تی جی سی در انستیتو ملی بازی سازی برپا می شود.

سالومه اشتری؛ مدیر اجرایی تی جی سی ۲۰۱۸ اما قبل از این در زومجی با مدیرعامل بنیاد، حسن کریمی قدوسی گفتگویی ویدیویی داشتیم که درباره موضوعات روز بازی در ایران صحبت کردیم؛ یکی از آن ها تی جی سی بود:

دانلود ویدیو در آپارات | تماشا در یوتیوب

تی جی سی ۲۰۱۸ روزهای ۱۴ و ۱۵ تیر در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار می شود.



## نشست خبری ۲۰۱۸ TGC؛ هدف صادرات بازی به بازارهای جهانی است (۱۳/۰۲/۲۰۱۸)

در دومین و آخرین نشست خبری نمایشگاه ۲۰۱۸ TGC که با حضور رسانه های خبری برگزار شد، صحبت از اهداف سه گانه این رویداد شد. هدف اول؛ ارتقای سطح دانش بازی سازان داخلی است.

هدف دیگر ما افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی است که سال گذشته در این راه توفیقاتی حاصل شد و امسال هم برای دستیابی به این هدف برنامه های بیشتری داریم. هدف دیگر ما هم این است که ایران را به هاب منطقه در حوزه بازی سازی بدل کنیم تا هرکس که در منطقه می خواهد از آخرین تحولات صنعت بازی آگاهی یابد یا معاملات بین المللی داشته باشد به این رویداد بیاید.

حسن کریمی قدوسی؛ مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای قدوسی گفت در شرایط فعلی، اهمیت برگزاری تی جی سی هم از بعد داخلی و هم بعد خارجی دو چندان است:

با توجه به این که هم شرایط گرفتن روادید برای رفتن به دیگر کشورها سخت تر شده و هزینه های سفر خارجی با توجه به نوسانات خارجی افزایش یافته است، برگزاری TGC هزینه بازی سازان برای معاملات بین المللی را کاهش می دهد. همچنین آمریکا پس از خروج از برجام، در تلاش است ایران را منزوی کرده و جلو دسترسی ما به فناوری و محصولات خارجی را بگیرد. در چنین شرایطی آوردن ناشران خارجی و گسترش معاملات بین المللی، پاتکی به این هدف آمریکا است و اگر ما این کار را نکنیم، خودمان به سمت ایزوله شدن کشور حرکت کرده ایم.

حسن کریمی قدوسی

تی جی سی؛ امسال اسپانسر خارجی دارد. این هم خبر دیگری بود که مدیرعامل بنیاد به آن اشاره کرد و گفت شرکت آلمانی Adjust که در حوزه رسانه و تبلیغات آنلاین فعالیت دارد، حامی این رویداد شده است. او همچنین به کاهش هزینه های تی جی سی هم پرداخت و گفت:

در این راه هزینه هایی مثل ساخت غرفه را با حفظ کیفیت کاهش داده ایم. همچنین سال گذشته میهمانان را به اصفهان بردیم که امسال این سفر با هزینه خودشان برگزار می شود. هزینه های اقامت نیز مناسب تر از سال گذشته شده است.

سالومه اشتری، مدیر اجرایی تی جی سی ۲۰۱۸ هم از آمار و ارقام این رویداد گفت:

تاکنون حضور ۱۲۰۰ شرکت کننده در تی جی سی قطعی شده است. همچنین ۶۷ غرفه نیز در بخش نمایشگاهی برپا می شود. با توجه به این که سال گذشته تعدادی غرفه به رایگان در اختیار ناشران خارجی و برندگان جشنواری بازی های رایانه ای تهران قرار داده شده بود، این موضوع امسال حذف شده است؛ در نتیجه تعداد غرفه ها با آمار سال گذشته برابری می کند.

۲۹ ناشر خارجی که در میان آنها نام های مطرحی چون سونی و الکترونیک آرتز وجود دارد به ایران می آیند تا به بررسی بازی های کشورمان و امکان صادرات آنها بپردازند.

تاکنون ۳۶۰ بلیت برای بخش همایش و کنفرانس ها به فروش رفته است و بلیت فروشی تا ۸ تیرماه ادامه دارد.

۸۳ بلیت برای شرکت در مسخر کلاس ها به فروش رفته است. این کلاس های فشرده با حضور اساتید برجسته بین المللی یک روز پیش از آغاز تی جی سی در انستیتو ملی بازی سازی برپا می شود.

سالومه اشتری؛ مدیر اجرایی تی جی سی ۲۰۱۸ اما قبل از این در زومجی با مدیرعامل بنیاد، حسن کریمی قدوسی گفتگویی ویدیویی داشتیم که درباره موضوعات روز بازی در ایران صحبت کردیم؛ یکی از آن ها تی جی سی بود:

دانلود ویدیو در آپارات | تماشا در یوتیوب

تی جی سی ۲۰۱۸ روزهای ۱۴ و ۱۵ تیر در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار می شود.

## گزارش کنفرانس خبری ۲۰۱۸ TGC؛ صادرات بازی های ایرانی در صدر اولویت ها (۲۰۱۷-۱۲/۲۰۱۷)

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نشست خبری اعلام کرد: حضور گسترده ناشران و سخنرانان خارجی در رویداد ۲۰۱۸ TGC، تمرکز ما صادرات بازی های ایرانی است.

دومین نشست خبری ۲۰۱۸ TGC با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سالومه اشتری دبیر اجرایی و علی فخار مدیر روابط عمومی تی جی سی برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این نشست خبری با بیان این که از برگزاری TGC سه هدف عمده را دنبال می کنیم گفت: هدف نخست ما این است که دانش بازی سازان داخلی ارتقا یابد و در این راه سخنرانان بین المللی با سابقه را به ایران می آوریم.

کریمی افزود: هدف دیگر ما افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی است که سال گذشته در این راه توفیقاتی حاصل شد و امسال هم برای دستیابی به این هدف برنامه های بیشتری داریم. هدف دیگر ما هم این است که ایران را به هاب منطقه در حوزه بازی سازی بدل کنیم تا هرکس که در منطقه می خواهد از آخرین تحولات صنعت بازی آگاهی یابد یا معاملات بین المللی داشته باشد به این رویداد بیاید.

وی با بیان این که در شرایط فعلی، اهمیت برگزاری TGC هم از بعد داخلی و هم از بعد خارجی دوچندان است گفت: با توجه به این که هم شرایط گرفتن رویداد برای رفتن به دیگر کشورها سخت تر شده و هزینه های سفر خارجی با توجه به نوسانات خارجی افزایش یافته است، برگزاری TGC هزینه بازی سازان برای معاملات بین المللی را کاهش می دهد. همچنین آمریکا پس از خروج از برجام، در تلاش است ایران را منزوی کرده و جلو دسترسی ما به فناوری و محصولات خارجی را بگیرد. در چنین شرایطی آوردن ناشران خارجی و گسترش معاملات بین المللی، پاتکی به این هدف امریکاست و اگر ما این کار را نکنیم، خودمان به سمت ایزوله شدن کشور حرکت کرده ایم.

کریمی با بیان این که فعالان بازی سازی باید به سمت انجام پروژه های مشترک بین المللی بروند گفت: همین الان یک تیم ۱۲ نفره از انستیتو ملی بازی سازی در استانبول بوده و با همکاری یکی از دانشگاه های این کشور در حال برگزاری یک گیم جم مشترک هستند. حداقل هفت شرکت بازی سازی ما نیز در حال ساخت بازی هایی صرفاً با هدف عرضه در بازارهای جهانی هستند که می توان گفت چهار تا از این شرکت ها پس از ۲۰۱۷ TGC پروژه های بین المللی شان را کلید زده اند.

هزینه های برگزاری TGC را کاهش داده ایم

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان این که امسال تلاش کردیم هزینه های برگزاری TGC را کاهش دهیم گفت: در این راه هزینه هایی مثل ساخت غرفه را با حفظ کیفیت کاهش داده ایم. همچنین سال گذشته میهمانان را به اصفهان بردیم که امسال این سفر با هزینه خودشان برگزار می شود. هزینه های اقامت نیز مناسب تر از سال گذشته شده است.

کریمی ادامه داد: یکی از اتفاقات خوب امسال این است که شرکت آلمانی Adjust که در حوزه رسانه و تبلیغات آنلاین فعالیت دارد اسپانسر TGC شده است که در نوع خود آن هم در شرایط فعلی قابل توجه است و نشان می دهد که تی جی سی در دنیا دارای اعتبار است که می تواند اسپانسر خارجی جذب کند.

TGC امسال افتتاحیه دارد

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان این که امسال ۲۰۱۸ TGC مراسم افتتاحیه دارد گفت: دو سخنرانی کلیدی خواهیم داشت که یکی از آنها Kate Edwards مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) است که از آمریکا می آید.

کریمی با بیان این که در برگزاری جایزه گیمستان به موفقیت نسبی دست یافته ایم گفت: ۳۳ کشور را به عنوان شرکت های هدف جایزه گیمستان مدنظر قرار دادیم که ۸ کشور آثار خود را به این جشنواره ارسال کردند و تلاش می کنیم سال آینده تعداد بازی سازان از کشورهای مختلف افزایش یابد. هدف ما این است که ۳۳ کشور در حال توسعه در حوزه بازی سازی، گیمستان را به عنوان جشنواره اصلی انتخاب و داوری بازی های شان بشناسند.

وی افزود: نامزدهای جایزه گیمستان امسال نیز پس از مراسم افتتاحیه یک ساعت فرصت خواهند داشت Pitch Festival بازی های خود را در حضور ناشران بین المللی معرفی کنند.

همکاری با Game Connection فرانسه ادامه دارد

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به سوالی درباره تاثیر تحریم ها در برگزاری TGC و همکاری با Game Connection فرانسه گفت: قطعاً به دنبال آن هستیم که تا زمانی که شرایط منطقه ای و سیاسی اجازه دهد، TGC را برگزار کنیم.

وی افزود: از ۵ ماه پیش جلسات متعددی با مدیران Game Connection درباره تاثیر تحریم های آمریکا در TGC داشته ایم. خود Game Connection نیز با ما تا سال ۲۰۲۰ قرارداد دارد و تا زمانی که برجام حفظ شود، این همکاری ادامه خواهد داشت.

کریمی درباره نگرانی برخی مبنی بر این که با حضور گسترده ناشران خارجی، واردات بازی نیز افزایش یابد گفت: نگاه و هدف بنیاد صرفاً صادرات بازی است و این موضوع را به ناشران خارجی که میزبانی شان را برعهده داریم تاکید کرده ایم. علاوه بر این امسال ابزار جدیدی به نام پروانه انتشار بازی در اختیار داریم و اجازه انتشار بازی های ناشران حاضر در TGC را حداقل چند ماه تا یکسال نخواهیم داد.

وی درباره کاهش تعداد شرکت کنندگان در TGC نیز گفت: ما امسال همان طور که پیشتر نیز اعلام کرده بودیم، بلیت رایگان را حذف کردیم و دنبال پرکردن فضا نیستیم.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره برگزاری نمایشگاه این حوزه هم زمان با TGC گفت: برای سال جاری قصد داشتیم این اتفاق بیفتد که به دلایلی نشد. اما برای برگزاری نمایشگاه در تیرماه سال آینده با مصلی تهران به توافق رسیده ایم.

آخرین آمار و ارقام ۲۰۱۸ TGC: ۸ تیر آخرین مهلت خرید بلیت رویداد

سالومه اشتری مدیر اجرایی رویداد تی جی سی نیز در این نشست خبری گفت: تاکنون حضور ۱۲۰۰ شرکت کننده در TGC قطعی شده است. همچنین ۶۷ غرفه نیز در بخش نمایشگاهی برپا می شود. با توجه به این که سال گذشته تعدادی غرفه به رایگان در اختیار ناشران خارجی و برندگان جشنواری (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازی های رایانه ای تهران قرار داده شده بود؛ این موضوع اسامال حذف شده است، در نتیجه تعداد غرفه ها با آمار سال گذشته برابری می کند. وی افزود: ۲۹ ناشر خارجی که در میان آنها نام های مطرحی چون سونی و EA وجود دارد به ایران می آیند تا به بررسی بازی های کشورمان و امکان صادرات آنها بپردازند.

مدیر اجرایی TGC ۲۰۱۸ درباره آمار فروش بلیت نیز گفت: تاکنون ۳۶۰ بلیت برای بخش همایش و کنفرانس ها به فروش رفته است و بلیت فروشی تا ۸ تیرماه ادامه دارد.

اشری ادامه داد: ۸۳ بلیت برای شرکت در مسترکلاس ها به فروش رفته است. این کلاس های فشرده با حضور اساتید برجسته بین المللی یک روز پیش از آغاز TGC در انستیتو ملی بازی سازی برپا می شود.

مدیر اجرایی TGC ۲۰۱۸ با بیان این که ۷۲ کنفرانس و ۴ پانل در رویداد اسامال برپا می شود گفت: ۲۶ سخنران خارجی و ۴۶ سخنران خارجی هستند. همچنین ۴ پانل با موضوعات نقش مدیا و PR در موفقیت بازی ها، نحوه اجرای کمپین های تبلیغاتی موثر در فضای دیجیتال، انتخاب صحیح برای پیوستن به شتاب دهنده ها یا شرکت های بزرگ و آموزش آکادمیک در صنعت گیم برپا می شود.

وی با بیان این که سه شرکت داخلی و یک شرکت خارجی اسپانسر TGC ۲۰۱۸ هستند گفت: شرکت ایرانسل به عنوان بزرگ ترین حامی صنعت بازی های ویدئویی، در این رویداد نیز در کنار این صنعت قرار دارد. همچنین شرکت های تسلا و آواگیمز نیز اسپانسر TGC اسامال هستند. شرکت Adjust نیز اسپانسر بین المللی این رویداد است.

اشری با بیان این که برای حضور موثر بازی سازان در بخش ۱۵ Pitch Festival نامزد گیمیفست در حال آموزش نحوه معرفی بازی هستند گفت: این بازی ساز ها در روز نخست TGC پروژه های خود را به ناشران معرفی خواهند کرد.

وی افزود: در مراسم اختتامیه نیز بهترین بازی بصری، خلاقانه ترین بازی و بهترین بازی در دو بخش موبایل و PC به انتخاب هیات داوران معرفی خواهند شد. همچنین مسابقه مردمی انتخاب بهترین بازی نیز آغاز شده و علاقه مندان می توانند از میان بازی های منتشر شده، به بازی مورد علاقه شان رای دهند.

اشری گفت: در میان نامزدهای گیمیفست، ۱۴ بازی از ایران و سه بازی از کشورهای هند، آذربایجان و بحرین به چشم می خورند. مدیر اجرایی TGC ۲۰۱۸ با بیان این که دسترسی به نرم افزار تنظیم قرار ملاقات های تجاری (Meeting Application) از هفته گذشته فعال شده است گفت: با استفاده از این برنامه، شرکت کنندگان در TGC می توانند با دیگر حاضران در این رویداد آشنا شده و درخواست ملاقات های خود را برای آنها بفرستند. اشری افزود: یکی از اتفاقات قابل توجه اسامال، استقبال قابل توجه دانشگاهیان از TGC است و با تخفیف ۵۰ درصدی در نظر گرفته شده، تاکنون ۱۲۶ دانشجوی از ۲۵ دانشگاه کشور جهت حضور در TGC ثبت نام کرده اند.

براساس این گزارش دومین رویداد TGC چهارده و پانزده تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برپا می شود. علاقه مندان جهت کسب اطلاعات بیشتر و ثبت نام می توانند به [tehrangamecon.com](http://tehrangamecon.com) مراجعه کنند. ثبت نام تا هشتم تیرماه ادامه دارد.

توجه: مطالب منتشرشده در بخش رپورتاژ آگهی توسط شرکت های ثالث تهیه شده و جنبه تبلیغاتی یا بیانیه خبری دارند. این مطالب فقط جهت بازتشر در اختیار ما قرار گرفته و لذا شهرسخت افزار مسئولیتی در قبال محتوای آن ندارد.

## نمایشگاه TGC ۲۰۱۸ با هدف صادرات بازی های ایرانی به بازار بین المللی برگزار می شود (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

نمایشگاه TGC ۲۰۱۸ که با شرکای تجاری فرانسوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای تهران برگزار می شود روی «صادرات بازی های ایرانی به خارج از کشور» متمرکز خواهد بود. سال گذشته این رویداد با سه هدف اصلی ارتقای دانش بازی سازان ایرانی، صادرات محصولات ایران و تبدیل ایران به هاب منطقه ای برگزار شد و تاکید بر این موضوعات در دومین سال برگزاری نمایشگاه TGC ۲۰۱۸ نیز دیده می شود.

حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اما معتقد است که TGC اسامال نسبت به سال گذشته از اهمیت بیشتری برخوردار خواهد بود. کریمی قدوسی می گوید پس از خروج ایالات متحده آمریکا از برجام و بازگشت تحریم های بین المللی، بسیاری در تلاش هستند تا ایران را در برخی صنایع منزوی کنند و فاصله ای میان صنایع داخلی و فضای بین المللی ایجاد کنند.

اما بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای تحقق بخشیدن به شعار اقتصاد مقاومتی که معنای «درون زا و برون گرا بودن» را یدک می کشد قصد دارد نمایشگاه اسامال را به نحوی برگزار کند که ناشران بین المللی بیش از آنکه به فکر وارد کردن بازی های خود به ایران باشند، به دنبال نشر بازی های ایرانی در بازارهای بین المللی برونند.

شرکت فرانسوی گیم کانکشن که شریک تجاری بنیاد ملی بازی های رایانه ای در برگزاری نمایشگاه TGC بوده حالا قرارداد خود را برای سه دوره تمدید کرده و فرانسوی ها متعهدند TGC را تا سال ۲۰۲۰ در تهران برگزار کنند. به گفته کریمی قدوسی تاکنون شرایط تحریم مشکلی برای گیم کانکشن ایجاد نکرده و آن ها قادر به اجرای تعهدات خود باقی مانده اند.

سالومه اشری، دبیر اجرایی نمایشگاه TGC ۲۰۱۸ با ارائه آماری در مورد نمایشگاه اسامال و مقایسه آن با سال گذشته نیز از استقبال بازی سازهای ایرانی گفت. تاکنون بیش از ۱۲۰۰ نفر برای حضور در نمایشگاه TGC ۲۰۱۸ ثبت نام کرده اند و کاربران تا ۸ تیرماه فرصت دارند جهت تهیه بلیت اقدام کنند. از مجموع آثار ارسالی به گیمیفست، تعدادی برگزیده شده که از میان آن ها ۱۳ اثر از ایران و ۲ اثر از هند، آذربایجان و هند هستند.

خبر خوشحال کننده دیگری که اشری به بازی سازان داد، برگزاری افتتاحیه برای TGC ۲۰۱۸ بود. در مراسم افتتاحیه تیم های بازی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) سازی منتخب فرصت دارند تا در مدت زمانی محدود، بازی و ایده های خود را در برابر ناشران و خریداران داخلی و خارجی ارائه کنند. در همین راستا حسن مهدی اصل از بازی سازان شناخته شده ایرانی کتابچه ای تحت عنوان « نحوه معرفی یک بازی به ناشر در ۳۰ دقیقه » را به رشته تحریر در آورده که با همکاری دیجیتا به نشر رسیده و با کلیک روی اسم کتاب می توانید آن را دریافت کنید.

نمایشگاه ۲۰۱۸ TGC در تاریخ ۱۴ و ۱۵ تیر ماه در سالن همایش های صدا و سیما برگزار خواهد شد و شرکت های ایرانی تلاش خواهند کرد تا در این رویداد دو روزه تجاری به اهدافی که برای تیم خود مشخص کرده اند برسند.



## در نشست خبری رویداد TGC۲۰۱۸ مطرح شد؛ تمرکز ما بر صادرات بازی های ایرانی است/فعالان بازی سازی باید به سمت انجام پروژه های مشترک بین المللی بروند/ آخرین آمار و ارقام TGC۲۰۱۸؛ ۸ تیر آخرین مهلت خرید بلیت رویداد/ ناکنون حضور ۱۲۰۰ شرکت کننده در TGC قطعی شده است (۲۲/۰۷-۲۴/۰۷-۲۰۱۸)

کریمی با بیان این که فعالان بازی سازی باید به سمت انجام پروژه های مشترک بین المللی بروند گفت: همین الان یک تیم ۱۲ نفره از انستیتو ملی بازی سازی در استانبول بوده و با همکاری یکی از دانشگاه های این کشور در حال برگزاری یک گیم جم مشترک هستند. حداقل هفت شرکت بازی سازی ما نیز در حال ساخت بازی هایی صرفا با هدف عرضه در بازارهای جهانی هستند که می توان گفت چهار تا از این شرکت ها پس از TGC۲۰۱۷ پروژه های بین المللی شان را کلید زده اند.

دومین نشست خبری TGC۲۰۱۸ با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سالومه اشتری دبیر اجرایی و علی فخار مدیر روابط عمومی تی جی سی برگزار شد.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این نشست خبری با بیان این که از برگزاری TGC سه هدف عمده را دنبال می کنیم گفت: هدف نخست ما این است که دانش بازی سازان داخلی ارتقا یابد و در این راه سخنرانیان بین المللی یاسایقه را به ایران می آوریم. کریمی افزود: هدف دیگر ما افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی است که سال گذشته در این راه توفیقاتی حاصل شد و امسال هم برای دستیابی به این هدف برنامه های بیشتری داریم. هدف دیگر ما هم این است که ایران را به هاب منطقه در حوزه بازی سازی بدل کنیم تا هر کس که در منطقه می خواهد از آخرین تحولات صنعت بازی آگاهی یابد یا تعاملات بین المللی داشته باشد به این رویداد بیاید.

وی با بیان این که در شرایط فعلی، اهمیت برگزاری TGC هم از بعد داخلی و هم از بعد خارجی دوچندان است گفت: با توجه به این که هم شرایط گرفتن رویداد برای رفتن به دیگر کشورها سخت تر شده و هزینه های سفر خارجی با توجه به نوسانات خارجی افزایش یافته است، برگزاری TGC هزینه بازی سازان برای تعاملات بین المللی را کاهش می دهد. همچنین آمریکا پس از خروج از برجام، در تلاش است ایران را منزوی کرده و جلو دسترسی ما به فناوری و محصولات خارجی را بگیرد. در چنین شرایطی آوردن ناشران خارجی و گسترش تعاملات بین المللی، پتانسی به این هدف امریکاست و اگر ما این کار را نکنیم، خودمان به سمت ایزوله شدن کشور حرکت کرده ایم.

کریمی با بیان این که فعالان بازی سازی باید به سمت انجام پروژه های مشترک بین المللی بروند گفت: همین الان یک تیم ۱۲ نفره از انستیتو ملی بازی سازی در استانبول بوده و با همکاری یکی از دانشگاه های این کشور در حال برگزاری یک گیم جم مشترک هستند. حداقل هفت شرکت بازی سازی ما نیز در حال ساخت بازی هایی صرفا با هدف عرضه در بازارهای جهانی هستند که می توان گفت چهار تا از این شرکت ها پس از TGC۲۰۱۷ پروژه های بین المللی شان را کلید زده اند.

هزینه های برگزاری TGC را کاهش داده ایم

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان این که امسال تلاش کردیم هزینه های برگزاری TGC را کاهش دهیم گفت: در این راه هزینه هایی مثل ساخت غرفه را با حفظ کیفیت کاهش داده ایم. همچنین سال گذشته میهمانان را به اصفهان بردیم که امسال این سفر با هزینه خودشان برگزار می شود. هزینه های اقامت نیز مناسب تر از سال گذشته شده است.

کریمی ادامه داد: یکی از اتفاقات خوب امسال این است که شرکت آلمانی Adjust که در حوزه رسانه و تبلیغات آنلاین فعالیت دارد اسپانسر TGC شده است که در نوع خود آن هم در شرایط فعلی قابل توجه است و نشان می دهد که تی جی سی در دنیا دارای اعتبار است که می تواند اسپانسر خارجی جذب کند.

TGC امسال افتتاحیه دارد

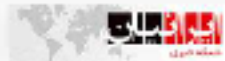
مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان این که امسال TGC۲۰۱۸ مراسم افتتاحیه دارد گفت: دو سخنرانی کلیدی خواهیم داشت که یکی از آنها Kate Edwards مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) است که از آمریکا می آید.

کریمی با بیان این که در برگزاری جایزه گیمستان به موفقیت نسبی دست یافته ایم گفت: ۳۳ کشور را به عنوان شرکت های هدف جایزه گیمستان مدنظر قرار دادیم که ۸ کشور آثار خود را به این جشنواره ارسال کردند و تلاش می کنیم سال آینده تعداد بازی سازان از کشورهای مختلف افزایش یابد. هدف ما این است که ۳۳ کشور در حال توسعه در حوزه بازی سازی، گیمستان را به عنوان جشنواره اصلی انتخاب و داوری بازی های شان بشناسند.

وی افزود: نامزدهای جایزه گیمستان امسال نیز پس از مراسم افتتاحیه یک ساعت فرصت خواهند داشت Pitch Festival بازی های خود را در حضور ناشران بین المللی معرفی کنند.

همکاری با Game Connection فرانسه ادامه دارد(ادامه دارد ...)





(ادامه خبر ...) مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به سوالی درباره تاثیر تحریم ها در برگزاری **TGC** و همکاری با **Game Connection** فرانسه گفت: قطعا به دنبال آن هستیم که تا زمانی که شرایط منطقه ای و سیاسی اجازه دهد، **TGC** را برگزار کنیم.

وی افزود: از ۵ ماه پیش جلسات متعددی با مدیران **Game Connection** درباره تاثیر تحریم های امریکا در **TGC** داشته ایم. خود **Game Connection** نیز با ما تا سال ۲۰۲۰ قرارداد دارد و تا زمانی که برجام حفظ شود، این همکاری ادامه خواهد داشت.

کریمی درباره نگرانی برخی مبنی بر این که با حضور گسترده ناشران خارجی، واردات بازی نیز افزایش یابد گفت: نگاه و هدف بنیاد صرفا صادرات بازی است و این موضوع را به ناشران خارجی که میزبانی شان را برعهده داریم تاکید کرده ایم. علاوه بر این امسال ابزار جدیدی به نام پروانه انتشار بازی در اختیار داریم و اجازه انتشار بازی های ناشران حاضر در **TGC** را حداقل چند ماه تا یکسال نخواهیم داد.

وی درباره کاهش تعداد شرکت کنندگان در **TGC** نیز گفت: ما امسال همان طور که پیشتر نیز اعلام کرده بودیم، بلیت رایگان را حذف کردیم و دنبال پرکردن فضا نیستیم.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره برگزاری نمایشگاه این حوزه هم زمان با **TGC** گفت: برای سال جاری قصد داشتیم این اتفاق بیفتد که به دلایلی نشد. اما برای برگزاری نمایشگاه در تیرماه سال آینده با مصلی تهران به توافق رسیده ایم.

آخرین آمار و ارقام **TGC ۲۰۱۸**: ۸ تیر آخرین مهلت خرید بلیت رویداد

سالومه اشتری مدیر اجرایی رویداد تی جی سی نیز در این نشست خبری گفت: تاکنون حضور ۱۲۰۰ شرکت کننده در **TGC** قطعی شده است. همچنین ۶۷ غرفه نیز در بخش نمایشگاهی برپا می شود. با توجه به این که سال گذشته تعدادی غرفه به رایگان در اختیار ناشران خارجی و برندگان جشنواره بازی های رایانه ای تهران قرار داده شده بود؛ این موضوع امسال حذف شده است. در نتیجه تعداد غرفه ها با آمار سال گذشته برابری می کند.

وی افزود: ۲۹ ناشر خارجی که در میان آنها نام های مطرحی چون سونی و EA وجود دارد به ایران می آیند تا به بررسی بازی های کشورمان و امکان صادرات آنها بپردازند.

مدیر اجرایی **TGC ۲۰۱۸** درباره آمار فروش بلیت نیز گفت: تاکنون ۳۶۰ بلیت برای بخش همایش و کنفرانس ها به فروش رفته است و بلیت فروشی تا ۸ تیرماه ادامه دارد.

اشتری ادامه داد: ۸۳ بلیت برای شرکت در مسترکلاس ها به فروش رفته است. این کلاس های فشرده با حضور اساتید برجسته بین المللی یک روز پیش از آغاز **TGC** در انستیتو ملی بازی سازی برپا می شود.

مدیر اجرایی **TGC ۲۰۱۸** با بیان این که ۷۲ کنفرانس و ۴ پانل در رویداد امسال برپا می شود گفت: ۲۶ سخنران خارجی و ۴۶ سخنران خارجی هستند. همچنین ۴ پانل با موضوعات نقش مدیا و PR در موفقیت بازی ها، نحوه اجرای کمپین های تبلیغاتی موثر در فضای دیجیتال، انتخاب صحیح برای پیوستن به شتاب دهنده ها یا شرکت های بزرگ و آموزش آکادمیک در صنعت گیم برپا می شود.

وی با بیان این که سه شرکت داخلی و یک شرکت خارجی اسپانسر **TGC ۲۰۱۸** هستند گفت: شرکت ایرانسل به عنوان بزرگ ترین حامی صنعت بازی های ویدئویی، در این رویداد نیز در کنار این صنعت قرار دارد. همچنین شرکت های تسلا و آواگیمز نیز اسپانسر **TGC** امسال هستند. شرکت Adjust نیز اسپانسر بین المللی این رویداد است.

اشتری با بیان این که برای حضور موثر بازی سازان در بخش ۱۵ Pitch Festival، نامزد گیمیستان در حال آموزش نحوه معرفی بازی هستند گفت: این بازی ساز ها در روز نخست **TGC** پروژه های خود را به ناشران معرفی خواهند کرد.

وی افزود: در مراسم اختتامیه نیز بهترین بازی بصری، خلاقانه ترین بازی و بهترین بازی در دو بخش موبایل و PC به انتخاب هیات داوران معرفی خواهند شد. همچنین مسابقه مردمی انتخاب بهترین بازی نیز آغاز شده و علاقه مندان می توانند از میان بازی های منتشر شده، به بازی مورد علاقه شان رای دهند.

اشتری گفت: در میان نامزدهای گیمیستان، ۱۴ بازی از ایران و سه بازی از کشورهای هند، آذربایجان و بحرین به چشم می خورند.

مدیر اجرایی **TGC ۲۰۱۸** با بیان این که دسترسی به نرم افزار تنظیم قرار ملاقات های تجاری (Meeting Application) از هفته گذشته فعال شده است گفت: با استفاده از این برنامه، شرکت کنندگان در **TGC** می توانند با دیگر حاضران در این رویداد آشنا شده و درخواست ملاقات های خود را برای آنها بفرستند. اشتری افزود: یکی از اتفاقات قابل توجه امسال، استقبال قابل توجه دانشگاهیان از **TGC** است و با تخفیف ۵۰ درصدی در نظر گرفته شده، تاکنون ۱۲۶ دانشجو از ۲۵ دانشگاه کشور جهت حضور در **TGC** ثبت نام کرده اند.

براساس این گزارش دومین رویداد **TGC** چهارده و پانزده تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برپا می شود. علاقه مندان جهت کسب اطلاعات بیشتر و ثبت نام می توانند به [tehrangamecon.com](http://tehrangamecon.com) مراجعه کنند. ثبت نام تا هشتم تیرماه ادامه دارد.



## در نشست اعلام نتایج تازه ترین پیمایش ملی بازی های رایانه ای در کشور؛ افزایش آمار کاربران بازی های رایانه ای به ۲۸ میلیون نفر در کشور (۱۳۹۶-۱۳۹۷)

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: بنابر آخرین پیمایش ملی تا انتهای سال ۹۶ ما ۲۸ میلیون نفر کاربر بازی های رایانه ای داریم که نرخ رشد ۱۲ درصدی کاربران را طی ۲ سال گذشته نشان می دهد.

به گزارش خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما، حسن کریمی قدوسی در نشست اعلام نتایج تازه ترین پیمایش ملی بازی های رایانه ای در کشور افزود: ما هر دو سال یکبار پیمایش ملی انجام می دهیم که این پیمایش جدید با ۸ هزار پرسشنامه در سطح کشور، حتی در شهر های کوچک و روستا ها انجام شده است. وی گفت: حجم بازار بازی های رایانه ای به ۹۲۰ میلیارد تومان در سال ۹۶ افزایش یافته است در حالی که سال ۹۴ این رقم ۴۶۰ میلیارد تومان بود. قدوسی افزود: نتایج نشان داد ما ۷۴ درصد بازیکن مبتدی، ۱۸ درصد بازیکن نیمه حرفه ای و ۸ درصد بازیکن حرفه ای در کشور داریم. وی گفت: ۸۸ درصد جمعیت بازیکنان بازی های رایانه ای با تبلت و گوشی هوشمند بازی می کردند و نرخ رشد بازیکنان با رایانه های خانگی منفی بوده است که نشان می دهد استقبال از بازی های گوشی های هوشمند مدام در حال افزایش است. قدوسی افزود: نیمی از کسانی که با تبلت بازی می کنند کودکان زیر ۱۲ سال هستند و میانگین سنی بازیکنان در ایران از ۲۱ سال در پیمایش سال ۹۴ به ۱۹ سال در پیمایش سال ۹۶ کاهش یافته است. مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: استان های تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس به ترتیب بیشترین تعداد بازیکن بازی های رایانه ای را دارند.



## مرکز دایرک منتشر کرد؛ بازار بازیهای رایانه ای ۹۶ زیر ذره بین / رشد ۱۴۰ درصدی در آمد بومی ها (۱۳۹۶-۱۳۹۷)

گزارش نهایی پیمایش دوسالانه مرکز پژوهش های بنیاد ملی بازی های رایانه ای با عنوان «تمای باز ۱۳۹۶» شامل داده های آماری بازار مصرف بازی های دیجیتال در ایران، منتشر شد.

به گزارش خبرنگار مهر، در نشست خبری صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیرماه، با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال(دایرک) از تازه ترین گزارش این مرکز با عنوان «تمای باز ۱۳۹۶» رونمایی شد. «تمای باز» عنوان پیمایشی است که به صورت دوسالانه از سوی مرکز دایرک با هدف ارائه گزارشی آماری از وضعیت مصرف بازی های رایانه ای در کشور منتشر می شود.

در ابتدای این نشست خبری، حسن کریمی قدوسی با اشاره به اینکه «هر دو سال یکبار پیمایشی در کشور برای تعیین وضعیت مصرف بازی های دیجیتال صورت میگیرد» گفت: گزارش قبلی بنیاد در این زمینه در سال ۹۴ تهیه شد و طی سال گذشته هم پیمایش جدید با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه تبلتی و غیر کاغذی در سراسر کشور و حتی شهرهای کوچک و روستاها صورت گرفت. امروز حاصل این کار پژوهشی بنیاد امروز رسماً منتشر می شود و این گزارش تا دو سال آینده شاخص تصمیم گیری و سیاست های ما در حوزه بازی های رایانه ای خواهد بود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه به ارائه برخی شاخص های مهم آماری ارائه شده در این گزارش پرداخت و گفت: نرخ رشد مرکب تعداد بازیکن ها نسبت به دوره پیمایشی گذشته ۱۲ درصد بوده است که این رشد طی دو سال می تواند بیانگر گسترش استفاده از گوشی های هوشمند و تبلت و دسترسی ساده تر به بازی ها باشد.

به گفته کریمی قدوسی از مجموع ۲۸ میلیون گیمر ایرانی در سال ۹۶، ۷۴ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد حرفه ای محسوب می شوند که این آنالیز به تازگی به گزارش «تمای باز» افزوده شده است.

خداحافظی گیمرها از رایانه های شخصی

کاهش نرخ رشد استفاده از رایانه های شخصی در قیاس با دو پلتفرم دیگر یعنی «گوشی های هوشمند» و «کنسول های خانگی» از دیگر سرفصل هایی بود که کریمی قدوسی به آن اشاره کرد و در ادامه افزود: در میان سه پلتفرم بازی، در این دو سال شاهد رشد ۱۹ درصدی استفاده از کنسول های خانگی هستیم که سهم بیشتر در این رشد را هم آقایان داشته اند و این به معنای مردانه بودن بازار استفاده از کنسول های خانگی است.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نسبت تفکیک جنسیتی گیمرها در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ را مشابه و بدون تغییر مشهود توصیف کرد و گفت: تغییر مهمی که در ترکیب گیمرها شاهد بوده ایم که اتفاقاً برخلاف روندهای جهانی هم بوده تغییر میانگین سنی بازیکنان است. در سال ۹۴ میانگین سنی گیمرها ۲۱ سال بود که این میانگین سنی در سال ۹۶ به ۱۹ سال رسیده است که این نشان دهنده کاهش سن بازیکنان است که این برخلاف روند جهانی است و در این زمینه شاید بتوان عواملی همچون فراگیری تلفن هوشمند و تبلت و نیز نسبت متفاوت رشد جمعیتی در ایران به نسبت کشورهای غربی و اروپایی را موثر دانست. کدام استان ها بیشتر گیمر را دارند؟

کریمی قدوسی در ادامه چهار استان تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس را استان های دارای بیشتر گیمر در این معرفی کرد(ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) براساس گزارش «نمای باز ۹۶» حجم گردش مالی بازار بازی های رایانه ای ایران در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که در این زمینه با توجه به ثبت رقم ۴۶۰ میلیاردتومانی در سال ۹۴، شاهد رشد بیش از دو برابر در این زمینه بوده ایم. کریمی قدوسی درباره جزئیات آماری این گردش مالی گفت: بیشتر سهم در این بازار مربوط به خرید سخت افزار بوده و در میان سخت افزارها هم بیشترین خرید مربوط به پلی استیشن ۴ بوده است. نکته تاسف انگیز این است که اکثر این کنسول ها به صورت قاچاق در بازار عرضه شده است.

وی به سهم ۵۸ درصدی بازی های موبایلی در بازار بازی های دیجیتال هم اشاره کرد و گفت: در سال ۹۶ حدود ۱۴ درصد درآمد بازی ها مربوط به بازی های بومی بوده که به نسبت به آمار ۱۱ درصدی سال ۹۴ شاهد رشد ۳ درصدی بوده ایم و این آمار امیدوارکننده است. رشد ۱۴۰ درصدی درآمد بازی های بومی

کریمی قدوسی توضیح داد که این رشد ۳ درصدی مربوط به سهم از کل گردش مالی بازار بازی ها است و با توجه به افزایش حجم دوبرابر این بازار که در همین گزارش به آن اشاره شده، می توان گفت از نظر درآمد ریالی، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را تجربه کرده اند.

در ادامه این نشست سیدمحمدعلی سیدحسینی هم به ارائه توضیحات تکمیلی درباره فرآیند استخراج داده ها و تهیه گزارش «نمای باز ۹۶» پرداخت و سپس وعده داد: سه گزارش نمای نزدیک برای سه پلتفرم رایانه های شخصی، تلفن همراه و کنسول ها برای تفسیر گزارش نمای باز در آینده نزدیک منتشر خواهیم کرد.

سرانه مطالعه ۱۲ دقیقه؛ سرانه بازی ۳۱ دقیقه

سیدحسینی افزود: بازی در قیاس با دیگر رسانه ها رشد خیره کننده ای در جهان داشته است و در میزان مصرف هم زمان بیشتری را از کاربران می گیرد. بر همین اساس اگر بخواهیم آمار ۳۱ دقیقه ای سرانه استفاده از بازی های رایانه ای را با سرانه مطالعه که به تازگی از سوی وزارت ارشاد ۱۲ دقیقه اعلام شد مقایسه کنیم، شاهد تفاوت چشم گیری خواهیم بود.

به گفته مدیر دایرک، از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر استفاده کننده از بازی های رایانه ای هستند. تعریف ما از گیمر هم افرادی است که حداقل یک ساعت در هفته وقت برای بازی وقت بگذارد.

به گفته سیدحسینی از این جمعیت گیمر، ۶۶ درصد زیردبلم هستند و تنها یک درصد تحصیلات دکترا و بالاتر دارند.

علاقه بیشتر مادران به بازی

وی به آمار دیگری از بازار بازی های رایانه ای در سال ۹۶ هم پرداخت و گفت: از میان گیمرها ۷۸ درصد مجرد، ۱۵ درصد متأهل یا فرزند و ۷ درصد متأهل بدون فرزند بوده اند و نکته جالب اینکه در میان متأهلان یا فرزندان، درصد مادران بازیکن بالاتر از پدران بوده است.

نکته جالب دیگر در گزارش دایرک هم اینکه از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی در سال ۹۶، ۱۸ درصد اقدام به خرید بازی کرده اند و باقی از بازی های رایگان استفاده می کنند.

تلاش برای خروج دسته کنسول از فهرست اقلام ممنوعه واردات

اشاره به ممنوعیت واردات برخی بازی ها در لیست رسمی منتشر شده از سوی وزارت صنعت هم در بخشی از نشست از سوی خبرنگاری مورد سوال قرار گرفت که کریمی قدوسی در پاسخ گفت: هرچند سه چهار روز است در تلاش هستیم برای صحبت در این زمینه با نماینده وزارت صنعت ارتباط بگیریم و هنوز موفق نشده ایم اما حدس ما این است منظور از این بخش بازی هایی است که به صورت زتونی در شهربازی های مورد استفاده قرار می گیرد و به دلیل وجود نمونه های داخلی در این فهرست قرار گرفته اند.

وی همچنین به ممنوعیت واردات دسته کنسول های بازی هم اشاره کرد و گفت: دسته کنسول هم در فهرست اقلام ممنوعه درج شده است اما از آنجا که مانند خود کنسول، دسته های آن هم نمونه داخلی ندارند در تلاش برای خارج کردن آن ها از فهرست ممنوعیت ها هستیم. هرچند تا امروز هم این اقلام به صورت قاچاق غالباً در بازار عرضه می شد و اینگونه نبوده که از میدی رسمی واردات صورت بگیرد و حالا قرار باشد از ارائه ارز دولتی به این میدی رسمی جلوگیری شود!

متن کامل پیمایش «نمای باز ۹۶» را اینجا دریافت کنید.



## بازار بازیهای رایانه ای ۹۶ زیر ذره بین / رشد ۱۴۰ درصدی در آمد بومی ها (۱۳۹۶-۹۷)

اقتصاد ایران: گزارش نهایی پیمایش دوسالانه مرکز پژوهش های بنیاد ملی بازی های رایانه ای با عنوان «نمای باز ۱۳۹۶» شامل داده های آماری بازار مصرف بازی های دیجیتال در ایران، منتشر شد.

در نشست خبری صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیرماه، با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) از تازه ترین گزارش این مرکز با عنوان «نمای باز ۱۳۹۶» رونمایی شد.

«نمای باز» عنوان پیمایشی است که به صورت دوسالانه از سوی مرکز دایرک با هدف ارائه گزارشی آماری از وضعیت مصرف بازی های رایانه ای در کشور منتشر می شود.

در ابتدای این نشست خبری، حسن کریمی قدوسی با اشاره به اینکه «هر دو سال یک بار پیمایشی در کشور برای تعیین وضعیت مصرف بازی های دیجیتال صورت میگیرد» گفت: گزارش قبلی بنیاد در این زمینه در سال ۹۴ تهیه شد و طی سال گذشته هم پیمایش جدید با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) تیلتی و غیر کاغذی در سراسر کشور و حتی شهرهای کوچک و روستاها صورت گرفت. امروز حاصل این کار پژوهشی بنیاد رسماً منتشر می شود و این گزارش تا دو سال آینده شاخص تصمیم گیری و سیاست های ما در حوزه بازی های رایانه ای خواهد بود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه به ارائه برخی شاخص های مهم آماری ارائه شده در این گزارش پرداخت و گفت: نرخ رشد مرکب تعداد بازیکن ها نسبت به دوره پیمایشی گذشته ۱۲ درصد بوده است که این رشد طی دو سال می تواند بیانگر گسترش استفاده از گوشی های هوشمند و تبلت و دسترسی ساده تر به بازی ها باشد.

به گفته کریمی قدوسی از مجموع ۲۸ میلیون گیمر ایرانی در سال ۹۶، ۷۴ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد حرفه ای محسوب می شوند که این آنالیز به تازگی به گزارش «نمای باز» افزوده شده است.

خداحافظی گیمرها از رایانه های شخصی

کاهش نرخ رشد استفاده از رایانه های شخصی در قیاس با دو پلتفرم دیگر یعنی «گوشی های هوشمند» و «کنسول های خانگی» از دیگر سرفصل هایی بود که کریمی قدوسی به آن اشاره کرد و در ادامه افزود: در میان سه پلتفرم بازی، در این دو سال شاهد رشد ۱۹ درصدی استفاده از کنسول های خانگی هستیم که سهم بیشتر در این رشد را هم آقایان داشته اند و این به معنای مردانه بودن بازار استفاده از کنسول های خانگی است.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نسبت تکنیک جنسیتی گیمرها در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ را مشابه و بدون تغییر مشهود توصیف کرد و گفت: تغییر مهمی که در ترکیب گیمرها شاهد بوده ایم که اتفاقاً برخلاف روندهای جهانی هم بوده تغییر میانگین سنی بازیکنان است. در سال ۹۴ میانگین سنی گیمرها ۲۱ سال بوده که این میانگین سنی در سال ۹۶ به ۱۹ سال رسیده است که این نشان دهنده کاهش سن بازیکنان است که این برخلاف روند جهانی است و در این زمینه شاید بتوان عواملی همچون فراگیری تلفن هوشمند و تبلت و نیز نسبت متفاوت رشد جمعیتی در ایران به نسبت کشورهای غربی و اروپایی را موثر دانست. کدام استان ها بیشتر گیمر را دارند؟

کریمی قدوسی در ادامه چهار استان تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس را استان های دارای بیشتر گیمر در ایران معرفی کرد.

براساس گزارش «نمای باز ۹۶» حجم گردش مالی بازار بازی های رایانه ای ایران در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که در این زمینه با توجه به ثبت رقم ۴۶۰ میلیاردتومانی در سال ۹۴، شاهد رشد بیش از دو برابر در این زمینه بوده ایم. کریمی قدوسی درباره جزئیات آماری این گردش مالی گفت: بیشتر سهم در این بازار مربوط به خرید سخت افزار بوده و در میان سخت افزارها هم بیشترین خرید مربوط به پلی استیشن ۴ بوده است. نکته تاسف انگیز این است که اکثر این کنسول ها به صورت قاچاق در بازار عرضه شده است.

وی به سهم ۵۸ درصدی بازی های موبایلی در بازار بازی های دیجیتال هم اشاره کرد و گفت: در سال ۹۶ حدود ۱۴ درصد درآمد بازی ها مربوط به بازی های بومی بوده که به نسبت به آمار ۱۱ درصدی سال ۹۴ شاهد رشد ۳ درصدی بوده ایم و این آمار امیدوارکننده است.

رشد ۱۴۰ درصدی درآمد بازی های بومی

کریمی قدوسی توضیح داد که این رشد ۳ درصدی مربوط به سهم از کل گردش مالی بازار بازی ها است و با توجه به افزایش حجم دوبرابر این بازار که در همین گزارش به آن اشاره شده، می توان گفت از نظر درآمد ریالی، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را تجربه کرده اند.

در ادامه این نشست سیدمحمد علی سیدحسینی هم به ارائه توضیحات تکمیلی درباره فرآیند استخراج داده ها و تهیه گزارش «نمای باز ۹۶» پرداخت و سپس وعده داد: سه گزارش نمای نزدیک برای سه پلتفرم رایانه های شخصی، تلفن همراه و کنسول ها برای تفسیر گزارش نمای باز در آینده نزدیک منتشر خواهیم کرد.

سرانه مطالعه ۱۲ دقیقه؛ سرانه بازی ۳۱ دقیقه

سیدحسینی افزود: بازی در قیاس با دیگر رسانه ها رشد خیره کننده ای در جهان داشته است و در میزان مصرف هم زمانی بیشتری را از کاربران می گیرد. بر همین اساس اگر بخواهیم آمار ۳۱ دقیقه ای سرانه استفاده از بازی های رایانه ای را با سرانه مطالعه که به تازگی از سوی وزارت ارشاد ۱۲ دقیقه اعلام شد مقایسه کنیم، شاهد تفاوت چشم گیری خواهیم بود.

به گفته مدیر دایرک، از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر استفاده کننده از بازی های رایانه ای هستند. تعریف ما از گیمر هم افرادی است که حداقل یک ساعت در هفته برای بازی وقت بگذارد.

به گفته سیدحسینی از این جمعیت گیمر، ۶۶ درصد زیردیپلم هستند و تنها یک درصد تحصیلات دکترا و بالاتر دارند.

علاقه بیشتر مادران به بازی

وی به آمار دیگری از بازار بازی های رایانه ای در سال ۹۶ هم پرداخت و گفت: از میان گیمرها ۷۸ درصد مجرد، ۱۵ درصد متأهل با فرزند و ۷ درصد متأهل بدون فرزند بوده اند و نکته جالب اینکه در میان متأهلان با فرزند، درصد مادران بازیکن بالاتر از پدران بوده است.

نکته جالب دیگر در گزارش دایرک هم اینکه از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی در سال ۹۶، ۱۸ درصد اقدام به خرید بازی کرده اند و باقی از بازی های رایگان استفاده می کنند.

تلاش برای خروج دسته کنسول از فهرست اقلام ممنوعه واردات

اشاره به ممنوعیت واردات برخی بازی ها در لیست رسمی منتشر شده از سوی وزارت صنعت هم در بخشی از نشست از سوی خبرنگاری مورد سوال قرار گرفت که کریمی قدوسی در پاسخ گفت: هرچند سه چهار روز است در تلاش هستیم برای صحبت در این زمینه با نماینده وزارت صنعت ارتباط بگیریم و هنوز موفق نشده ایم اما حدس ما این است منظور از این بخش بازی هایی است که به صورت ژتونی در شهربازی های مورد استفاده قرار می گیرد و به دلیل وجود نمونه های داخلی در این فهرست قرار گرفته اند.

وی همچنین به ممنوعیت واردات دسته کنسول های بازی هم اشاره کرد و گفت: دسته کنسول هم در فهرست اقلام ممنوعه درج شده است اما از آنجا که مانند خود کنسول، دسته های آن هم نمونه داخلی ندارند در تلاش برای خارج کردن آن ها از فهرست ممنوعیت ها هستیم. هرچند تا امروز هم این اقلام به صورت قاچاق غالباً در بازار عرضه می شد و اینگونه نبوده که از میدادی رسمی واردات صورت بگیرد و حالا قرار باشد از ارائه ارز دولتی به این (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) میدادی رسمی جلوگیری شود!  
متن کامل پیمایش «نمای باز ۹۶» را اینجا دریافت کنید

## نشست خبری انتشار اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال برگزار شد؛ تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

بر اساس آخرین آمار و ارقام منتشر شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسیده است.

به گزارش خبرنگار حوزه دنیای ارتباطات گروه فضای مجازی پاشگاه خبرنگاران جوان؛ صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیر ماه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است منتشر شد. گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعدیتهر تیشامل شهرستانتوشهروروستاهای شونت.

چه کسانی بازی می کنند؟ به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود. پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکتری و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

تیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند! در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تا حدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی در ایران است، بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال او دیوتی، پو و کویز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را از آن خود کرده اند.

ژانر پرتعداد بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دونه اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتعداد بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند. انتهای پیام/



## شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۶-۷۷/۴/۱۱)

طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند؛ به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد.

به گزارش ایسنا، صبح امروز یکشنبه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - و سیدمحمدعلی سیدحسینی - معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور - اعلام شد. در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است، منتشر شد. اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خاتوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، شش درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد از پلت فرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلت فرم کنسول استفاده می کنند؛ در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و دو درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سیدمحمدعلی سیدحسینی، اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دبیرم، ۱۵ درصد دبیرم و پیش دانشگاهی، شش درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، دو درصد کارشناسی ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و ۶ درصد متأهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلاً به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرطرفدارترین بازی در ایران است؛ بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرطرفدار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلتش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوپیز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرطرفدار ایرانی را از آن خود کرده اند. پنج ژانر پرطرفدار بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دونه اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است. مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرطرفدار بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، پنج درصد از اینترنت WiMAX و یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) های دیجیتال در ایران حدود شش درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۳۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.

ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را از طریق این لینک دانلود کنید.

انتهای پیام



### مرکز دایرک منتشر کرد؛ بازار بازیهای رایانه ای ۹۶ زیر ذره بین (۱۵۱۳-۱۷/۰۷/۱۱)

گزارش نهایی پیمایش دوسالانه مرکز پژوهش های بنیاد ملی بازی های رایانه ای با عنوان «تمای باز ۱۳۹۶» شامل داده های آماری بازار مصرف بازی های دیجیتال در ایران، منتشر شد.

به گزارش جهان نیوز، در نشست خبری صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیرماه، با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال(دایرک) از تازه ترین گزارش این مرکز با عنوان «تمای باز ۱۳۹۶» رونمایی شد. «تمای باز» عنوان پیمایشی است که به صورت دوسالانه از سوی مرکز دایرک با هدف ارائه گزارشی آماری از وضعیت مصرف بازی های رایانه ای در کشور منتشر می شود.

در ابتدای این نشست خبری، حسن کریمی قدوسی با اشاره به اینکه «هر دو سال یک بار پیمایشی در کشور برای تعیین وضعیت مصرف بازی های دیجیتال صورت میگیرد» گفت: گزارش قبلی بنیاد در این زمینه در سال ۹۴ تهیه شد و طی سال گذشته هم پیمایش جدید با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه تیلی و غیر کاغذی در سراسر کشور و حتی شهرهای کوچک و روستاها صورت گرفت. امروز حاصل این کار پژوهشی بنیاد رسماً منتشر می شود و این گزارش تا دو سال آینده شاخص تصمیم گیری و سیاست های ما در حوزه بازی های رایانه ای خواهد بود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه به ارائه برخی شاخص های مهم آماری ارائه شده در این گزارش پرداخت و گفت: نرخ رشد مرکب تعداد بازیکن ها نسبت به دوره پیمایشی گذشته ۱۲ درصد بوده است که این رشد طی دو سال می تواند بیانگر گسترش استفاده از گوشی های هوشمند و تبلت و دسترسی ساده تر به بازی ها باشد.

به گفته کریمی قدوسی از مجموع ۲۸ میلیون گیر ایرانی در سال ۹۶، ۷۴ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد حرفه ای محسوب می شوند که این آتالیز به تازگی به گزارش «تمای باز» افزوده شده است.

خداحافظی گیرها از رایانه های شخصی

کاهش نرخ رشد استفاده از رایانه های شخصی در قیاس با دو پلتفرم دیگر یعنی «گوشی های هوشمند» و «کنسول های خانگی» از دیگر سرفصل هایی بود که کریمی قدوسی به آن اشاره کرد و در ادامه افزود: در میان سه پلتفرم بازی، در این دو سال شاهد رشد ۱۹ درصدی استفاده از کنسول های خانگی هستیم که سهم بیشتر در این رشد را هم آقایان داشته اند و این به معنای مردانه بودن بازار استفاده از کنسول های خانگی است.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نسبت تکنیک جنسیتی گیرها در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ را مشابه و بدون تغییر مشهود توصیف کرد و گفت: تغییر مهمی که در ترکیب گیرها شاهد بوده ایم که اتفاقاً برخلاف روندهای جهانی هم بوده تغییر میانگین سنی بازیکنان است. در سال ۹۴ میانگین سنی گیرها ۲۱ سال بوده که این میانگین سنی در سال ۹۶ به ۱۹ سال رسیده است که این نشان دهنده کاهش سن بازیکنان است که این برخلاف روند جهانی است و در این زمینه شاید بتوان عواملی همچون فراگیری تلفن هوشمند و تبلت و نیز نسبت متفاوت رشد جمعیتی در ایران به نسبت کشورهای غربی و اروپایی را موثر دانست. کدام استان ها بیشتر گیر را دارند؟

کریمی قدوسی در ادامه چهار استان تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس را استان های دارای بیشتر گیر در ایران معرفی کرد.

براساس گزارش «تمای باز ۹۶» حجم گردش مالی بازار بازی های رایانه ای ایران در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که در این زمینه با توجه به ثبت رقم ۴۶۰ میلیارد تومانی در سال ۹۴، شاهد رشد بیش از دو برابر در این زمینه بوده ایم. کریمی قدوسی درباره جزئیات آماری این گردش مالی گفت: بیشتر سهم در این بازار مربوط به خرید سخت افزار بوده و در میان سخت افزارها هم بیشترین خرید مربوط به پلی استیشن ۴ بوده است. نکته تاسف انگیز این است که اکثر این کنسول ها به صورت قاچاق در بازار عرضه شده است.

وی به سهم ۵۸ درصدی بازی های موبایلی در بازار بازی های دیجیتال هم اشاره کرد و گفت: در سال ۹۶ حدود ۱۴ درصد درآمد بازی ها مربوط به بازی های بومی بوده که به نسبت به آمار ۱۱ درصدی سال ۹۴ شاهد رشد ۳ درصدی بوده ایم و این آمار امیدوارکننده است.

رشد ۱۴۰ درصدی درآمد بازی های بومی(ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کریمی قنوسی توضیح داد که این رشد ۳ درصدی مربوط به سهم از کل گردش مالی بازار بازی ها است و با توجه به افزایش حجم دوبرابر این بازار که در همین گزارش به آن اشاره شده، می توان گفت از نظر درآمد ریالی، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را تجربه کرده اند.

در ادامه این نشست سیدمحمد علی سیدحسینی هم به ارائه توضیحات تکمیلی درباره فرآیند استخراج داده ها و تهیه گزارش «تمای باز ۹۶» پرداخت و سپس وعده داد: سه گزارش نمای نزدیک برای سه پلتفرم رایانه های شخصی، تلفن همراه و کنسول ها برای تفسیر گزارش نمای باز در آینده نزدیک منتشر خواهیم کرد.

سرانه مطالعه ۱۲ دقیقه؛ سرانه بازی ۳۱ دقیقه

سیدحسینی افزود: بازی در قیاس با دیگر رسانه ها رشد خیره کننده ای در جهان داشته است و در میزان مصرف هم زمان بیشتری را از کاربران می گیرد. بر همین اساس اگر بخواهیم آمار ۳۱ دقیقه ای سرانه استفاده از بازی های رایانه ای را با سرانه مطالعه که به تازگی از سوی وزارت ارشاد ۱۲ دقیقه اعلام شد مقایسه کنیم، شاهد تفاوت چشم گیری خواهیم بود.

به گفته مدیر دایرک، از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر استفاده کننده از بازی های رایانه ای هستند. تعریف ما از گیم هم افرادی است که حداقل یک ساعت در هفته برای بازی وقت بگذارد.

به گفته سیدحسینی از این جمعیت گیمر، ۶۶ درصد زیردبلم هستند و تنها یک درصد تحصیلات دکترا و بالاتر دارند.

علاقه بیشتر مادران به بازی

وی به آمار دیگری از بازار بازی های رایانه ای در سال ۹۶ هم پرداخت و گفت: از میان گیمرها ۷۸ درصد مجرد، ۱۵ درصد متأهل با فرزند و ۷ درصد متأهل بدون فرزند بوده اند و نکته جالب اینکه در میان متأهلان با فرزند، درصد مادران بازیکن بالاتر از پدران بوده است.

نکته جالب دیگر در گزارش دایرک هم اینکه از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی در سال ۹۶، ۱۸ درصد اقدام به خرید بازی کرده اند و باقی از بازی های رایگان استفاده می کنند.

تلاش برای خروج دسته کنسول از فهرست اقلام ممنوعه واردات

اشاره به ممنوعیت واردات برخی بازی ها در لیست رسمی منتشر شده از سوی وزارت صنعت هم در بخشی از نشست از سوی خبرنگاری مورد سوال قرار گرفت که کریمی قنوسی در پاسخ گفت: هرچند سه چهار روز است در تلاش هستیم برای صحبت در این زمینه با نماینده وزارت صنعت ارتباط بگیریم و هنوز موفق نشده ایم اما حدس ما این است منظور از این بخش بازی هایی است که به صورت ژتونی در شهربازی های مورد استفاده قرار می گیرد و به دلیل وجود نمونه های داخلی در این فهرست قرار گرفته اند.

وی همچنین به ممنوعیت واردات دسته کنسول های بازی هم اشاره کرد و گفت: دسته کنسول هم در فهرست اقلام ممنوعه درج شده است اما از آنجا که مانند خود کنسول، دسته های آن هم نمونه داخلی ندارند در تلاش برای خارج کردن آن ها از فهرست ممنوعیت ها هستیم. هرچند تا امروز هم این اقلام به صورت قاچاق غالباً در بازار عرضه می شد و اینگونه نبوده که از میدادی رسمی واردات صورت بگیرد و حالا قرار باشد از ارائه ارز دولتی به این میدادی رسمی جلوگیری شود.

منبع: مهر



## شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۶-۹۷-۹۸)

طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند؛ به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد.

به گزارش پایگاه خبری ارمان اقتصادی، صبح امروز یکشنبه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قنوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - و سیدمحمدعلی سیدحسینی - معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور - اعلام شد.

در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است، منتشر شد. اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلقینی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانواده ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، شش درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد از پلت فرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلت فرم کنسول استفاده می کنند؛ (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و دو درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سیدمحمدعلی سیدحسینی، اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دبیر، ۱۵ درصد دبیر و پیش دانشگاهی، شش درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناس، دو درصد کارشناس ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

تیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرفرودارترین بازی در ایران است؛ بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرفرودار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال او دیوتی، پو و کوییز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرفرودار ایرانی را از آن خود کرده اند. پنج ژانر پرفرودار بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده/سکوپازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرفرودار بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هوآوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، پنج درصد از اینترنت WiMAX و یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود شش درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.

ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را از طریق این لینک دانلود کنید.

انتهای پیام



## گزارش پانا از نشست خبری انتشار اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال؛ ۲۸ میلیون نفر در کشور روزانه به صورت آنلاین بازی می کنند (۹۶/۱۱/۰۷-۹۶/۱۲/۰۷)

تهران (پانا) \_ آمار های بنیاد ملی بازیهای رایانه ای حکایت از آن دارد که ۲۸ میلیون نفر ایرانی در کشور روزانه به صورت آنلاین از بازی های رایانه ای استفاده می کنند. همچنین بر اساس این آمار سرانه استفاده از بازی های رایانه ای در کشور ۳۱ دقیقه در روز است.

صبح امروز نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهش در بنیاد بازیهای رایانه ای برگزار شد.

در بخشی از این نشست گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است منتشر شد.

براساس این گزارش، اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

در ادامه مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به آمار ارائه شده درباره میزان استفاده از بازیهای رایانه ای، گفت: طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهند. دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. وی اضافه کرد: در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

قدوسی در ادامه یادآور شد: از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

در ادامه سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهش بنیاد بازیهای رایانه ای نیز یادآور شد: براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناسی ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

وی به سرانه استفاده از بازیهای رایانه ای اشاره کرد و گفت: سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرطرفدار بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

وی ادامه داد: نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ۵، ADSL، درصد از اینترنت Wimax و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

معاون پژوهش بازیهای رایانه ای در ادامه سخنان خود تصریح کرد: حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

وی ادامه داد: همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

به گفته حسینی از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول یا ۴۲۸۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. وی در پایان سخنان خود یادآور شد: در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی هایی هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.



## شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۷-۱۳۹۶)

اقتصاد ایران: طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند؛ به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد.

به گزارش ایسنا، صبح امروز یکشنبه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - و سیدمحمدعلی سیدحسینی - معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور - اعلام شد. در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است، منتشر شد. اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلقینی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، شش درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد از پلت فرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلت فرم کنسول استفاده می کنند؛ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و دو درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سیدمحمدعلی سیدحسینی، اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دبیر، ۱۵ درصد دبیر و پیش دانشگاهی، شش درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناس، دو درصد کارشناس ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

تیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرفرودارترین بازی در ایران است؛ بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرفرودار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال او دیوتی، پو و کوییز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرفرودار ایرانی را از آن خود کرده اند. پنج ژانر پرفرودار بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده/سکوپازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرفرودار بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هوآوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، پنج درصد از اینترنت WiMAX و یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود شش درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.

ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را از طریق این لینک دانلود کنید.

انتهای پیام



### رشد ۳ درصدی بازی های بومی یارانه ای (۱۳۹۶-۹۷/۹۸)

تهران- ایرنا- ۵۵ میلیارد تومان سهم بازی های بومی از ۹۲۰ میلیارد تومان حجم درآمد بازار از بازی های رایانه ای کشور در مقایسه با دو سال گذشته از رشد ۳ درصدی حکایت دارد.

پیمایش بازی های رایانه ای هر دو سال از سوی بنیاد ملی بازی های یارانه ای با هدف ارائه گزارشی آماری از وضعیت مصرف بازی های دیجیتال و همچنین حجم بازار برگزار می شود. در این آمارها سن بازیکن ها، انتخاب ابزار بازی، انتخاب نوع بازی، شاخصه های مالی و دیگر عوامل مورد مطالعه و بررسی قرار می گیرد.

به گزارش خبرنگار ایرنا، حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نشست خبری بنیاد ملی بازی های رایانه ای با محوریت رونمایی از گزارش این مرکز با عنوان «نمای باز ۱۳۹۶» گفت: افزایش ۹۲۰ میلیارد حجم درآمد این بازار نسبت به ۴۶ میلیارد تومان در پیمایش قبلی موجب افزایش ۱۴ درصد سهم بازار ایران نسبت به ۱۱ درصد در گذشته است که با توجه به افزایش حجم دوبرابری این بازار، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را از منظر درآمد ریالی تجربه کرده اند.

این پیمایش با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه تیلی و غیرکاغذی در سراسر ایران از جمله شهرهای کوچک و روستاها مورد پژوهش قرار گرفته است که از این آمار ۲۶ هزار نفر بازیکن رایانه ای هستند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن گیم ایرانی در این پیمایش، ۷۶ درصد مبتدی هستند، ۱۸ درصد (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) نیمه حرفه ای و ۸ درصد نیز حرفه ای هستند. همچنین ۸۸ درصد از بازیکنان از تبلت و گوشی هوشمند خود برای بازی استفاده می کنند. بازیکن رایانه ای در تعاریف تخصصی خود به فردی گفته می شود که دستکم در طول هفته یک ساعت مشغول بازی های رایانه ای باشد.

کریمی قدوسی از حضور بیشترین بازیکنان به ترتیب در استان های تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس خبر داد و افزود: میانگین سنی بازیکنان در ایران ۲۱ سال است که نسبت به پیمایش سال ۹۴ که ۱۹ سال بود کاهش یافته است. همچنین شاهد کاهش بازیکنان با رایانه های خانگی هستیم، که نشان می دهد دسترسی ساده تر به بازی ها استقبال از گوشی های هوشمند را افزایش داده است، البته کودکان علاقه زیادی به بازی کردن در تبلت به جای گوشی های هوشمند دارند.

میانگین سنی بازیکن های رایانه ای در آمریکا ۳۵ سال است که کاهش سن بازیکنان در ایران می تواند به دلیل نبود شناخت آگاهانه در انتخاب نوع بازی در این سن، آسیب هایی را برای فرد به همراه داشته باشد.

ادامه دارد...

فرهنگ ۹۰۵۳ ۰۰۹۰۳۱۰۰۰



### شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۶-۱۳۹۷-۹۸)

فصل اقتصاد - طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر بازیکن هستند؛ به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد.

صبح امروز یکنشیه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - و سیدمحمدعلی سیدحسینی - معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور - اعلام شد. در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است، منتشر شد. اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، شش درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد از پلت فرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلت فرم کنسول استفاده می کنند؛ در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و دو درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سیدمحمدعلی سیدحسینی، اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، شش درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، دو درصد کارشناسی ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و ۶ درصد متأهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرفروشترین بازی در ایران است؛ بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرفروش در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوئیز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرفروش ایرانی را از آن خود کرده اند. پنج ژانر پرفروش بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دونه اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرفروش بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هوآوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) درصد از اینترنت ADSL، پنج درصد از اینترنت WiMAX و یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند. ۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود شش درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.

ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را از طریق این لینک دانلود کنید.

انتهای پیام



## مرکز دایرگ منتشر کرد؛ بازار بازیهای رایانه ای ۹۶ زیر ذره بین / رشد ۴۰ درصدی در آمد بومی ها (۱۳۹۶-۹۷/۱۰/۱۱)

گزارش نهایی پیمایش دوسالانه مرکز پژوهش های بنیاد ملی بازی های رایانه ای با عنوان «تمای باز ۱۳۹۶» شامل داده های آماری بازار مصرف بازی های دیجیتال در ایران، منتشر شد.

به گزارش شبکه اطلاع رسانی راه دانا؛ در نشست خبری صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیرماه، با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرگ) از تازه ترین گزارش این مرکز با عنوان «تمای باز ۱۳۹۶» رونمایی شد. «تمای باز» عنوان پیمایشی است که به صورت دوسالانه از سوی مرکز دایرگ با هدف ارائه گزارشی آماری از وضعیت مصرف بازی های رایانه ای در کشور منتشر می شود.

در ابتدای این نشست خبری، حسن کریمی قدوسی با اشاره به اینکه «هر دو سال یک بار پیمایشی در کشور برای تعیین وضعیت مصرف بازی های دیجیتال صورت میگیرد» گفت: گزارش قبلی بنیاد در این زمینه در سال ۹۴ تهیه شد و طی سال گذشته هم پیمایش جدید با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه تبتی و غیر کاغذی در سراسر کشور و حتی شهرهای کوچک و روستاها صورت گرفت. امروز حاصل این کار پژوهشی بنیاد رسماً منتشر می شود و این گزارش تا دو سال آینده شاخص تصمیم گیری و سیاست های ما در حوزه بازی های رایانه ای خواهد بود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه به ارائه برخی شاخص های مهم آماری ارائه شده در این گزارش پرداخت و گفت: نرخ رشد مرکب تعداد بازیکنان نسبت به دوره پیمایشی گذشته ۱۲ درصد بوده است که این رشد طی دو سال می تواند بیانگر گسترش استفاده از گوشی های هوشمند و تبلت و دسترسی ساده تر به بازی ها باشد.

به گفته کریمی قدوسی از مجموع ۲۸ میلیون گیمر ایرانی در سال ۹۶، ۷۴ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد حرفه ای محسوب می شوند که این آنتالیز به تازگی به گزارش «تمای باز» افزوده شده است.

خداحافظی گیمرها از رایانه های شخصی

کاهش نرخ رشد استفاده از رایانه های شخصی در قیاس با دو پلتفرم دیگر یعنی «گوشی های هوشمند» و «کنسول های خانگی» از دیگر سرفصل هایی بود که کریمی قدوسی به آن اشاره کرد و در ادامه افزود: در میان سه پلتفرم بازی، در این دو سال شاهد رشد ۱۹ درصدی استفاده از کنسول های خانگی هستیم که سهم بیشتر در این رشد را هم آقایان داشته اند و این به معنای مردانه بودن بازار استفاده از کنسول های خانگی است.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نسبت تکنیک جنسیتی گیمرها در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ را مشابه و بدون تغییر مشهود توصیف کرد و گفت: تغییر مهمی که در ترکیب گیمرها شاهد بوده ایم که اتفاقاً برخلاف روندهای جهانی هم بوده تغییر میانگین سنی بازیکنان است. در سال ۹۴ میانگین سنی گیمرها ۲۱ سال بوده که این میانگین سنی در سال ۹۶ به ۱۹ سال رسیده است که این نشان دهنده کاهش سن بازیکنان است که این برخلاف روند جهانی است و در این زمینه شاید بتوان عواملی همچون فراگیری تلفن هوشمند و تبلت و نیز نسبت متفاوت رشد جمعیتی در ایران به نسبت کشورهای غربی و اروپایی را موثر دانست. کدام استان ها بیشتر گیمر را دارند؟

کریمی قدوسی در ادامه چهار استان تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس را استان های دارای بیشتر گیمر در ایران معرفی کرد.

براساس گزارش «تمای باز ۹۶» حجم گردش مالی بازار بازی های رایانه ای ایران در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که در این زمینه با توجه به ثبت رقم ۴۶۰ میلیاردتومانی در سال ۹۴، شاهد رشد بیش از دو برابر در این زمینه بوده ایم. کریمی قدوسی درباره جزئیات آماری این گردش مالی گفت: بیشتر سهم در این بازار مربوط به خرید سخت افزار بوده و در میان سخت افزارها هم بیشترین خرید مربوط به پلی استیشن ۴ بوده است. نکته تاسف انگیز این است که اکثر این کنسول ها به صورت قاچاق در بازار عرضه شده است.

وی به سهم ۵۸ درصدی بازی های موبایلی در بازار بازی های دیجیتال هم اشاره کرد و گفت: در سال ۹۶ حدود ۱۴ درصد درآمد بازی ها (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مربوط به بازی های بومی بوده که به نسبت به آمار ۱۱ درصدی سال ۹۴ شاهد رشد ۳ درصدی بوده ایم و این آمار امیدوارکننده است. رشد ۱۴۰ درصدی درآمد بازی های بومی

کریمی قدوسی توضیح داد که این رشد ۳ درصدی مربوط به سهم از کل گردش مالی بازار بازی ها است و با توجه به افزایش حجم دوبرابر این بازار که در همین گزارش به آن اشاره شده، می توان گفت از نظر درآمد ریالی، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را تجربه کرده اند.

در ادامه این نشست سیدمحمدعلی سیدحسینی هم به ارائه توضیحات تکمیلی درباره فرآیند استخراج داده ها و تهیه گزارش «نمای باز ۹۶» پرداخت و سپس وعده داد: سه گزارش نمای نزدیک برای سه پلتفرم رایانه های شخصی، تلفن همراه و کنسول ها برای تفسیر گزارش نمای باز در آینده نزدیک منتشر خواهیم کرد.

سرانه مطالعه ۱۲ دقیقه؛ سرانه بازی ۳۱ دقیقه

سیدحسینی افزود: بازی در قیاس با دیگر رسانه ها رشد خیره کننده ای در جهان داشته است و در میزان مصرف هم زمان بیشتری را از کاربران می گیرد. بر همین اساس اگر بخواهیم آمار ۳۱ دقیقه ای سرانه استفاده از بازی های رایانه ای را با سرانه مطالعه که به تازگی از سوی وزارت ارشاد ۱۲ دقیقه اعلام شد مقایسه کنیم، شاهد تفاوت چشم گیری خواهیم بود.

به گفته مدیر دایرک، از هر ۱۰۰۰ ایرانی ۲۵ نفر استفاده کننده از بازی های رایانه ای هستند. تعریف ما از گیم هم افرادی است که حداقل یک ساعت در هفته برای بازی وقت بگذارد.

به گفته سیدحسینی از این جمعیت گیم، ۶۶ درصد زیردبلم هستند و تنها یک درصد تحصیلات دکترا و بالاتر دارند. علاقه بیشتر مادران به بازی

وی به آمار دیگری از بازار بازی های رایانه ای در سال ۹۶ هم پرداخت و گفت: از میان گیمرها ۷۸ درصد مجرد، ۱۵ درصد متأهل با فرزند و ۷ درصد متأهل بدون فرزند بوده اند و نکته جالب اینکه در میان متأهلان با فرزند، درصد مادران بازیکن بالاتر از پدران بوده است.

نکته جالب دیگر در گزارش دایرک هم اینکه از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی در سال ۹۶، ۱۸ درصد اقدام به خرید بازی کرده اند و باقی از بازی های رایگان استفاده می کنند.

تلاش برای خروج دسته کنسول از فهرست اقلام ممنوعه واردات

اشاره به ممنوعیت واردات برخی بازی ها در لیست رسمی منتشر شده از سوی وزارت صنعت هم در بخشی از نشست از سوی خبرنگاری مورد سوال قرار گرفت که کریمی قدوسی در پاسخ گفت: هرچند سه چهار روز است در تلاش هستیم برای صحبت در این زمینه با نماینده وزارت صنعت ارتباط بگیریم و هنوز موفق نشده ایم اما حدس ما این است منظور از این بخش بازی هایی است که به صورت ژتونی در شهربازی های مورد استفاده قرار می گیرد و به دلیل وجود نمونه های داخلی در این فهرست قرار گرفته اند.

وی همچنین به ممنوعیت واردات دسته کنسول های بازی هم اشاره کرد و گفت: دسته کنسول هم در فهرست اقلام ممنوعه درج شده است اما از آنجا که مانند خود کنسول، دسته های آن هم نمونه داخلی ندارند در تلاش برای خارج کردن آن ها از فهرست ممنوعیت ها هستیم. هرچند تا امروز هم این اقلام به صورت قاچاق غالباً در بازار عرضه می شد و اینگونه نبوده که از مبادی رسمی واردات صورت بگیرد و حالا قرار باشد از ارائه ارز دولتی به این مبادی رسمی جلوگیری شود!

منبع: همپا



## شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۶-۹۷/۹۸)

فصل تجارت - طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰۰ ایرانی ۲۵ نفر بازیکن هستند؛ به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد.

صبح امروز یکشنبه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - و سیدمحمدعلی سیدحسینی - معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور - اعلام شد.

در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است، منتشر شد. اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلقینی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰۰ ایرانی ۲۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، شش درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد از پلت فرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلت فرم کنسول استفاده می کنند؛ در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و دو درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سیدمحمدعلی سیدحسینی، اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، شش درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، دو درصد کارشناسی ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتطرفدارترین بازی در ایران است؛ بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتطرفدار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال او دیوتی، پو و کوییز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتطرفدار ایرانی را از آن خود کرده اند. پنج ژانر پرتطرفدار بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده اسکوپایی، رانندگی، ورزشی و آرکید است. مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتطرفدار بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هوآوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، پنج درصد از اینترنت WiMAX و یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود شش درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد. از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.

ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را از طریق این لینک دانلود کنید.

انتهای پیام

### رشد ۳ درصدی بازی های بومی رایانه ای (۱۳۹۶-۱۳۹۷)

تهران - ایرنا- ۵۵ میلیارد تومان سهم بازی های بومی از ۹۲۰ میلیارد تومان حجم درآمد بازار از بازی های رایانه ای کشور در مقایسه با دو سال گذشته از رشد ۳ درصدی حکایت دارد.

پیمایش بازی های رایانه ای هر دو سال از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با هدف ارائه گزارشی آماری از وضعیت مصرف بازی های دیجیتال و همچنین حجم بازار برگزار می شود. در این آمارها سن بازیکن ها، انتخاب ابزار بازی، انتخاب نوع بازی، شاخصه های مالی و دیگر عوامل مورد مطالعه و بررسی قرار می گیرد.

به گزارش خبرنگار ایرنا، حسن کریمی قلدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نشست خبری بنیاد ملی بازی های رایانه ای با محوریت رونمایی از گزارش این مرکز با عنوان «نمای باز ۱۳۹۶» گفت: افزایش ۹۲۰ میلیارد حجم درآمد این بازار نسبت به ۴۶ میلیارد تومان در پیمایش قبلی موجب افزایش ۱۴ درصد سهم بازار ایران نسبت به ۱۱ درصد در گذشته است که با توجه به افزایش حجم دوبرابری این بازار، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را از منظر درآمد ریالی تجربه کرده اند.

این پیمایش با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه تیلیتی و غیرکاغذی در سراسر ایران از جمله شهرهای کوچک و روستاها مورد پژوهش قرار گرفته است که از این آمار ۲۶ هزار نفر بازیکن رایانه ای هستند (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی در این پیمایش، ۷۶ درصد مبتدی هستند، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد نیز حرفه ای هستند، ۸۸ درصد از بازیکنان نیز از تبلت و گوشی هوشمند خود برای بازی استفاده می کنند.

بازیکن رایانه ای در تعاریف تخصصی خود به فردی گفته می شود که دستکم در طول هفته یک ساعت مشغول بازی های رایانه ای باشد. کریمی قدوسی از حضور بیشترین بازیکنان به ترتیب در استان های تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس خبر داد و افزود: میانگین سنی بازیکنان در ایران ۲۱ سال است که نسبت به پیمایش سال ۹۴ که ۱۹ سال بود کاهش یافته است. همچنین شاهد کاهش بازیکنان با رایانه های خانگی هستیم، که نشان می دهد دسترسی ساده تر به بازی ها استقبال از گوشی های هوشمند را افزایش داده است، البته کودکان علاقه زیادی به بازی کردن در تبلت به جای گوشی های هوشمند دارند.

میانگین سنی بازیکنان های رایانه ای در آمریکا ۳۵ سال است که کاهش سن بازیکنان در ایران می تواند به دلیل نبود شناخت آگاهانه در انتخاب نوع بازی در این سن، آسیب هایی را برای فرد به همراه داشته باشد.

ادامه دارد...

فراهنگ ۰۰۹۰۳۱۰۰۰۹۰۵۳

منبع: ایرنا



## میهن صنعت: شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۶-۹۷-۹۸)

طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند؛ به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد.

به گزارش پایگاه خبری تحلیلی «میهن صنعت»، صبح امروز یکشنبه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - و سیدمحمدعلی سیدحسینی - معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور - اعلام شد.

در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است، منتشر شد. اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خاتوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، شش درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد از پلت فرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلت فرم کنسول استفاده می کنند؛ در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و دو درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سیدمحمدعلی سیدحسینی، اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، شش درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، دو درصد کارشناسی ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکتری و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتطرفدارترین بازی در ایران است؛ بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتطرفدار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوییز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتطرفدار ایرانی را از آن خود کرده اند. پنج ژانر پرتطرفدار بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوندگاری، ورزشی و آرکید است. (ادامه دارد ...)





(ادامه خبر ...) مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرطرفدار بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است. نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، پنج درصد از اینترنت WiMAX و یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود شش درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد. از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.

انتهای پیام /



### تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۴-۹۷/۹۶)

پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود. پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرطرفدارترین بازی در ایران است. بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرطرفدار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوپیز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرطرفدار ایرانی را از آن خود کرده اند.

ژانر پرطرفدار بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده اسکوپازی، راندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرطرفدار بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را از طریق این لینک دانلود کنید: <http://direc.ir/?p=2397>



### «کلیش او کلنز»، همچنان پرطرفدارترین بازی در کشور (۹۵/۱۲-۹۶/۰۱)

براساس گزارش «نمای بازی»، بازی Clash of Clans پرطرفدارترین بازی در ایران است و بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرطرفدار در ایران قرار دارد.

ایران آنلاین طبق گزارش های منتشر شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلیش رویال، کال او دیوتی، پو و کویز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرطرفدار ایرانی را از آن خود کرده اند. پنج ژانر پرطرفدار بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده/ سکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

در این گزارش آمده است، سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرطرفدار بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است. نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، پنج درصد از اینترنت WiMAX و یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

در ادامه این گزارش آمده است که حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود شش درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.



### تعداد گیمرهای ایرانی به ۲۸ میلیون نفر رسید! (۹۵/۱۲-۹۶/۰۱)

صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیر ماه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیمر و گیمرها در ایران است منتشر شد. گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟ به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود. پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و بیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکتری و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و ۶ درصد متأهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند. در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تا حدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتطرفدارترین بازی در ایران است. بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتطرفدار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوییز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتطرفدار ایرانی را از آن خود کرده اند.

ژانر پرتطرفدار بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوندۀ اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برنت سخت افزاری پرتطرفدار بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است. حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار ترم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.

ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را در ادامه مشاهده کنید.



### رشد ۳ درصدی بازی های بومی رایانه ای (۱۳۹۶-۹۷/۱۰)

اقتصاد ایران: تهران - ایرنا - ۵۵ میلیارد تومان سهم بازی های بومی از ۹۲۰ میلیارد تومان حجم درآمد بازار از بازی های رایانه ای کشور در مقایسه با دو سال گذشته از رشد ۳ درصدی حکایت دارد.

پیمایش بازی های رایانه ای هر دو سال از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با هدف ارائه گزارشی آماری از وضعیت مصرف بازی های دیجیتال و همچنین حجم بازار برگزار می شود. در این آمارها سن بازیکن ها، انتخاب ابزار بازی، انتخاب نوع بازی، شاخصه های مالی و دیگر عوامل مورد مطالعه و بررسی قرار می گیرد.

حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نشست خبری بنیاد ملی بازی های رایانه ای با محوریت رونمایی از گزارش این مرکز با عنوان «نمای باز ۱۳۹۶» گفت: افزایش ۹۲۰ میلیارد حجم درآمد این بازار نسبت به ۴۶ میلیارد تومان در پیمایش قبلی موجب افزایش ۱۴ درصد سهم بازار ایران نسبت به ۱۱ درصد در گذشته است که با توجه به افزایش حجم دوبرابری این بازار، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را از منظر درآمد ریالی تجربه کرده اند.

این پیمایش با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه تیلیت و غیرکاغذی در سراسر ایران از جمله شهرهای کوچک و روستاها مورد پژوهش قرار گرفته است که از این آمار ۲۶ هزار نفر بازیکن رایانه ای هستند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی در این پیمایش، ۷۶ درصد مبتدی هستند، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد نیز حرفه ای هستند، ۸۸ درصد از بازیکنان نیز از تبلت و گوشی هوشمند خود برای بازی استفاده می کنند.

بازیکن رایانه ای در تعاریف تخصصی خود به فردی گفته می شود که دستکم در طول هفته یک ساعت مشغول بازی های رایانه ای باشد.

کریمی قدوسی از حضور بیشترین بازیکنان به ترتیب در استان های تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس خبر داد و افزود: میانگین سنی بازیکنان در ایران ۲۱ سال است که نسبت به پیمایش سال ۹۴ که ۱۹ سال بود کاهش یافته است. همچنین شاهد کاهش بازیکنان با رایانه های خانگی هستیم، که نشان می دهد دسترسی ساده تر به بازی ها استقبال از گوشی های هوشمند را افزایش داده است، البته کودکان علاقه زیادی به بازی کردن در تبلت به جای (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) گوشی های هوشمند دارند.  
میانگین سنی بازیکن های رایانه ای در آمریکا ۳۵ سال است که کاهش سن بازیکنان در ایران می تواند به دلیل نبود شناخت آگاهانه در انتخاب نوع بازی در این سن، آسیب هایی را برای فرد به همراه داشته باشد.  
ادامه دارد...



## تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۶-۹۶/۰۱/۰۱)

صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیر ماه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، و سید محمدعلی سیدحسینی، معاون پژوهش بنیاد، آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت.

به گزارش گروه علم و فناوری خبرگزاری آنا از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است منتشر شد. گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند. چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آنها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، شش درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و دو درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود. پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آنها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، شش درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، دو درصد کارشناس ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آنها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و شش درصد متأهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی در ایران است. بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارد. بازی های کاتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، یو و کوتیز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را از آن خود کرده اند.

پنج ژانر پرتعداد بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دونده/اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. پنج برند سخت افزاری پرتعداد بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آنها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آنها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، پنج درصد از اینترنت WiMAX و یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵/۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

همچنین از مجموع ۳۹۵/۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) درصدی را نمایش می دهد.  
 از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸/۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.  
 در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹/۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.  
 ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را از طریق این لینک دانلود کنید: <http://direc.ir/?p=۲۳۹۷>



## نمایشگاه و همایش بین المللی Tehran Game Convention ۲۰۱۸ (۱۳۹۸-۰۹/۱۱-۱۳۹۸)

رویداد بین المللی Tehran Game Convention بزرگ ترین رویداد تجاری (B+B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه محسوب می شود.

به گزارش تیترا شهر حضور ده ها سخنران مطرح، بیش از ۱۰۰ شرکت، ناشر بین المللی و بیش از ۲۳۰۰ فعال بازی سازی در این رویداد از سراسر نقاط دنیا فرصت بزرگی را برای رشد بازی سازی و بزرگ تر شدن بازار در ایران و منطقه فراهم می آورد.  
 نخستین دوره TGC در جولای ۲۰۱۷ با استقبال گسترده بازی سازان ایرانی و بین المللی برگزار شد و در دوره دوم، فرصت های بزرگ تری برای همکاری فعالان بازی سازی وجود دارد.

TGC ۲۰۱۸ نیز با برنامه ریزی وسیع تر و منسجم تر، ۱۴ و ۱۵ تیر ماه ۹۷ از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه برپا می شود.

شروع رویداد

پنج شنبه ۱۴ تیر ۹۷ ۰۸:۰۰

پایان رویداد

جمعه ۱۵ تیر ۹۷ ۲۱:۰۰

مکان رویدادتهران

تماس یا برگزارکننده ۸۸۳۱۰۲۲۲



## شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۸-۰۷/۰۹/۱۳۹۸)

طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند؛ به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد.

به گزارش آی تابناک: صبح امروز یکشنبه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - و سیدمحمدعلی سیدحسینی - معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور - اعلام شد.  
 در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است، منتشر شد. اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلقینی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.  
 چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خاتوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در میان بازی کنندگان ۲۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، شش درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد از پلت فرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلت فرم کنسول استفاده می کنند؛ در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و دو درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سیدمحمدعلی سیدحسینی، اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، شش درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، دو درصد کارشناسی ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرفرودارترین بازی در ایران است؛ بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرفرودار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوییز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرفرودار ایرانی را از آن خود کرده اند. پنج ژانر پرفرودار بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوندگاری، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرفرودار بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، پنج درصد از اینترنت WiMAX و یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود شش درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.

ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را از طریق این لینک دانلود کنید.

منبع: ایسنا



## ۲۸ میلیون نفر بازیکن رایانه ای در ایران است (۱۳۹۶-۱۳۹۷)

طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند؛ به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد.

به گزارش تهران نیوز، صبح امروز یکشنبه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - و سیدمحمدعلی سیدحسینی - معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور - اعلام شد. در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است، منتشر شد. اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تالیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند. چه کسانی بازی می کنند؟(ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانواده ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، شش درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد از پلت فرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلت فرم کنسول استفاده می کنند؛ در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و دو درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سیدمحمدعلی سیدحسینی، اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دبلم، ۱۵ درصد دبلم و پیش دانشگاهی، شش درصد فوق دبلم، ۱۰ درصد کارشناسی، دو درصد کارشناس ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی در ایران است؛ بازی PES در رده دوم و بازی GT A در رده سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کویز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را از آن خود کرده اند. پنج ژانر پرتعداد بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دونه اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است. مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتعداد بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، پنج درصد از اینترنت WiMAX و یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود شش درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد. از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.

انتهای پیام/

۴۴۴/۱



بازار بازی

## تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۶-۱۳۹۷)

انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سید محمد علی سیدحسینی معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت.

به گزارش ایران اکتونومیست به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است منتشر شد.

گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

●● چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود. پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

●● تیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

بر اساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی در ایران است، بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوییز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را از آن خود کرده اند.

ژانر پرتعداد بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده/اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

●● مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتعداد بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هوآوی، لنوو و مایکروسافت است.

ترخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

●● ۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی هایی هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.



## شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۷-۷۷/۰۶/۱۰)

طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند؛ به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد.

به گزارش اقتصادآنلاین به نقل از ایسنا، صبح امروز یکشنبه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - و سیدمحمدعلی سیدحسینی - معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ... بازی در کشور - اعلام شد.

در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است، منتشر شد. اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، شش درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد از پلت فرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلت فرم کنسول استفاده می کنند؛ در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و دو درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سیدمحمدعلی سیدحسینی، اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دبلم، ۱۵ درصد دبلم و پیش دانشگاهی، شش درصد فوق دبلم، ۱۰ درصد کارشناسی، دو درصد کارشناسی ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی در ایران است؛ بازی PES در رده دوم و بازی GT A در رده سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوپیز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را از آن خود کرده اند. پنج ژانر پرتعداد بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دهنده اسکوپازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است. مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتعداد بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، پنج درصد از اینترنت WiMAX و یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود شش درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی یا سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی هایی هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.

## نشست خبری شاخص ترین آمار مصرف بازی در کشور؛ ایران ۲۸ میلیون گیمر دارد (۱۳۹۶-۲۰۱۷)

صبح امروز، نشست خبری شاخص ترین آمار مصرف بازی در کشور در بنیاد ملی بازی های رایانه ای برگزار و جدیدترین آمار موسسه دایرک در زمینه بازی های ویدیویی در ایران اعلام شد.

موسسه دایرک، چند سالی است که به جمع آوری آمار مختلف در رابطه با حوزه بازی های ویدیویی در کشور مشغول به کار است. صبح امروز، ۱۰ تیر ماه، جدیدترین نشست خبری این موسسه در بنیاد ملی بازی های رایانه ای برگزار شد که در آن آمار سال ۱۳۹۶ بازی های ویدیویی در کشور اعلام شد. این موسسه هر ۲ سال آمار خود را منتشر می کند و سال ۱۳۹۶، ششمین سالی است که دایرک گزارش آماری خود را از وضعیت بازی های رایانه ای در کشور ارائه می کند. در این نشست، حسن کریمی قدوسی، مدیر عامل بنیاد بازی های رایانه ای و سید محمد علی سید حسینی، معاون پژوهش بنیاد شرکت داشتند. جالب ترین نکته در رابطه با آمار اسامال، روند رشد قابل توجه بازی های ویدیویی نسبت به دیگر محصولات فرهنگی در کشور است. حسن کریمی قدوسی، این نشست را با سخنان خود شروع کرد:

همان طور که اشاره شد هر دو سال یک بار پیمایشی برای وضعیت بازی های ویدیویی از نظر میزان مصرف و حجم بازار در کشور صورت می گیرد. پیمایش سال ۱۳۹۶، با پخش کردن ۸ هزار پرسش نامه در سطح کشور انجام شد. این پیمایش صرفاً در شهرهای بزرگ انجام نشده و روستاها و شهرهای کوچک نیز در آن گنجانده شده اند. بر اساس پژوهش انجام گرفته، در سال ۱۳۹۶ ایران دارای ۲۸ میلیون بازیکن بازی های رایانه ای اعم از موبایل و پلتفرم های دیگر است. نرخ رشد مرکب سالانه گیمرها، ۱۲ درصد است. سال ۹۴ مشخص شده بود که در ایران ۲۲ میلیون گیمر داریم و این رشد بیانگر گسترش استفاده از گوشی های هوشمند، تبلت و بازی های آنلاین و همچنین دسترسی آسانتر به این نوع از سرگرمی است. از مجموع گیمرهای ایران، ۷۴ درصد را بازیکنان مبتدی، ۱۸ درصد را بازیکنان نیمه حرفه ای و ۸ درصد را هم گیمرهای حرفه ای تشکیل می دهند. کریمی قدوسی در ادامه صحبت های خود افزود:

در سال ۱۳۹۶، هشتاد و هشت درصد از مجموع بازی کنندگان، با موبایل و گوشی هوشمند خود بازی کرده اند. ۲۵ درصد روی رایانه شخصی و ۱۸ درصد نیز روی کنسول ها به تجربه بازی های ویدیویی پرداخته اند. لازم به ذکر است که مجموع این آمار لازم نیست که به عدد ۱۰۰ برسد؛ زیرا ممکن است فردی هم روی گوشی موبایل و هم روی کنسول به بازی بپردازد.

نرخ رشد مرکب سالانه رایانه های شخصی، منفی ۲۲ درصد است که نشان از کاهش استقبال گیمرها از پی سی می دهد و نشان می دهد که این دسته از گیمرها، یا بازی کردن روی پی سی را متوقف یا به پلتفرم دیگری کوچ کرده اند. از طرف دیگر، نرخ رشد مرکب کنسول ها، ۱۹ درصد است که از تمامی پلتفرم ها رشد بیشتری داشته است. نکته جالب در رابطه با این آمار این است که ۹۰ درصد از گیمرهای کنسول را آقایان تشکیل می دهند و به نوعی کنسول ها، یک پلتفرم مردانه محسوب می شوند.

تقریباً نیمی از گیمرهایی که با تبلت به بازی می پردازند، سنی کمتر از ۱۲ سال دارند و به همین دلیل تبلت ها، دستگاه مورد علاقه کودکان برای انجام بازی های ویدیویی است. نسبت جنسیتی گیمرها از سال ۹۴ دستخوش تغییری نشده است و کمترین ۶۵ درصد گیمرها را آقایان و ۳۵ درصد را بانوان تشکیل می دهند. یکی از مهم ترین تغییراتی که در پژوهش جدید دایرک قابل توجه است، میانگین سنی گیمرها در ایران است که شاهد روندی بر خلاف روند جهانی بوده است. میانگین سنی گیمرها در سال ۱۳۹۴ برابر با ۲۱ سال بوده است که این سن در سال ۱۳۹۶ با دو سال کاهش به ۱۹ سال رسیده است. تولید و توسعه بازی های موبایل یکی از مهم ترین دلایل در کاهش میانگین سنی گیمرها در ایران بوده است. میانگین سنی گیمرها در دنیا، ۳۵ سال است. یکی از نکات منفی پایین بودن میانگین سنی گیمرها، این است که ممکن است سواد لازم برای استفاده از بازی های مختلف در بین آنها وجود نداشته باشد.

قدوسی در رابطه با سن گیمرها نیز آماری را ارائه کرد. وی اعلام کرد که آنها گیمرها را به پنج گروه سنی تقسیم کرده اند که بیشترین سهم با ۳۶ درصد در اختیار نوجوانان است. کودکان نیز ۳۱ درصد گیمرها را تشکیل می دهند. وی در ادامه گفت که در سال ۱۳۹۴، بازیکنان زیر ۲۰ سال، ۵۸ درصد گیمرها را تشکیل می دهند که این آمار در سال ۱۳۹۶ به ۶۷ درصد رسیده است. در ادامه قدوسی اطلاعاتی را در رابطه با استان های با بیشترین گیمر ارائه کرد:

چهار استان تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس بیشترین گیمرها را در ایران دارند. حجم بازار و درآمدهای حاصل از بازی های ویدیویی در سال ۱۳۹۶ برابر با ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که در مقایسه با سال ۱۳۹۴ که ۴۶۰ میلیارد تومان بوده است، رشدی تقریباً دوبرابری داشته است.

یکی از نکات بسیار جالب این آمار، به فروش سخت افزار بر می گردد که سهمی ۵۷ درصدی از حجم بازار را به خود اختصاص داده است. از مجموع این ۵۷ درصد فقط ۳۰۰ میلیارد تومان مربوط به فروش پلی استیشن ۴ بوده که با یک حساب سرانگشتی متوجه می شویم در بازار ایران در سال ۱۳۹۶، بیش از ۲۰۰ هزار دستگاه پلی استیشن ۴ به فروش رفته است که متأسفانه اکثر این کنسول ها به صورت قاچاق وارد کشور شده است. قدوسی در رابطه با قانون کیبی رایت نیز صحبت هایی ارائه کرد:

علی رغم اینکه می گویم که گیمرهای ایرانی به بازی های کرک شده علاقه دارند و از خرید بازی های اورجینال پرهیز می کنند، این تعداد فروش کنسول پلی استیشن ۴ نشان می دهد که اگر قانون کیبی رایت در کشور وجود داشته باشد، مردم و گیمرها به سمت استفاده قانونمند و صحیح از بازی ها سوق داده می شوند. همچنین بیشترین سهم بازی ها را بازی های موبایل با ۵۸ درصد در اختیار داشتند و بازی های کنسولی و بازی های پی سی به ترتیب ۲۵ و ۱۷ درصد از حجم بازار را تشکیل می دهند. در سال ۱۳۹۶، چهارده درصد درآمد بازار متعلق به بازی های ویدیویی بومی بوده است که نسبت به سال ۱۳۹۴ که این رقم ۱۱ درصد بوده است، رشدی ۳ درصدی داشته است.

پس از اتمام سخنان کریمی قدوسی، سید حسینی، معاون پژوهش بنیاد، سخنان خود را آغاز کرد:

در ماه های آینده ما گزارش های جداگانه ای برای تفسیر آمار ارائه شده منتشر می کنیم و همچنین به زودی اینفوگرافیکی را برای مقایسه گیمرهای PES و فیفا، در دسترس علاقمندان قرار می دهیم. بازی در مقابل رسانه های دیگر به لحاظ حجم بازار از دیگر فرم های سرگرمی جلوتر است. به طور مثال سرانه مطالعه در ایران ۱۲ دقیقه در روز است که این رقم در رابطه با بازی به ۳۱ دقیقه رسیده است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) از هر ۱۰۰ ایرانی، ۲۵ نفر گیمر هستند. گیمر به کسی می گویند که حداقل یک ساعت از هفته را صرف انجام بازی های ویدیویی بکند. از هر ۱۰۰ زن، ۲۴ نفر و از هر ۱۰۰ مرد، ۴۵ نفر گیمر محسوب می شوند. هر خانواده ایرانی حداقل یک نفر گیمر دارد که متوسط سن گیمرها بر اساس آمار به دست آمده در سال ۱۳۹۶، نوزده سال است.

ژانر بازی های پازل، رانر پلتفرمینگ، ریسینگ، ورزشی و آرکید، پنج ژانر محبوب در بین گیمرهای ایرانی هستند و همچنین بازی Clash of Clans، محبوب ترین بازی در میان گیمرهای ایرانی در سال ۱۳۹۶ بوده است. بازی های PES و GTA نیز به ترتیب در رتبه های دوم و سوم قرار گرفته اند.

از طرف دیگر، در میان ۱۰ بازی پرطرفدار در ایران، تام بازی Pou نیز دیده می شود که تنها بازی ای است که در آن گیمرهای دختر از گیمرهای پسر بیشتر هستند. به طور متوسط، از ۲۸ میلیون گیمر ایرانی هر کدام روزانه ۹۰ دقیقه به انجام می پردازند که این رقم در سال ۱۳۹۴ برابر با ۷۹ دقیقه بوده است. سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت نیز به ترتیب محبوب ترین برندهای سخت افزاری در ایران هستند.

در انتهای این نشست خبری، سید حسینی آماری از دسترسی به اینترنت در کشور ارائه کرد. بر طبق آمار وی، نرخ دسترسی به اینترنت در ایران ۷۰ درصد است و ۸۴ درصد از گیمرها به اینترنت دسترسی دارند. ۴۸ درصد از گیمرها نیز به صورت آنلاین بازی می کنند که این رقم نسبت به سال ۱۳۹۴ با رشدی ۹ درصد روبه رو شده است. ۵۹ درصد از طریق اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از طریق ADSL، پنج درصد از طریق وایمکس و یک درصد نیز از طریق اینترنت دایال آپ به اینترنت متصل هستند.



### کلیش بر طرفدارترین بازی در کشور (۹۷/۱۰-۹۷/۱۰-۱۳۹۶)

تعداد گیمر های ایرانی از مرز ۲۸ میلیون گذشت

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای جدیدترین گزارش از جامعه آماری گیمر های ایران را به شرح زیر ارائه کرد: از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر گیمر هستند.

از ۲۸ میلیون گیمر در ایران ۶۵ درصد مرد و ۲۵ درصد زن هستند.

از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر گیمر هستند و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ گیمر هستند.

در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میان سال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهن سال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند.

۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند.

در سال ۱۳۹۶ درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است.

بازی Clash of Clans پرطرفدارترین بازی در ایران است، بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرطرفدار در ایران قرار دارد. بازی های کاتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلیش رویال، کال آو دیوتی، یو و کوئیز و کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرطرفدار ایرانی را از آن خود کرده اند.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.



### کلیش بر طرفدارترین بازی در کشور (۹۷/۱۰-۹۷/۱۰-۱۳۹۶)

خبر آنلاین: تعداد گیمرهای ایرانی از مرز ۲۸ میلیون گذشت.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای جدیدترین گزارش از جامعه آماری گیمرهای ایران را به شرح زیر ارائه کرد:

از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر گیمر هستند.

از ۲۸ میلیون گیمر در ایران ۶۵ درصد مرد و ۲۵ درصد زن هستند.

از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر گیمر هستند و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ گیمر هستند (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۲۴ سال، ۶ درصد را میان سال های ۲۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهن سال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند.

در سال ۱۳۹۶ درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است. بازی Clash of Clans پرفروشترین بازی در ایران است، بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرفروش در ایران قرار دارد بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، گلش رویال، کال آو دیوتی، یو و کوییز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرفروش ایرانی را از آن خود کرده اند.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸٫۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.



### رشد ۳ درصدی بازی های بومی رایانه ای (۹۱/۱۱-۹۲/۱۱)

پیمایش بازی های رایانه ای هر دو سال یکبار از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با هدف ارائه گزارشی آماری از وضعیت مصرف بازی های دیجیتال و همچنین حجم بازار برگزار می شود.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی شبکه خبر، حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای روز یکشنبه در نشست خبری ارائه گزارش این مرکز با عنوان «نمای باز ۹۱۳۹۶» گفت: افزایش ۹۲۰ میلیارد تومان حجم درآمد این بازار نسبت به ۴۶ میلیارد تومان در پیمایش قبلی به افزایش ۱۴ درصدی سهم بازار ایران نسبت به ۱۱ درصد گذشته منجر شد که با توجه به افزایش حجم دو برابری این بازار، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را از منظر درآمد ریالی تجربه کرده اند.

این پیمایش با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه تیلی و غیرکاغذی در سراسر ایران از جمله شهرهای کوچک و روستاها صورت گرفته است که از این آمار ۲۶ هزار نفر بازیکن رایانه ای هستند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: بر پایه نتایج این پیمایش از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی، ۷۶ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد نیز حرفه ای هستند، ۸۸ درصد از بازیکنان نیز از تبلت و گوشی هوشمند خود برای بازی استفاده می کنند.

بازیکن رایانه ای در تعاریف تخصصی خود به فردی گفته می شود که دستکم در طول هفته یک ساعت مشغول بازی های رایانه ای باشد. کریمی قدوسی از حضور بیشترین بازیکنان به ترتیب در استان های تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس خبر داد و افزود: میانگین سنی بازیکنان در ایران ۱۹ سال است که نسبت به پیمایش سال ۹۴ که ۲۱ سال بود کاهش یافته است. همچنین شاهد کاهش بازیکنان با رایانه های خانگی هستیم که نشان می دهد دسترسی ساده تر به بازی ها استقبال از گوشی های هوشمند را افزایش داده است البته کودکان علاقه زیادی به بازی کردن در تبلت به جای گوشی های هوشمند دارند.

میانگین سنی بازیکن های رایانه ای در آمریکا ۳۵ سال است که کاهش سن بازیکنان در ایران می تواند به دلیل نبود شناخت آگاهانه در انتخاب نوع بازی در این سن، آسیب هایی را برای فرد به همراه داشته باشد.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای از رشد ۱۹ درصدی استفاده از کنسول های خانگی خبر داد و گفت: آقایان بیشترین سهم را در رشد استفاده از کنسول ها داشتند و این به معنای مردانه بودن بازی کنسول های خانگی است.

بیشترین سهم از ۹۲۰ میلیارد تومان درآمد حجم بازار در پیمایش مربوط به خرید سخت افزارها است و از این میان پلی استیشن ۴ بیشترین فروش را داشته است. این درحالی است که تا به امروز کنسول های بازی کامپیوتری از مجاری غیرقانونی به صورت قاچاق وارد کشور شده است.

صنعت بازی سازی در سال های اخیر به یکی از پول سازترین صنایع دنیا بدل شده است و بسیاری از کشورها با سرمایه گذاری در این حوزه تحول شگرفی در اقتصاد خود به وجود آوردند و توجه بسیاری از اقتصاددانان در جهان را به خود جلب کرده است.

صنعت بازی های ویدیویی در جهان در سال ۲۰۱۱ افزایش ۶٫۸ درصدی را در نرخ فروش تجربه کرد و در سال ۲۰۱۵ به یک صنعت ۸۲ میلیارد دلاری تبدیل شده است.

سرنه استفاده از بازی های رایانه ای ۳۱ دقیقه است در حالی که سرنه مطالعه که به تازگی از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اعلام شده ۱۲ دقیقه است.

## نشست خبری شاخص ترین آمار مصرف بازی در کشور؛ ایران ۲۸ میلیون گیمر دارد (۱۰/۲۰۲۲-۹۷/۰۷/۲۰۲۱)

موسسه دایرک، چند سالی است که به جمع آوری آمار مختلف در رابطه با حوزه بازی های ویدیویی در کشور مشغول به کار است. صبح امروز، ۱۰ تیر ماه، جدیدترین نشست خبری این موسسه در بنیاد ملی بازی های رایانه ای برگزار شد که در آن آمار سال ۱۳۹۶ بازی های ویدیویی در کشور اعلام شد.

این موسسه هر ۲ سال آمار خود را منتشر می کند و سال ۱۳۹۶، ششمین سالی است که دایرک گزارش آماری خود را از وضعیت بازی های رایانه ای در کشور ارائه می کند. در این نشست، حسن کریمی قدوسی، مدیر عامل بنیاد بازی های رایانه ای و سید محمد علی سید حسینی، معاون پژوهش بنیاد شرکت داشتند. جالب ترین نکته در رابطه با آمار امسال، روند رشد قابل توجه بازی های ویدیویی نسبت به دیگر محصولات فرهنگی در کشور است. حسن کریمی قدوسی، این نشست را با سخنان خود شروع کرد:

همان طور که اشاره شد هر دو سال یک بار پیمایشی برای وضعیت بازی های ویدیویی از نظر میزان مصرف و حجم بازار در کشور صورت می گیرد. پیمایش سال ۱۳۹۶، با پخش کردن ۸ هزار پرسش نامه در سطح کشور انجام شد. این پیمایش صرفاً در شهرهای بزرگ انجام نشده و روستاها و شهرهای کوچک نیز در آن گنجانده شده اند. بر اساس پژوهش انجام گرفته، در سال ۱۳۹۶ ایران دارای ۲۸ میلیون بازیکن بازی های رایانه ای اعم از موبایل و پلتفرم های دیگر است. نرخ رشد مرکب سالانه گیمرها، ۱۲ درصد است. سال ۹۴ مشخص شده بود که در ایران ۲۲ میلیون گیمر داریم و این رشد بیانگر گسترش استفاده از گوشی های هوشمند، تبلت و بازی های آنلاین و همچنین دسترسی آسانتر به این نوع از سرگرمی است. از مجموع گیمرهای ایران، ۷۴ درصد را بازیکنان مبتدی، ۱۸ درصد را بازیکنان نیمه حرفه ای و ۸ درصد را هم گیمرهای حرفه ای تشکیل می دهند.

کریمی قدوسی در ادامه صحبت های خود افزود:

در سال ۱۳۹۶، هشتاد و هشت درصد از مجموع بازی کنندگان، با موبایل و گوشی هوشمند خود بازی کرده اند. ۲۵ درصد روی رایانه شخصی و ۱۸ درصد نیز روی کنسول ها به تجربه بازی های ویدیویی پرداخته اند. لازم به ذکر است که مجموع این آمار لازم نیست که به عدد ۱۰۰ برسد؛ زیرا ممکن است فردی هم روی گوشی موبایل و هم روی کنسول به بازی بپردازد.

نرخ رشد مرکب سالانه رایانه های شخصی، منفی ۲۲ درصد است که نشان از کاهش استقبال گیمرها از پی سی می دهد و نشان می دهد که این دسته از گیمرها، یا بازی کردن روی پی سی را متوقف یا به پلتفرم دیگری کوچ کرده اند. از طرف دیگر، نرخ رشد مرکب کنسول ها، ۱۹ درصد است که از تمامی پلتفرم ها رشد بیشتری داشته است. نکته جالب در رابطه با این آمار این است که ۹۰ درصد از گیمرهای کنسول را آقایان تشکیل می دهند و به نوعی کنسول ها، یک پلتفرم مردانه محسوب می شوند.

تقریباً نیمی از گیمرهایی که با تبلت به بازی می پردازند، سنی کمتر از ۱۲ سال دارند و به همین دلیل تبلت ها، دستگاه مورد علاقه کودکان برای انجام بازی های ویدیویی است. نسبت جنسیتی گیمرها از سال ۹۴ دستخوش تغییری نشده است و کماکان ۶۵ درصد گیمرها را آقایان و ۳۵ درصد را بانوان تشکیل می دهند. یکی از مهم ترین تغییراتی که در پژوهش جدید دایرک قابل توجه است، میانگین سنی گیمرها در ایران است که شاهد روندی بر خلاف روند جهانی بوده است. میانگین سنی گیمرها در سال ۱۳۹۴ برابر با ۲۱ سال بوده است که این سن در سال ۱۳۹۶ با دو سال کاهش به ۱۹ سال رسیده است. تولید و توسعه بازی های موبایل یکی از مهم ترین دلایل در کاهش میانگین سنی گیمرها در ایران بوده است. میانگین سنی گیمرها در دنیا، ۳۵ سال است. یکی از نکات منفی پایین بودن میانگین سنی گیمرها، این است که ممکن است سواد لازم برای استفاده از بازی های مختلف در بین آنها وجود نداشته باشد.

قدوسی در رابطه با سن گیمرها نیز آماری را ارائه کرد. وی اعلام کرد که آنها گیمرها را به پنج گروه سنی تقسیم کرده اند که بیشترین سهم با ۳۶ درصد در اختیار نوجوانان است. کودکان نیز ۳۱ درصد گیمرها را تشکیل می دهند. وی در ادامه گفت که در سال ۱۳۹۶، بازیکنان زیر ۲۰ سال، ۵۸ درصد گیمرها را تشکیل می دهند که این آمار در سال ۱۳۹۶ به ۶۷ درصد رسیده است. در ادامه قدوسی اطلاعاتی را در رابطه با استان های با بیشترین گیمر ارائه کرد:

چهار استان تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس بیشترین گیمرها را در ایران دارند. حجم بازار و درآمدهای حاصل از بازی های ویدیویی در سال ۱۳۹۶ برابر با ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که در مقایسه با سال ۱۳۹۴ به ۴۶۰ میلیارد تومان بوده است. رشدی تقریباً دوبرابری داشته است.

یکی از نکات بسیار جالب این آمار، به فروش سخت افزار بر می گردد که سهمی ۵۷ درصدی از حجم بازار را به خود اختصاص داده است. از مجموع این ۵۷ درصد فقط ۳۰۰ میلیارد تومان مربوط به فروش پلی استیشن ۴ بوده که با یک حساب سرانگشتی متوجه می شویم در بازار ایران در سال ۱۳۹۶، بیش از ۲۰۰ هزار دستگاه پلی استیشن ۴ به فروش رفته است که متأسفانه اکثر این کنسول ها به صورت قاچاق وارد کشور شده است. قدوسی در رابطه با قانون کپی رایت نیز صحبت هایی ارائه کرد:

علی رغم اینکه می گوئیم که گیمرهای ایرانی به بازی های کرک شده علاقه دارند و از خرید بازی های اورجینال پرهیز می کنند، این تعداد فروش کنسول پلی استیشن ۴ نشان می دهد که اگر قانون کپی رایت در کشور وجود داشته باشد، مردم و گیمرها به سمت استفاده قانونمند و صحیح از بازی ها سوق داده می شوند. همچنین بیشترین سهم بازی ها را بازی های موبایل با ۵۸ درصد در اختیار داشتند و بازی های کنسولی و بازی های پی سی به ترتیب ۲۵ و ۱۷ درصد از حجم بازار را تشکیل می دهند. در سال ۱۳۹۶، چهارده درصد درآمد بازار متعلق به بازی های ویدیویی بومی بوده است که نسبت به سال ۱۳۹۴ که این رقم ۱۱ درصد بوده است، رشدی ۳ درصدی داشته است.

پی اس اتمام سخنان کریمی قدوسی، سید حسینی، معاون پژوهش بنیاد، سخنان خود را آغاز کرد:

در ماه های آینده ما گزارش های جداگانه ای برای تفسیر آمار ارائه شده منتشر می کنیم و همچنین به زودی اینفوگرافیکی را برای مقایسه گیمرهای PES و فیفا، در دسترس علاقمندان قرار می دهیم. بازی در مقابل رسانه های دیگر به لحاظ حجم بازار از دیگر فرم های سرگرمی جلوتر است. به طور مثال سرانه مطالعه در ایران ۱۲ دقیقه در روز است که این رقم در رابطه با بازی به ۳۱ دقیقه رسیده است.

از هر ۱۰۰ ایرانی، ۲۵ نفر گیمر هستند. گیمر به کسی می گویند که حداقل یک ساعت از هفته را صرف انجام بازی های ویدیویی بکند. از هر ۱۰۰ زن، ۲۴ نفر و از هر ۱۰۰ مرد، ۴۵ نفر گیمر محسوب می شوند. هر خانواده ایرانی حداقل یک نفر گیمر دارد که متوسط سن گیمرها بر اساس آمار به دست آمده در سال ۱۳۹۶، نوزده سال است.

ژانر بازی های پازل، رانر پلتفرمینگ، ریسینگ، ورزشی و آرکید، پنج ژانر محبوب در بین گیمرهای ایرانی هستند و همچنین بازی Clash (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) of Clans، محبوب ترین بازی در میان گیمرهای ایرانی در سال ۱۳۹۶ بوده است. بازی های PES و GTA نیز به ترتیب در رتبه های دوم و سوم قرار گرفته اند.

از طرف دیگر، در میان ۱۰ بازی پرطرفدار در ایران، نام بازی Pou نیز دیده می شود که تنها بازی ای است که در آن گیمرهای دختر از گیمرهای پسر بیشتر هستند. به طور متوسط، از ۲۸ میلیون گیمر ایرانی هر کلام روزانه ۹۰ دقیقه به انجام می پردازند که این رقم در سال ۱۳۹۴ برابر با ۷۹ دقیقه بوده است. سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت نیز به ترتیب محبوب ترین برندهای سخت افزاری در ایران هستند.

در انتهای این نشست خبری، سید حسینی آماری از دسترسی به اینترنت در کشور ارائه کرد. بر طبق آمار وی، نرخ دسترسی به اینترنت در ایران ۷۰ درصد است و ۸۴ درصد از گیمرها به اینترنت دسترسی دارند. ۴۸ درصد از گیمرها نیز به صورت آنلاین بازی می کنند که این رقم نسبت به سال ۱۳۹۴ با رشدی ۹ درصد روبه رو شده است. ۵۹ درصد از طریق اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از طریق ADSL، پنج درصد از طریق وایمکس و یک درصد نیز از طریق اینترنت دایال آپ به اینترنت متصل هستند.



## افزایش مصرف کنندگان بازی های رایانه ای به ۲۸ میلیون نفر / مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه

مطالعه کتاب (۱۳۹۶-۷۷/۹/۱۱)

گروه فناوری اطلاعات - در نشست خبری انتشار اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال، ضمن اعلام افزایش سهم بازار ملی و مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر، به دو برابر بودن مصرف بازی های دیجیتال نسبت به سرانه مطالعه کتاب در کشور و استفاده ۳۱ دقیقه ای هر ایرانی در روز از بازی رایانه ای اشاره شد.

به گزارش ایکن؛ نشست خبری انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران امروز ۱۰ تیرماه با حضور حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سیدمحمدعلی سیدحسینی، معاون پژوهش این مرکز برگزار شد.

کریمی قدوسی در ابتدای این نشست با اشاره به آمار منتشر شده این مرکز با توجه به پیمایش ۲ ساله مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) گفت: طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد، که نرخ رشد مرکب سالانه آن ۱۲ درصد است. این نرخ رشد بیانگر گسترش استفاده از بازی های موبایلی و تلفن همراه در کشور است. همچنین این آمار نشان می دهد که بازی های آنلاین مورد استقبال مردم قرار گرفته است.

وی ادامه داد: از مجموع بازیکنان بازی های رایانه ای در کشور حدود ۷۴ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد حرفه ای هستند. در سال ۹۶ نیز حدود ۸۸ درصد از مجموعه بازیکنان بر پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد پلت فرم رایانه و ۱۸ درصد پلت فرم کنسول بازی های خود را انجام می دادند؛ که در مجموعه این آمار نرخ رشد استفاده از کنسول بیشترین رشد را داشته است. البته نکته جالب این است که ۹۰ درصد بازیکنان این کنسول ها مردان تشکیل می دهند که می توان آن را یک پلت فرم مردانه دانست.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با تاکید بر اینکه نیمی از بازیکنانی که از تبلت استفاده می کنند کودکان زیر ۱۲ هستند، افزود: نسبت تفکیک جنسیتی مردان و زنان تفاوت چندانی در مقایسه با سال های گذشته نکرده است. در این آمار ۶۵ درصد از استفاده کنندگان را مردان و ۳۵ درصد را زنان تشکیل می دهند. همچنین میانگین سنی بازیکنان در سال ۹۶ حدود ۱۹ سال است که نشان از توسعه گوشی های تلفن همراه و رشد جمعیت دارد.

کریمی قدوسی تصریح کرد: از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۳۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانواده ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسالی های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اظهار کرد: از جمعیت بازیکنان ایرانی ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

۳۹۵ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

کریمی قدوسی با بیان اینکه حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است، ادامه داد: از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

وی تصریح کرد: از مجموع ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد. همچنین از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

وی گفت: در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۳۹۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی هایی هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و بیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکتری و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و ۶ درصد متأهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند و می گفتند: در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تأخوری توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند. براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرفرودارترین بازی در ایران است، بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرفرودار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوییز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرفرودار ایرانی را از آن خود کرده اند.

سید حسینی در ادامه با اشاره به ۵ ژانر پرفرودار بازی ایرانی افزود: به ترتیب ژانر معمایی، دونده/اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید پرفرودارترین بازی های دیجیتال ایرانی هستند.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور وی با بیان اینکه سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۲۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است، تصریح کرد: در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرفرودار بین بازیکنان به ترتیب برند های سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است. نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت Wimax و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

وی ادامه داد: اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیمر و گیمرها در ایران است منتشر شد. گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

انتهای پیام



### رشد ۳ درصدی بازی های بومی رایانه ای (۹۷/۱۱-۹۷/۱۰)

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی شبکه خبر، حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای روز یکشنبه در نشست خبری ارائه گزارش این مرکز با عنوان «نمای باز ۱۳۹۶» گفت: افزایش ۹۲۰ میلیارد تومانی حجم درآمد این بازار نسبت به ۴۶ میلیارد تومانی در پیمایش قبلی به افزایش ۱۴ درصدی سهم بازار ایران نسبت به ۱۱ درصد گذشته منجر شد که با توجه به افزایش حجم دو برابری این بازار، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را از منظر درآمد ریالی تجربه کرده اند.

این پیمایش با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه تیلی و غیرکاغذی در سراسر ایران از جمله شهرهای کوچک و روستاها صورت گرفته است که از این آمار ۲۶ هزار نفر بازیکن رایانه ای هستند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: بر پایه نتایج این پیمایش از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی، ۷۶ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد نیز حرفه ای هستند، ۸۸ درصد از بازیکنان نیز از تبلت و گوشی هوشمند خود برای بازی استفاده می کنند.

بازیکن رایانه ای در تعاریف تخصصی خود به فردی گفته می شود که دستکم در طول هفته یک ساعت مشغول بازی های رایانه ای باشد. کریمی قدوسی از حضور بیشترین بازیکنان به ترتیب در استان های تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس خبر داد و افزود: میانگین سنی بازیکنان در ایران ۱۹ سال است که نسبت به پیمایش سال ۹۴ که ۲۱ سال بود کاهش یافته است. همچنین شاهد کاهش بازیکنان با رایانه های خانگی هستیم که نشان می دهد دسترسی ساده تر به بازی ها استقبال از گوشی های هوشمند را افزایش داده است البته کودکان علاقه زیادی به بازی کردن در تبلت به جای گوشی های هوشمند دارند.

میانگین سنی بازیکنان رایانه ای در آمریکا ۳۵ سال است که کاهش سن بازیکنان در ایران می تواند به دلیل نبود شناخت آگاهانه در انتخاب نوع بازی در این سن، آسیب هایی را برای فرد به همراه داشته باشد.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای از رشد ۱۹ درصدی استفاده از کنسول های خانگی خبر داد و گفت: آقایان بیشترین سهم را در رشد استفاده از کنسول ها داشتند و این به معنای مردانه بودن بازی کنسول های خانگی است.

بیشترین سهم از ۹۲۰ میلیارد تومانی درآمد حجم بازار در پیمایش مربوط به خرید سخت افزارها است و از این میان پلی استیشن ۴ بیشترین فروش را داشته است. این درحالی است که تا به امروز کنسول های بازی کامپیوتری از مجاری غیرقانونی به صورت قاچاق وارد کشور شده است.

صنعت بازی سازی در سال های اخیر به یکی از پول سازترین صنایع دنیا بدل شده است و بسیاری از کشورها با سرمایه گذاری در این حوزه تحول شگرفی در اقتصاد خود به وجود آوردند و توجه بسیاری از اقتصاددانان در جهان را به خود جلب کرده است.

صنعت بازی های ویدیویی در جهان در سال ۲۰۱۱ افزایش ۶۰۸ درصدی را در نرخ فروش تجربه کرد و در سال ۲۰۱۵ به یک صنعت ۸۲ میلیارد دلاری تبدیل شده است (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) سرانه استفاده از بازی های رایانه ای ۳۱ دقیقه است در حالی که سرانه مطالعه که به تازگی از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اعلام شده ۱۲ دقیقه است.



## گیمرهای ایرانی ۲۸ میلیون نفر شدند (۲۳۳۴-۲۷/۰۵/۱۰)

صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیر ماه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش تمامی بازی که مربوط به وضعیت گیمر و گیمرها در ایران است منتشر شد. گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش تمامی بازی ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش تمامی بازی سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود. پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتیرترین بازی در ایران است. بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتیرترین در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوپیز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتیرترین ایرانی را از آن خود کرده اند.

ژانر پرتیرترین بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده اسکوپازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتیرترین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هوآوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را از طریق لینک زیر دانلود کنید:  
<http://direc.ir/?p=۲۳۹۷>



## تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۲۳۹۶-۲۷/۰۷/۹۶)

صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیر ماه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است منتشر شد. گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود. پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتصرفترین بازی در ایران است. بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتصرف در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوپیز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتصرف ایرانی را از آن خود کرده اند.

ژانر پرتصرف بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده/اسکوپازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتصرف بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) جمله بازی هایی هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند. ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را از طریق این

## گزارش نمای باز ۹۶: حالا ۲۸ میلیون ایرانی گیمر هستند (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

در آخرین گزارش منتشر شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای اعلام شد که ایران حالا ۲۸ میلیون گیمر با میانگین سنی ۱۹ سال دارد که نزدیک به نیمی از این تعداد به صورت روزانه بازی های ویدیویی را در اشکال مختلف تجربه می کنند. گزارش پیشین بنیاد از تعداد گیمرهای ایرانی که مرتبط به سال ۹۴ بود نشان می داد از جمعیت تقریباً ۸۰ میلیونی ایرانی ها، ۲۲ میلیون نفر گیمر هستند. رسیدن این رقم به ۲۸ میلیون نفر نمایانگر رشدی قابل توجه بوده که البته بازی های موبایلی در این میان بی تاثیر نبوده اند. از این تعداد گیمر ایرانی، ۸۸ درصد روی موبایل، ۲۵ درصد روی پی سی و ۱۸ درصد روی کنسول های نظیر پلی استیشن ۴ و ایکس باکس وان بازی می کنند. گیمرها ممکن است روی چندین پلتفرم به انجام بازی بپردازند بنابراین جمع درصدهای فوق فراتر از عدد ۱۰۰ می رود. با وجود سهم قابل توجه ۲۵ درصدی پی سی از بازار گیمر ایران، طبق آمار بنیاد این پلتفرم شاهد افت سالانه ۲۲ درصدی بوده. از آمار ۱۸ درصدی کنسول ها نیز می توان به این نکته پی برد که علاقه زنان نسبت به این پلتفرم بسیار پایین تر از مردان است. ۹۰ درصد کاربران کنسول ها مردها هستند که چنین شرایطی نشان از محبوبیت اندک بازی های بزرگ و کلان بودجه میان زنان ایرانی دارد.

اما در مجموع کل، ۲۵ درصد از ۲۸ میلیون گیمر ایرانی را حالا دختران تشکیل می دهند و با سهم ۶۵ درصدی مردان، نمی توان گفت بازی صرفاً یک تفریح پسرانه است. ولی با اشاره به میانگین سنی ۱۹ سال گیمرهای ایرانی می شود با قاطعیت از محبوبیت صنعت بازی های ویدیویی میان نوجوانان و کودکان صحبت کرد.

۳۱ درصد گیمرها کمتر از ۱۲ سال سن دارند در حالی که بزرگ ترین قشر گیمرها را با در اختیار داشتن ۲۶ درصد، ۱۲ تا ۱۹ ساله ها تشکیل می دهند. ۲۳ درصد باقی مانده نیز که دیگر سهم بزرگ این جامعه به حساب می آید به ترتیب با نسبت های ۲۶ درصد، ۶ درصد و ۱ درصد میان جوانان (۲۰ تا ۲۴ سال)، میان سالان (۲۵ تا ۵۹) و کهنسالان (بالای ۶۰ سال) توزیع شده است. پراکندگی گیمرها نیز در ۴ شهر تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس بیشتر از دیگر استان ها بوده.

آمار و ارقام مرتبط با گردش مالی این صنعت در ایران نیز قابل توجه است. طبق اطلاعات رسمی بنیاد، فقط در سال گذشته بیش از ۲۰۰ هزار پلی استیشن ۴ در ایران فروخته شده. کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اما می گوید که بیشتر واردات کنسول های بازی به صورت قاچاق است و واردات رسمی کمتر صورت می گیرد.

حجم بازار بازی های ویدیویی در سال ۹۴ برابر با ۴۶۰ میلیارد تومان بود که در گزارش سال ۹۶ به ۹۲۰ میلیارد تومان رسید. یعنی رشد دو برابری در طی دو سال. عمده فروش بازار گیمر ایران با سهم ۵۷ درصدی در اختیار کنسول های بازی و سخت افزار مرتبط با بازی بوده که حالا بنا به آخرین دستور وزارت صنعت، معدن و تجارت، واردات آن ها ممنوع شده است.

کریمی قدوسی در ارتباط با ماجرای منع واردات کنسول های بازی در این کنفرانس خبری گفت: «در تلاش هستیم تا با نماینده وزارت صنعت، معدن و تجارت صحبت کنیم اما تاکنون موفق نشده ایم. در تلاش هستیم تا این منع قانونی برداشته شود اما تا به امروز هم واردات به صورت رسمی انجام نمی شد و اکثر کنسول ها به صورت قاچاق وارد بازار می شد.»

در سال ۹۴ سهم بازی های ایرانی از بازار گیمر کشور ۱۱ درصد بود که در سال ۹۶ این رقم با رشد قابل توجه ۳ درصدی همراه بوده و به ۱۴ درصد رسید. درآمد بازی سازان ایرانی که ۲۲ میلیارد تومان بود حالا به ۵۵ میلیارد تومان رسیده، چنین پیشرفتی به وضوح نمایانگر علاقه مندی گیمرهای ایرانی به تولیدات با کیفیت داخلی است.

سامسونگ با حفظ جایگاه همچنان محبوب ترین برند موبایل میان گیمرهای ایرانی است در حالی که سونی و هواوی با تعویض مقام در سال ۹۶ به ترتیب در رتبه های دوم و سوم هستند. لنوو و مایکروسافت نیز مقام های چهارم و پنجم را در اختیار دارند. نرخ دسترسی به اینترنت در ایران ۷۰ درصد است اما ۸۴ درصد گیمرهای ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد از آن ها به انجام بازی آنلاین می پردازند. برای تامین اینترنت مورد نیاز برای بازی ها، ۵۹ درصد کاربران از اینترنت سیم کارت و ۲۱ درصد از اینترنت خانگی ADSL بهره می برند. بخش جالب دیگر گزارش به بازی های محبوب میان گیمرهای ایرانی اختصاص داشت. بازی Clash of Clans در حالی رتبه اول را تسخیر کرده که ۶ سال از انتشار آن می گذرد. سری بازی PES به عنوان محبوب ترین بازی فوتبالی نیز جایگاه دوم را به خود اختصاص داده در حالی که فیفا در مقام پنجم قرار گرفته است.

نکته قابل تامل این لیست حضور سری بازی GTA در جایگاه سوم است. با وجود ممنوعیت این بازی در داخل کشور اما گویا مانعی بر سر راه گیمرهای ایرانی برای تجربه این بازی وجود نداشته. همچنین در حالی که در اکثر بازی ها، مردان جمعیت غالب را تشکیل می دهند اما بازی Pou با اختلافی بسیار زیاد میان زنان محبوبیت بالایی دارد.

محبوب ترین بازی ایرانی سال ۹۶ هم بازی باقلوا بوده که سازندگان آن ها هم اکنون با بازی آمیرزا در حال تجربه موفقیت عظیم دیگری هستند. در جایگاه دهم نیز دومین بازی ایرانی یعنی کوئیز او کینگز دیده می شود. لیست ۱۰ بازی محبوب میان گیمرهای ایرانی به این شرح است:

Clash of Clans (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) سری PES یا Pro Evolution Soccer

سری GTA یا Grand Theft Auto

سری Counter-Strike

سری FIFA

باقلوا

Clash Royale

سری Call of Duty

Pou

کوییز او کینگز

این گزارش به دو زبان فارسی و انگلیسی منتشر شده که می‌توانید همین حالا آن را دریافت کنید.



## تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۶-۱۳۹۷)

ICTPRESS - طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهش بنیاد، صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیر ماه، آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت.

به گزارش شبکه خبری ICTPRESS، در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش تمامی بازی که مربوط به وضعیت گیمر و گیمرها در ایران است منتشر شد. گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش تمامی بازی ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش تمامی بازی سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود. پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتیرترین بازی در ایران است، بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتیرترین در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال او دیوتی، پو و کوییز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتیرترین ایرانی را از آن خود کرده اند.

ژانر پرتیرترین بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتیرترین بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.



سرانه مصرف بازی های دیجیتال در کشور

دو برابر سرانه مطالعه کتاب

نشست خبری انتشار اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال برگزار شد. صبح دیروز ۱۰ تیر ماه ملی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور آقای حسن کریمی قنوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و آقای سید محمدعلی سیدحسینی، معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است، منتشر شد.

اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران، از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند.

در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۲۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹/۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند. دستگاه کنسول با ۴۲۸/۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

آقای سید محمدعلی سیدحسینی نیز در این نشست گفت: براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناس، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند.

از نظر وضعیت تأهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و ۶ درصد متأهل بدون فرزند هستند. در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلاً به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند. بازی Clash of Clans پرطرفدارترین بازی در ایران است.

بازی PE S در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرطرفدار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلهش رویال، کال او دیوتی، پو و کوییز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرطرفدار ایرانی را از آن خود کرده اند. سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران نیز ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است.

در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. این رقم معادل دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور است.

سامانه کشف آسیب پذیری

سیستم های فناوری اطلاعات راه اندازی شد

سامانه مسابقات کشف باگ و آسیب پذیری سیستم های فناوری اطلاعات در ایران، با همکاری مرکز ماهر سازمان فناوری اطلاعات و مرکز پژوهشی آبی دانشگاه صنعتی امیرکبیر راه اندازی شد.

به گزارش مرکز پژوهشی آبی دانشگاه صنعتی امیرکبیر، سامانه کلاه سفید در راستای ارتقای امنیت سامانه های فناوری اطلاعات راه اندازی

شده است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در این سامانه، جهت ارزیابی محصول، پورتال یا سامانه، کافی است به عنوان یک کاربر سازمانی در سایت کلاه سفید به آدرس [kolahsefid.org](http://kolahsefid.org) ثبت نام کرده، جزئیات مسابقه و مبالغ جوایز مشخص شده و مبلغی به عنوان جوایز مسابقه در سایت ودیعه گذاشته شود. در صورتی که باگی در سامانه مربوطه کشف شود، پس از ارزیابی و تأیید آن توسط داوران، مبلغ آن باگ از ودیعه برداشتی کسر و به متخصص پرداخت خواهد شد. در صورتی که سامانه امن باشد، تنها مبلغ جزئی جهت برگزاری مسابقه در نظر گرفته می شود و ودیعه برداشتی قابل عودت یا استفاده برای مسابقات دیگر است.



## دیده‌ها

### مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای خبر داد؛ افزایش تعداد گیمرهای ایرانی به ۲۸ میلیون نفر

گروه اجتماعی: به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به گزارش «وطن امروز»، حسن کریمی قدوسی گفت: بر اساس آخرین آمار مصرف بازی در کشور، ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آنها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. وی افزود: از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. همچنین در هر خانوار ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. کریمی قدوسی ادامه داد: در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اظهار داشت: از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.



## دیده‌ها

### درآمد ۹۲۰ میلیارد تومانی بازار بازی های دیجیتال در کشور

ایستا: طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند؛ به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد. حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران»، بیان کرد: ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آنها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند.

در هر خانوار ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. وی افزود: از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد از پلت فرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلت فرم کنسول استفاده می کنند؛ در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. براساس گزارش منتشر شده در این نشست، بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی در ایران است؛ بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارد. بازی های کاتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، یو و کوییز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را از آن خود کرده اند.

پنج ژانر پرتعداد بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دنده/سکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است. سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتعداد بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هوآوی، لنوو و مایکروسافت است. از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸/۱۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹/۱۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و رایانه ای از جمله بازی هایی هستند که از سوی خریداران ایرانی تهیه شده اند.



## آمار خواندنی از بازار بازی های رایانه ای

گزارش نهایی پیمایش دوسالانه مرکز پژوهش های بنیاد ملی بازی های رایانه ای با عنوان «تمای باز ۱۳۹۶» شامل داده های آماری بازار مصرف بازی های دیجیتال در ایران، منتشر شد

به گزارش مهر، حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نشست خبری با اشاره به اینکه «هر دو سال یک بار پیمایشی در کشور برای تعیین وضعیت مصرف بازی های دیجیتال صورت می گیرد» گفت: گزارش قبلی بنیاد در این زمینه در سال ۹۴ تهیه شد و طی سال گذشته هم پیمایش جدید با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه تیلی و غیر کاغذی در سراسر کشور و حتی شهرهای کوچک و روستاها صورت گرفت. اکنون حاصل این کار پژوهشی بنیاد رسماً منتشر می شود و این گزارش تا دو سال آینده شاخص تصمیم گیری و سیاست های ما در حوزه بازی های رایانه ای خواهد بود. وی به ارائه برخی شاخص های مهم آماری ارائه شده در این گزارش پرداخت و ادامه داد: نرخ رشد مرکب تعداد بازیکنان نسبت به دوره پیمایشی گذشته ۱۲ درصد بوده است که این رشد طی دو سال، می تواند بیانگر گسترش استفاده از گوشی های هوشمند و تبلت و دسترسی ساده تر به بازی ها باشد. به گفته کریمی قدوسی از مجموع ۲۸ میلیون گیمر ایرانی در ۹ سال گذشته ۷۴ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد حرفه ای محسوب می شوند که این آنالیز به تازگی به گزارش «تمای باز» افزوده شده است.

خداحافظی گیمرها از رایانه های شخصی

کاهش نرخ رشد استفاده از رایانه های شخصی در قیاس با دو پلتفرم دیگر یعنی «گوشی های هوشمند» و «کنسول های خانگی» از دیگر سرفصل هایی بود که مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای به آن اشاره کرد و ادامه داد: در میان سه پلتفرم بازی، در این دو سال شاهد رشد ۱۹ درصدی استفاده از کنسول های خانگی هستیم که سهم بیشتر در این رشد را هم مردان داشته اند و این به معنای مردانه بودن بازار استفاده از کنسول های خانگی است.

وی نسبت تفکیک جنسیتی گیمرها در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ را مشابه و بدون تغییر مشهود توصیف کرد و افزود: تغییر مهمی که در ترکیب گیمرها شاهد بوده ایم - که اتفاقاً برخلاف روندهای جهانی هم بوده - تغییر میانگین سنی بازیکنان است. در سال ۹۴ میانگین سنی گیمرها ۲۱ سال بوده که این میانگین سنی در سال ۹۶ به ۱۹ سال رسیده که نشان دهنده کاهش سن بازیکنان است که این برخلاف روند جهانی است و در این زمینه شاید بتوان عواملی همچون فراگیری تلفن هوشمند و تبلت و نیز نسبت متفاوت رشد جمعیتی در ایران به نسبت کشورهای غربی و اروپایی را موثر دانست.

کریمی قدوسی در ادامه سخنانش، ۴ استان تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس را استان های دارای بیشتر گیمر در ایران معرفی کرد. رشد ۲ برابری گردش مالی

براساس گزارش «تمای باز ۹۶» حجم گردش مالی بازار بازی های رایانه ای ایران در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که در این زمینه با توجه به ثبت رقم ۴۶۰ میلیارد تومانی در سال ۹۴، شاهد رشد بیش از دو برابر در این زمینه بوده ایم.

کریمی قدوسی درباره جزئیات آماری این گردش مالی هم گفت: بیشتر سهم در این بازار مربوط به خرید سخت افزار بوده و در میان سخت افزارها هم بیشترین خرید مربوط به پلی استیشن ۴ بوده است. نکته تأسف انگیز این است که اکثر این کنسول ها به صورت قاچاقی در بازار عرضه شده است.

وی به سهم ۵۸ درصدی بازی های موبایلی در بازار بازی های دیجیتال هم اشاره و تصریح کرد: در سال ۹۶ حدود ۱۴ درصد درآمد بازی ها مربوط به بازی های بومی بوده که به نسبت به آمار ۱۱ درصدی سال ۹۴ شاهد رشد ۳ درصدی بوده ایم و این آمار امیدوارکننده است.

کریمی قدوسی همچنین توضیح داد که این رشد ۳ درصدی مربوط به سهم از کل گردش مالی بازار بازی هاست و با توجه به افزایش حجم دو برابر این بازار می توان گفت از نظر درآمد ریالی، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را تجربه کرده اند.

تفسیر گزارش تمای باز: در آینده نزدیک

در ادامه این نشست: سیدمحمد علی سیدحسینی مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) هم به ارائه توضیحات تکمیلی درباره فرآیند استخراج داده ها و تهیه گزارش «تمای باز ۹۶» پرداخت و سپس وعده داد: سه گزارش نمای نزدیک برای سه پلتفرم رایانه های شخصی، تلفن همراه و کنسول ها برای تفسیر گزارش نمای باز در آینده نزدیک منتشر خواهیم کرد.

وی افزود: بازی در قیاس با دیگر رسانه ها رشد خیره کننده ای در جهان داشته است و در میزان مصرف هم زمان بیشتری را از کاربران می گیرد. بر همین اساس اگر بخواهیم آمار ۳۱ دقیقه ای سرانه استفاده از بازی های رایانه ای را با سرانه مطالعه که به تازگی از سوی وزارت ارشاد ۱۲ دقیقه اعلام شد مقایسه کنیم، شاهد تفاوت چشم گیری خواهیم بود. به گفته مدیر دایرک، از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر استفاده کننده از بازی های رایانه ای هستند. تعریف ما از گیمر هم افرادی است که حداقل یک ساعت در هفته برای بازی وقت بگذارد. به گفته سیدحسینی از این جمعیت گیمر،

۶۶ درصد زیردیپلم هستند و تنها یک درصد تحصیلات دکترا و بالاتر دارند.

علاقه بیشتر مادران به بازی

وی به آمار دیگری از بازار بازی های رایانه ای در سال ۹۶ هم پرداخت و گفت: از میان گیمرها ۷۸ درصد مجرد، ۱۵ درصد متأهل با فرزند و ۷ درصد متأهل بدون فرزند بوده اند و نکته جالب اینکه در میان متأهلان با فرزند، درصد مادران بازیکن بالاتر از پدران بوده است.

نکته جالب دیگر در گزارش دایرک هم اینکه از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی در سال گذشته ۱۸ درصد اقدام به خرید بازی کرده اند و باقی از بازی های رایگان استفاده می کنند.

## رسالت

### تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید

طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است منتشر شد. گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸ هزار نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

## کسب و کار

### لشکر ۲۸ میلیونی گیمرها در ایران (۱۱۱۶۱-۱۷/۴/۱۱)

تعداد گیمرهای ایرانی از مرز ۲۸ میلیون نفر گذشت. گسترش نوزاد: مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای جدیدترین گزارش از جامعه آماری گیمرهای ایران را به شرح زیر ارائه کرد: از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر گیمر هستند. از ۲۸ میلیون گیمر در ایران ۶۵ درصد مرد و ۳۵ درصد زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر گیمر هستند و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ گیمر هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میان سال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهن سال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند. ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. در سال ۱۳۹۶ درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است. بازی Clash of Clans پرطرفدارترین بازی در ایران است، بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرطرفدار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، گلش رویال، کال آو دیوتی، یو و کوییز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرطرفدار ایرانی را از آن خود کرده اند. از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. منبع: خبرآنلاین

## فرسان

### جمعیت گیمرهای کشور ۲۸ میلیونی شد

زهرا حاجیان - وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در صفحه شخصی خود در توییتر با اشاره به جدیدترین آمار وضعیت استفاده از بازی های رایانه ای در ایران اعلام کرد: بر اساس جدیدترین آمار بازی های رایانه ای، در ایران ۲۸ میلیون نفر یا متوسط ۹۰ دقیقه بازی در روز و میانگین سنی ۱۹ سال بازی رایانه ای انجام می دهند. سید عباس صالحی همچنین نوشت: بازیابی در ایران در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان و سهم بازی های بومی ۱۴ درصد بوده است. به گزارش خبرنگار ما، این آمار که بخشی از آن توسط وزیر ارشاد منتشر شده، اطلاعاتی است که از گزارش نهایی پیمایش دوساله مرکز پژوهش های بنیاد ملی بازی های رایانه ای با عنوان «نمای باز ۱۳۹۶» شامل داده های آماری بازار مصرف بازی های دیجیتال در ایران، استخراج شده است. براساس این گزارش که جزئیات آن روز گذشته در نشست خبری مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (نایرک) اعلام شد، نرخ رشد مرکب بازیکنان نسبت به دوره پیمایشی گذشته ۱۲ درصد بوده است که این رشد طی دوسال می تواند بیانگر گسترش استفاده از گوشی های هوشمند و تبلت و دسترسی ساده تر به بازی ها باشد. حسن کریمی قدوسی با اشاره به این که پیمایش وضعیت مصرف بازی ها در کشور هر دوسال یک بار انجام می شود، گفت: طی سال گذشته هم پیمایش جدید با استفاده از هشت هزار پرسش نامه تبلتی و غیر کاغذی در سراسر کشور و حتی شهرهای کوچک و روستاها صورت گرفت که براساس شاخص های مهم آماری ارائه شده در این گزارش، از مجموع ۲۸ میلیون گیمر ایرانی در سال ۹۶، ۷۴ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد حرفه ای (آدمه دارد ...)

(ادامه خبر ...) محسوب می شوند. خداحافظی گیرها از رایانه های شخصی کریمی قدوسی در ادامه این گزارش از کاهش نرخ رشد استفاده از رایانه های شخصی در قیاس با دو پلتفرم دیگر یعنی «گوشی های هوشمند» و «کنسول های خانگی» خبر داد و گفت: در میان سه پلتفرم بازی، در این دو سال شاهد رشد ۱۹ درصدی استفاده از کنسول های خانگی هستیم که سهم بیشتر در این رشد را هم آقایان داشته اند و این به معنای مردانه بودن بازار استفاده از کنسول های خانگی است.

میانگین سنی بازیکنان از ۲۱ به ۱۹ سال رسیده است.

کریمی قدوسی همچنین به تغییر میانگین سنی بازیکنان بازی های رایانه ای در کشور اشاره کرد و افزود: تغییر مهمی که در ترکیب گیرها شاهد بوده ایم، میانگین سنی بازیکنان است که در سال ۹۴، ۲۱ سال بود اما در سال ۹۶ به ۱۹ سال رسیده که برخلاف روند جهانی و یک تهدید است. در آمریکا این میانگین ۲۵ سال است. هرچه میانگین سنی کمتر باشد، سود بازی برای انتخاب آگاهانه نیز کمتر خواهد بود.

۹۲۰ میلیارد تومان حجم بازار بازی های رایانه ای ایران در سال ۹۶

کریمی قدوسی حجم گردش مالی بازار بازی های رایانه ای ایران را در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان اعلام کرد و افزود: این رقم در سال ۹۴، ۴۶۰ میلیارد تومان بوده که بیش از دو برابر رشد داشته است و بیشترین سهم در این بازار مربوط به خرید سخت افزار و به طور خاص پلی استیشن ۴ بوده که متأسفانه اکثر این کنسول ها به صورت قاچاقی به بازار عرضه شده است.

سهم ۵۸ درصدی بازی های موبایلی در بازار بازی های دیجیتال

وی به سهم ۵۸ درصدی بازی های موبایلی در بازار بازی های دیجیتال هم اشاره کرد و گفت: در سال ۹۶ حدود ۱۴ درصد درآمد بازی ها مربوط به بازی های بومی بوده است که نسبت به آمار ۱۱ درصدی سال ۹۴ شاهد رشد ۳ درصدی بوده ایم.

رشد ۱۴۰ درصدی درآمد بازی های بومی

وی همچنین افزود: رشد ۳ درصدی مربوط به حجم بازار بازی های رایانه ای از نظر درآمد ریالی، باعث رشد ۱۴۰ درصدی درآمد بازی های بومی شده است.

سرانه مطالعه ۱۲ دقیقه؛ سرانه بازی ۳۱ دقیقه

سیدحسینی و مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال نیز در این نشست با اشاره به رشد خیره کننده بازی های رایانه ای در قیاس با دیگر رسانه ها در جهان گفت تاگر بخواهیم آمار ۳۱ دقیقه ای سرانه استفاده از بازی های رایانه ای را با سرانه مطالعه که به تازگی از سوی وزارت ارشاد ۱۲ دقیقه اعلام شد مقایسه کنیم، شاهد تفاوت چشمگیری خواهیم بود. به گفته وی هم اکنون از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر استفاده کننده بازی های رایانه ای هستند که از این جمعیت گیر، ۶۶ درصد زیردبیلیم هستند و تنها یک درصد تحصیلات دکترا و بالاتر دارند.

کدام استان ها بیشترین گیر را دارند؟

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای همچنین چهار استان تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس را استان های دارای بیشترین گیر در ایران معرفی کرد. وی همچنین افزود: از میان گیرها ۷۸ درصد مجرد، ۱۵ درصد متأهل با فرزند و ۷ درصد متأهل بدون فرزند بوده اند و نکته جالب این که در میان متأهلان با فرزند، درصد مادران بازیکن بیشتر از پدران بوده است. همچنین طبق آمار ها، از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی در سال ۹۶، ۱۸ درصد بازی را خریده و بقیه از بازی های رایگان استفاده کرده اند.



## نشست خبری انتشار اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال برگزار شد؛ تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۹۶/۱۱/۲۷-۹۶/۱۱/۲۸)

ایرانیان\_صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیر ماه ملی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت.

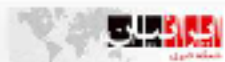
به گزارش شبکه خبری ایرانیان، در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیرها در ایران است منتشر شد. گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند (ادامه دارد ...)





(ادامه خبر ...) از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دبیر، ۱۵ درصد دبیر و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دبیر، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند! در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی در ایران است، بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوییز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را از آن خود کرده اند.

ژانر پرتعداد بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده اسکوپ بازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است. مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتعداد بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.

ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را از طریق این لینک دانلود کنید: <http://direc.ir/?p=۲۳۹۷>



## حالا ۲۸ میلیون ایرانی گیمر هستند (۹۵۶-۹۷/۰۶/۱۱)

در آخرین گزارش منتشر شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای اعلام شد که ایران حالا ۲۸ میلیون گیمر با میانگین سنی ۱۹ سال دارد که نزدیک به نیمی از این تعداد به صورت روزانه بازی های ویدیویی را در اشکال مختلف تجربه می کنند.

به گزارش آی تابناک : گزارش پیشین بنیاد از تعداد گیمرهای ایرانی که مرتبط به سال ۹۴ بود نشان می داد از جمعیت تقریباً ۸۰ میلیونی ایرانی ها، ۲۳ میلیون نفر گیمر هستند. رسیدن این رقم به ۲۸ میلیون نفر نمایانگر رشدی قابل توجه بوده که البته بازی های موبایلی در این میان بی تاثیر نبوده اند. از این تعداد گیمر ایرانی، ۸۸ درصد روی موبایل، ۲۵ درصد روی پی سی و ۱۸ درصد روی کنسول های نظیر پلی استیشن ۴ و ایکس باکس وان بازی می کنند. گیمرها ممکن است روی چندین پلتفرم به انجام بازی بپردازند بنابراین جمع درصدهای فوق فراتر از عدد ۱۰۰ می رود.

سرانه مصرف بازی های دیجیتال، ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است.

با وجود سهم قابل توجه ۲۵ درصدی پی سی از بازار گیم ایران، طبق آمار بنیاد این پلتفرم شاهد افت سالانه ۲۲ درصدی بوده. از آمار ۱۸ درصدی کنسول ها نیز می توان به این نکته پی برد که علاقه زنان نسبت به این پلتفرم بسیار پایین تر از مردان است. ۹۰ درصد کاربران کنسول ها مردها هستند که چنین شرایطی نشان از محبوبیت اندک بازی های بزرگ و کلان بودجه میان زنان ایرانی دارد (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) اما در مجموع کل، ۳۵ درصد از ۲۸ میلیون گیمر ایرانی را حالا دختران تشکیل می دهند و با سهم ۶۵ درصدی مردان، نمی توان گفت بازی صرفاً یک تفریح پسرانه است. ولی با اشاره به میانگین سنی ۱۹ سال گیمرهای ایرانی می شود با قاطعیت از محبوبیت صنعت بازی های ویدیویی میان نوجوانان و کودکان صحبت کرد.

۳۱ درصد گیمرها کمتر از ۱۲ سال سن دارند در حالی که بزرگ ترین قشر گیمرها را با در اختیار داشتن ۲۶ درصد، ۱۲ تا ۱۹ ساله ها تشکیل می دهند. ۲۳ درصد باقی مانده نیز که دیگر سهم بزرگ این جامعه به حساب می آید به ترتیب با نسبت های ۲۶ درصد، ۶ درصد و ۱ درصد میان جوانان (۲۰ تا ۲۴ سال)، میان سالان (۲۵ تا ۵۹) و کهنسالان (بالای ۶۰ سال) توزیع شده است. پراکندگی گیمرها نیز در ۴ شهر تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس بیشتر از دیگر استان ها بود.

۶۵ درصد گیمرهای ایرانی مردان و ۳۵ درصد زنان هستند.

آمار و ارقام مرتبط با گردش مالی این صنعت در ایران نیز قابل توجه است. طبق اطلاعات رسمی بنیاد، فقط در سال گذشته بیش از ۲۰۰ هزار پلی استیشن ۴ در ایران فروخته شده. کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اما می گوید که بیشتر واردات کنسول های بازی به صورت قاچاق است و واردات رسمی کمتر صورت می گیرد.

حجم بازار بازی های ویدیویی در سال ۹۴ برابر با ۴۶۰ میلیارد تومان بود که در گزارش سال ۹۶ به ۹۲۰ میلیارد تومان رسید. یعنی رشد دو برابری در طی دو سال. عمده فروش بازار گیم ایران با سهم ۵۷ درصدی در اختیار کنسول های بازی و سخت افزار مرتبط با بازی بوده که حالا بنا به آخرین دستور وزارت صنعت، معدن و تجارت، واردات آن ها ممنوع شده است.

کریمی قدوسی در ارتباط با ماجرای منع واردات کنسول های بازی در این کنفرانس خبری گفت: «در تلاش هستیم تا با نماینده وزارت صنعت، معدن و تجارت صحبت کنیم اما تاکنون موفق نشده ایم. در تلاش هستیم تا این منع قانونی برداشته شود اما تا به امروز هم واردات به صورت رسمی انجام نمی شد و اکثر کنسول ها به صورت قاچاق وارد بازار می شد».

در محدوده سنی کمتر از ۱۲ سال، تبلت محبوب ترین پلتفرم برای انجام بازی های ویدیویی است.

در سال ۹۴ سهم بازی های ایرانی از بازار گیم کشور ۱۱ درصد بود که در سال ۹۶ این رقم با رشد قابل توجه ۳ درصدی همراه بوده و به ۱۴ درصد رسید. درآمد بازی سازان ایرانی که ۲۳ میلیارد تومان بود حالا به ۵۵ میلیارد تومان رسیده. چنین پیشرفتی به وضوح نمایانگر علاقه مندی گیمرهای ایرانی به تولیدات با کیفیت داخلی است.

سامسونگ محبوب ترین برند موبایل میان گیمرهای ایرانی است.

سامسونگ با حفظ جایگاه همچنان محبوب ترین برند موبایل میان گیمرهای ایرانی است در حالی که سونی و هواوی با تعویض مقام در سال ۹۶ به ترتیب در رتبه های دوم و سوم هستند. لنوو و مایکروسافت نیز مقام های چهارم و پنجم را در اختیار دارند. به طور متوسط گیمرهای ایرانی در طول روز ۹۰ دقیقه بازی می کنند.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران ۷۰ درصد است اما ۸۴ درصد گیمرهای ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد از آن ها به انجام بازی آنلاین می پردازند. برای تأمین اینترنت مورد نیاز برای بازی ها، ۵۹ درصد کاربران از اینترنت سیم کارت و ۲۱ درصد از اینترنت خانگی ADSL بهره می برند.

بخش جالب دیگر گزارش به بازی های محبوب میان گیمرهای ایرانی اختصاص داشت. بازی Clash of Clans در حالی رتبه اول را تسخیر کرده که ۶ سال از انتشار آن می گذرد. سری بازی PES به عنوان محبوب ترین بازی فوتبالی نیز جایگاه دوم را به خود اختصاص داده در حالی که فیفا در مقام پنجم قرار گرفته است.

نکته قابل تأمل این لیست حضور سری بازی GTA در جایگاه سوم است. با وجود ممنوعیت این بازی در داخل کشور اما گویا مانعی بر سر راه گیمرهای ایرانی برای تجربه این بازی وجود نداشته. همچنین در حالی که در اکثر بازی ها، مردان جمعیت غالب را تشکیل می دهند اما بازی Pou با اختلافی بسیار زیاد میان زنان محبوبیت بالایی دارد.

سرانه مصرف بازی های ویدیویی دوبرابر سرانه مطالعه ایرانیان است.

محبوب ترین بازی ایرانی سال ۹۶ هم بازی باقلوا بوده که سازندگان آن ها هم اکنون با بازی امیرزا در حال تجربه موفقیت عظیم دیگری هستند. در جایگاه دهم نیز دومین بازی ایرانی یعنی کوپیز او کینگز دیده می شود. لیست ۱۰ بازی محبوب میان گیمرهای ایرانی به این شرح است:

Clash of Clans

سری Pro Evolution Soccer یا PES

سری Grand Theft Auto یا GTA

سری Counter-Strike

سری FIFA

باقلوا

Clash Royale

سری Call of Duty

Pou

کوپیز او کینگز

منبع: دیجیاتو

## درآمد بازی های ایرانی در دو سال ۱۴۰ درصد رشد کرد

نتیجه جدیدترین پیمایش از وضعیت بازی های رایانه ای در سراسر کشور نشان می دهد ۲۸ میلیون نفر از ایرانی ها به طور میانگین روزانه ۹۰ دقیقه بازی می کنند و درآمد بازی های بومی در کشور ۱۴۰ درصد نسبت به دو سال پیش رشد کرده است.

فناوران - روز گذشته نتایج پیمایش جدید بنیاد ملی بازی های رایانه ای که هر دو سال یک بار صورت می گیرد، در نشستی خبری تشریح شد. حسن کریمی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این نشست گفت: ما کسی را در این گزارش بازیکن فرض کرده ایم که حداقل یک ساعت در هفته با حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی های دیجیتال شامل موبایل، رایانه و کنسول بازی کند.

طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آنها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند که نسبت به پیمایش سال ۹۴ تغییر خاصی نکرده است. از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

وی افزود: برخلاف روندهای جهانی، سن بازیکنان ایرانی کاهش یافته و میانگین آن به ۱۹ سال رسیده است. برای مثال این میانگین در آمریکا ۳۵ سال است. این موضوع هم می تواند فرصت و هم تهدید باشد. تهدید آن این است که هرچه سن بازیکنان کمتر باشد، سواد لازم برای استفاده صحیح از بازی وجود ندارد و انتخاب ها ناآگاهانه تر است.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: میان بازیکنان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

کریمی گفت: از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند.

وی گفت: میزان سرانه بازی نیز ۳۱ دقیقه در روز است که در مقایسه با سرانه خواندن کتاب (۱۲ دقیقه در روز) رقم بسیار بالاتری است و باید توجه ویژه ای به اثرگذاری حوزه بازی های رایانه ای داشت.

آمار و ارقام بازار بازی های رایانه ای

آمار و ارقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای نشان می دهد بازار این حوزه رشد دو برابری و بازار بازی های بومی رشد کریمی قدوسی در این باره گفت: حجم بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود. این میزان در سال ۹۴ حدود ۴۶۰ میلیارد تومان بود که در نتیجه حجم بازار دو برابر شده است. وی افزود: از سهم سخت افزار در این بازار ۴۶۰ میلیارد تومان یعنی ۵۷ درصد بوده که ۳۰۰ میلیارد تومان آن سهم به تنهایی سهم کنسول PS۴ است. بنابراین بیش از ۲۰۰ هزار دستگاه PS۴ در سال ۹۶ در ایران به فروش رفته است.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: سهم بازی های رایانه ای بومی (بازی های ساخت ایران یا بومی شده) ۵۵ میلیارد تومان برابر با ۶ درصد از حجم بازار و ۱۴ درصد از حجم فروش خود بازی است که نشان دهنده رشد ۱۴۰ درصدی درآمد بازی سازان در مقایسه با سال ۹۴ است.

تفکیک تحصیلی و سنی بازیکنان

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهشی بنیاد ملی بازی های رایانه ای اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد.

وی گفت: اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

معاون پژوهشی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آنها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناسی ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آنها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و ۶ درصد متأهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

حسینی گفت: میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلاً به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تا حدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

محبوب ترین بازی ها و ژانرها

معاون پژوهشی بنیاد گفت: براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرطرفدارترین بازی در ایران است. بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرطرفدار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، یو و کوییز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرطرفدار ایرانی را از آن خود کرده اند.

به گفته وی ۵ ژانر پرطرفدار بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دونده/سکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب

حسینی با بیان اینکه سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است گفت در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرطرفدار بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هوواوی، لنوو و مایکروسافت است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) معاون پژوهشی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است، گفت: در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آنها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت میان بازیکنان باید به این نکته پرداخت که ۵۹ درصد آنها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حسینی ادامه داد: حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

معاون پژوهشی بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که در مقایسه با سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

وی افزود: از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

به گفته وی میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی هایی هستند که ژسوی خریداران ایرانی تهیه شده اند.

دلیل کاهش جامعه آماری پیمایش

حسینی در پاسخ به قناوران درباره اینکه چرا جامعه آماری این پیمایش در سال ۹۴ پانزده هزار نفر و اکنون ۸ هزار نفر بوده است گفت: در آن زمان ما یک جامعه آماری ۵ هزار نفره ملی داشتیم. با این حال برای آن که آمارمان در یازده کلان شهر بزرگ دقت بیشتری داشته باشد، یک جامعه آماری ۱۰ هزار نفره نیز انتخاب کردیم.

وی افزود: با توجه به افزایش جامعه آماری ملی ما به ۸ هزار نفر، عملاً نیازی به اختصاص جامعه آماری ویژه برای کلانشهرها نبود! همچنین مطمئن باشید جامعه آماری ما با استانداردهای جهانی هم خوانی دارد و در تمام روستاها و شهرها به صورت حضوری و با تبلت، این آمار استخراج شده است.

بنیاد ممنوعیت صادرات و واردات بازی را پیگیری می کند

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای همچنین در این نشست درباره ممنوعیت صادرات بازی های با پرداخت درون برنامه ای گفت: در این ممنوعیت در واقع صادرات بازی هایی که با استفاده از سکه و پول بازی می شوند آمده است. در واقع حساس ما این است که منظور صادرات بازی های Arcade یا همان دستگاه هایی که در شهر بازی ها با ژتون مورد استفاده قرار می گیرند باشد.

وی افزود: برای پیگیری این موضوع در تلاشیم با نماینده وزارت صنعت در این خصوص صحبت کنیم اما هنوز موفق به این کار نشده ایم.

کریمی قدوسی درباره ممنوعیت واردات کنسول بازی به کشور گفت: این کنسول ها نمونه داخلی ندارند و بنابراین قاعدتاً نباید واردات آنها ممنوع شود که این موضوع را نیز پیگیری می کنیم.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد البته می دانید که کنسول بازی عمدتاً از مجاری غیرقانونی وارد کشور شده و بخش عمده ای از آن قاچاقی است.



## ۳۱ دقیقه بازی علیه ۱۲ دقیقه مطالعه نیست

علی اسلان شهلا- یکی از معدود بخش هایی که آمار قابل اتکایی از حوزه خود ارائه می کند، بنیاد ملی بازی های رایانه ای است. پیمایش های این نهاد هر دو سال یک بار، به همه نشان می دهد بازی های ویدیویی در کشور چقدر طرفدار دارد و وضعیت بازی سازها و بازیکنان در آن چیست.

@Alishahla۱۳

در آخرین گزارش این نهاد که مربوط به پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ است، سرانه بازی ایرانی ها در روز ۳۱ دقیقه است که در مقایسه با سرانه مطالعه ۱۲ دقیقه ای کتاب، بیش از ۵/۲ برابر است.

اگر هم صرفاً میانگین میزان بازی ۲۸ میلیون گیمر ایرانی را در نظر بگیریم، این عده روزی ۹۰ دقیقه بازی می کنند. با توجه به اینکه متوسط سن گیمرها ۱۹ سال اعلام شده است، می توان اینطور نتیجه گرفت که برای برقراری ارتباط با مخاطبان نوجوان و جوان، اکنون بازی های رایانه ای اگر موثرترین راه موجود نباشد، اما قطعاً از کتاب و تلویزیون محبوبیت بیشتری دارد.

از سوی دیگر سهم بازار بازی های ایرانی افزایش یافته است و این موضوع نشان می دهد، بازی سازان کشور توان لازم برای رقابت با بازی های خارجی را دارند. به ویژه اینکه با توجه به افزایش قیمت ارز، هزینه بازی های پولی خارجی بیش از پیش افزایش می یابد.

دیروز که این آمارها را برای برخی دوستان بازگو می کردم، بابت نسبت سرانه بازی به کتاب، سری به تاسف تکان می داند. اما به نظرم چندان جای تاسف خوردن ندارد. بازی تعاملی ترین رسانه در برقراری ارتباط با مخاطبان است و به همین دلیل هم در همه دنیا از محبوبیت بالایی برخوردار است. علاوه بر آن که فرستنده پیام، می تواند با استفاده از نوشته، صوت و تصویر متحرک با مخاطب ارتباط برقرار کند که، مخاطب نیز به طور فعالانه با این رسانه ارتباط دارد.

در چنین شرایطی و با توجه به اینکه برخلاف دنیا میانگین سنی بازیکنان ایرانی بسیار پایین است، بهترین فرصت برای ارتباط با نسل جوان فراهم شده است. اگر سرانه مطالعه در کشور ۱۲ دقیقه است، ۹۰ دقیقه از وقت گیمرهای جوان، در اختیار بازی سازان قرار دارد که بتوانند اعتماد به نفس، (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) خودباوری، دانش و شادی مخاطبان شان را افزایش دهند و چه خوب خواهد بود نویسندگان و اندیشمندان، همکاری های خود را با بازی سازان ایرانی آغاز کنند تا سناریو ها و داستان های بهتر و جذاب تری برای بازی های ایرانی نوشته شود.

دست آخر باید این نکته را تاکید کنیم که منظورم از این یادداشت این نیست که نهادهای شبهه دولتی با بودجه های کلان، وارد این صنعت شده و شروع به ساخت بازی های «ارزشی» یا «فکر» کنند. البته تشویق بازی سازان به حضور در این حوزه خوب است اما پول و دستور، همان طور که در صنعت فیلم سازی محصولات خوبی را به دنبال نداشته، در صنعت بازی سازی هم چندان موثر نیست.

اکنون بازی هایی چون امیرزا و Quiz of king در کشور محبوبیت زیادی پیدا کرده اند و در بسیاری از خانواده ها، حداقل یک نفر آنها را بازی می کند بازی هایی که در یکی دانش عمومی و در دیگری دامنه لغات افراد را افزایش داده و ذهن را درگیر خود می کند.

با توسعه فناوری و تکنولوژیکی می توان انتظار داشت در سال های آینده شاهد ساخت بازی های موفقتری در ژانرهایی چون اکشن نیز باشیم. ژانرهایی که می تواند هم در بازارهای داخلی و هم در بازارهای خارجی محبوبیت زیادی داشته باشد.



### شمار بازیکنان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۶-۱۳۹۵)

ایستانیوز:طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند؛ به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بازارهای مالی (ایستانیوز) به نقل از ایسا، صبح امروز یکشنبه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - و سیدمحمدعلی سیدحسینی - معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور - اعلام شد.

در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است، منتشر شد. اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلقینی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۳۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، شش درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد از پلت فرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلت فرم کنسول استفاده می کنند؛ در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاب، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و دو درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سیدمحمدعلی سیدحسینی، اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، شش درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، دو درصد کارشناسی ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی در ایران است؛ بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوئیز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را از آن خود کرده اند. پنج ژانر پرتعداد بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دونه اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتعداد بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هوآوی، لنوو و مایکروسافت است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیب کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، پنج درصد از اینترنت WiMAX و یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود شش درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.



## مرکز دایرک منتشر کرد؛ بازار بازیهای رایانه ای ۹۶ زیر ذره بین / رشد ۴۰ درصدی در آمد بومی ها (۱۳۹۶-۱۳۹۷)

گزارش نهایی پیمایش دوسالانه مرکز پژوهش های بنیاد ملی بازی های رایانه ای با عنوان «تمای باز ۱۳۹۶» شامل داده های آماری بازار مصرف بازی های دیجیتال در ایران، منتشر شد.

به گزارش خبرنگار مهر، در نشست خبری صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیرماه، با حضور حسن کریمی قنوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سیدمحمدعلی سیدحسینی مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) از تازه ترین گزارش این مرکز با عنوان «تمای باز ۱۳۹۶» رونمایی شد.

«تمای باز» عنوان پیمایشی است که به صورت دوسالانه از سوی مرکز دایرک با هدف ارائه گزارشی آماری از وضعیت مصرف بازی های رایانه ای در کشور منتشر می شود.

در ابتدای این نشست خبری، حسن کریمی قنوسی با اشاره به اینکه «هر دو سال یک بار پیمایشی در کشور برای تعیین وضعیت مصرف بازی های دیجیتال صورت میگیرد» گفت: گزارش قبلی بنیاد در این زمینه در سال ۹۴ تهیه شد و طی سال گذشته هم پیمایش جدید با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه تیلی و غیر کاغذی در سراسر کشور و حتی شهرهای کوچک و روستاها صورت گرفت. امروز حاصل این کار پژوهشی بنیاد رسماً منتشر می شود و این گزارش تا دو سال آینده شاخص تصمیم گیری و سیاست های ما در حوزه بازی های رایانه ای خواهد بود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه به ارائه برخی شاخص های مهم آماری ارائه شده در این گزارش پرداخت و گفت: نرخ رشد مرکب تعداد بازیکنان ها نسبت به دوره پیمایشی گذشته ۱۲ درصد بوده است که این رشد طی دو سال می تواند بیانگر گسترش استفاده از گوشی های هوشمند و تبلت و دسترسی ساده تر به بازی ها باشد.

به گفته کریمی قنوسی از مجموع ۲۸ میلیون گیمر ایرانی در سال ۹۶، ۷۴ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد حرفه ای محسوب می شوند که این آنالیز به تازگی به گزارش «تمای باز» افزوده شده است.

خداحافظی گیمرها از رایانه های شخصی

کاهش نرخ رشد استفاده از رایانه های شخصی در قیاس با دو پلتفرم دیگر یعنی «گوشی های هوشمند» و «کنسول های خانگی» از دیگر سرفصل هایی بود که کریمی قنوسی به آن اشاره کرد و در ادامه افزود: در میان سه پلتفرم بازی، در این دو سال شاهد رشد ۱۹ درصدی استفاده از کنسول های خانگی هستیم که سهم بیشتر در این رشد را هم آقایان داشته اند و این به معنای مردانه بودن بازار استفاده از کنسول های خانگی است.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نسبت تفکیک جنسیتی گیمرها در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ را مشابه و بدون تغییر مشهود توصیف کرد و گفت: تغییر مهمی که در ترکیب گیمرها شاهد بوده ایم که اتفاقاً برخلاف روندهای جهانی هم بوده تغییر میانگین سنی بازیکنان است. در سال ۹۴ میانگین سنی گیمرها ۲۱ سال بوده که این میانگین سنی در سال ۹۶ به ۱۹ سال رسیده است که این نشان دهنده کاهش سن بازیکنان است که این برخلاف روند جهانی است و در این زمینه شاید بتوان عواملی همچون فراگیری تلفن هوشمند و تبلت و نیز نسبت متفاوت رشد جمعیتی در ایران به نسبت کشورهای غربی و اروپایی را موثر دانست. کدام استان ها بیشتر گیمر را دارند؟

کریمی قنوسی در ادامه چهار استان تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس را استان های دارای بیشتر گیمر در ایران معرفی کرد.

براساس گزارش «تمای باز ۹۶» حجم گردش مالی بازار بازی های رایانه ای ایران در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که در این زمینه با توجه به ثبت رقم ۴۶۰ میلیاردتومانی در سال ۹۴، شاهد رشد بیش از دو برابر در این زمینه بوده ایم. کریمی قنوسی درباره جزئیات آماری این گردش مالی گفت: بیشتر سهم در این بازار مربوط به خرید سخت افزار بوده و در میان سخت افزارها هم بیشترین خرید مربوط به پلی استیشن ۴ بوده است. نکته تاسف انگیز این است که اکثر این کنسول ها به صورت قاچاق در بازار عرضه شده است.

وی به سهم ۵۸ درصدی بازی های موبایلی در بازار بازی های دیجیتال هم اشاره کرد و گفت: در سال ۹۶ حدود ۱۴ درصد درآمد بازی ها مربوط به بازی های بومی بوده که به نسبت به آمار ۱۱ درصدی سال ۹۴ شاهد رشد ۳ درصدی بوده ایم و این آمار امیدوارکننده است. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) رشد ۱۴۰ درصدی درآمد بازی های بومی کریمی قدوسی توضیح داد که این رشد ۳ درصدی مربوط به سهم از کل گردش مالی بازار بازی ها است و با توجه به افزایش حجم دوبرابر این بازار که در همین گزارش به آن اشاره شده، می توان گفت از نظر درآمد ریالی، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را تجربه کرده اند. در ادامه این نشست سیدمحمد علی سیدحسینی هم به ارائه توضیحات تکمیلی درباره فرآیند استخراج داده ها و تهیه گزارش «تمای باز ۹۶» پرداخت و سپس وعده داد: سه گزارش تمای نزدیک برای سه پلتفرم رایانه های شخصی، تلفن همراه و کنسول ها برای تفسیر گزارش تمای باز در آینده نزدیک منتشر خواهیم کرد.

سرانه مطالعه ۱۲ دقیقه؛ سرانه بازی ۳۱ دقیقه

سیدحسینی افزود: بازی در قیاس با دیگر رسانه ها رشد خیره کننده ای در جهان داشته است و در میزان مصرف هم زمان بیشتری را از کاربران می گیرد. بر همین اساس اگر بخواهیم آمار ۳۱ دقیقه ای سرانه استفاده از بازی های رایانه ای را با سرانه مطالعه که به تازگی از سوی وزارت ارشاد ۱۲ دقیقه اعلام شد مقایسه کنیم، شاهد تفاوت چشم گیری خواهیم بود.

به گفته مدیر دایرک، از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر استفاده کننده از بازی های رایانه ای هستند. تعریف ما از گیم هم افرادی است که حداقل یک ساعت در هفته برای بازی وقت بگذارند.

به گفته سیدحسینی از این جمعیت گیم، ۶۶ درصد زیردبیلیم هستند و تنها یک درصد تحصیلات دکترا و بالاتر دارند.

علاقه بیشتر مادران به بازی

وی به آمار دیگری از بازار بازی های رایانه ای در سال ۹۶ هم پرداخت و گفت: از میان گیمرها ۷۸ درصد مجرد، ۱۵ درصد متأهل با فرزند و ۷ درصد متأهل بدون فرزند بوده اند و نکته جالب اینکه در میان متأهلان با فرزند، درصد مادران بازیکن بالاتر از پدران بوده است.

نکته جالب دیگر در گزارش دایرک هم اینکه از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی در سال ۹۶، ۱۸ درصد اقدام به خرید بازی کرده اند و باقی از بازی های رایگان استفاده می کنند.

تلاش برای خروج دسته کنسول از فهرست اقلام ممنوعه واردات



عصریانگه

## درآمد ۹۲۰ میلیارد تومانی بازار بازی های دیجیتال در کشور (۱۳۹۶-۹۷/۹۸)

طبق یافته های گزارش تمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند؛ به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد.

عصر بانک: حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران»، بیان کرد: ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آنها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند.

در هر خاتوار ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. وی افزود: از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلت فرم موبایل، ۲۵ درصد از پلت فرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلت فرم کنسول استفاده می کنند؛ در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. براساس گزارش منتشر شده در این نشست، بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی در ایران است؛ بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارد. بازی های کاتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، یو و کوییز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را از آن خود کرده اند.

پنج ژانر پرتعداد بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دونه / سکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است. سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتعداد بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هوآوی، لنوو و مایکروسافت است. از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸ / ۱۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹ / ۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و رایانه ای از جمله بازی هایی هستند که از سوی خریداران ایرانی تهیه شده اند.

لایسنس

## رشد ۳ درصدی بازی های بومی رایانه ای (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

بررسی سهم بازی های بومی از ۹۲۰ میلیارد تومان حجم درآمد بازی های رایانه ای کشور در مقایسه با دو سال گذشته از رشد ۳ درصدی حکایت دارد.

پیمایش بازی های رایانه ای هر دو سال یکبار از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با هدف ارائه گزارشی آماری از وضعیت مصرف بازی های دیجیتال و همچنین حجم بازار برگزار می شود. در این آمارها سن بازیکن، ابزار بازی، نوع بازی، شاخصه های مالی و دیگر عوامل مورد مطالعه و بررسی قرار می گیرد. حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای روز یکشنبه در نشست خبری ارائه گزارش این مرکز با عنوان «تمای باز ۱۳۹۶» گفت: افزایش ۹۲۰ میلیارد تومان حجم درآمد این بازار نسبت به ۴۶ میلیارد تومان در پیمایش قبلی به افزایش ۱۴ درصدی سهم بازار ایران نسبت به ۱۱ درصد گذشته منجر شد که با توجه به افزایش حجم دو برابری این بازار، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را از منظر درآمد ریالی تجربه کرده اند. این پیمایش با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه تیلی و غیرکاغذی در سراسر ایران از جمله شهرهای کوچک و روستاها صورت گرفته است که از این آمار ۲۶ هزار نفر بازیکن رایانه ای هستند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: بر پایه نتایج این پیمایش از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی، ۷۶ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد نیز حرفه ای هستند، ۸۸ درصد از بازیکنان نیز از تیلت و گوشی هوشمند خود برای بازی استفاده می کنند. بازیکن رایانه ای در تعاریف تخصصی خود به فردی گفته می شود که دستکم در طول هفته یک ساعت مشغول بازی های رایانه ای باشد. کریمی قدوسی از حضور بیشترین بازیکنان به ترتیب در استان های تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس خبر داد و افزود: میانگین سنی بازیکنان در ایران ۱۹ سال است که نسبت به پیمایش سال ۹۴ که ۲۱ سال بود کاهش یافته است. همچنین شاهد کاهش بازیکنان با رایانه های خانگی هستیم که نشان می دهد دسترسی ساده تر به بازی ها استقبال از گوشی های هوشمند را افزایش داده است البته کودکان علاقه زیادی به بازی کردن در تبلت به جای گوشی های هوشمند دارند.

میانگین سنی بازیکن های رایانه ای در آمریکا ۳۵ سال است که کاهش سن بازیکنان در ایران می تواند به دلیل نبود شناخت آگاهانه در انتخاب نوع بازی در این سن، آسیب هایی را برای فرد به همراه داشته باشد.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای از رشد ۱۹ درصدی استفاده از کنسول های خانگی خبر داد و گفت: آقایان بیشترین سهم را در رشد استفاده در کنسول ها داشتند و این به معنای مردانه بودن بازی کنسول های خانگی است.

بیشترین سهم از ۹۲۰ میلیارد تومان درآمد حجم بازار در پیمایش مربوط به خرید سخت افزارها است و از این میان پلی استیشن ۴ بیشترین فروش را داشته است. این درحالی است که تا به امروز کنسول های بازی کامپیوتری از مجاری غیرقانونی به صورت قاچاق وارد کشور شده است. صنعت بازی سازی در سال های اخیر به یکی از پول سازترین صنایع دنیا بدل شده است و بسیاری از کشورها با سرمایه گذاری در این حوزه تحول شگرفی در اقتصاد خود به وجود آوردند و توجه بسیاری از اقتصاددانان در جهان را به خود جلب کرده است.

صنعت بازی های ویدیویی در جهان در سال ۲۰۱۱ افزایش ۶۸ درصدی را در نرخ فروش تجربه کرد و در سال ۲۰۱۵ به یک صنعت ۸۲ میلیارد دلاری تبدیل شده است.

سرايه استفاده از بازی های رایانه ای ۳۱ دقیقه است در حالی که سرايه مطالعه که به تازگی از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اعلام شده ۱۲ دقیقه است. منبع: خبرگزاری ایرنا

پیمایش بازی های رایانه ای هر دو سال یکبار از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با هدف ارائه گزارشی آماری از وضعیت مصرف بازی های دیجیتال و همچنین حجم بازار برگزار می شود. در این آمارها سن بازیکن، ابزار بازی، نوع بازی، شاخصه های مالی و دیگر عوامل مورد مطالعه و بررسی قرار می گیرد. حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای روز یکشنبه در نشست خبری ارائه گزارش این مرکز با عنوان «تمای باز ۱۳۹۶» گفت: افزایش ۹۲۰ میلیارد تومان حجم درآمد این بازار نسبت به ۴۶ میلیارد تومان در پیمایش قبلی به افزایش ۱۴ درصدی سهم بازار ایران نسبت به ۱۱ درصد گذشته منجر شد که با توجه به افزایش حجم دو برابری این بازار، بازی های بومی رشد ۱۴۰ درصدی را از منظر درآمد ریالی تجربه کرده اند. این پیمایش با استفاده از ۸ هزار پرسشنامه تیلی و غیرکاغذی در سراسر ایران از جمله شهرهای کوچک و روستاها صورت گرفته است که از این آمار ۲۶ هزار نفر بازیکن رایانه ای هستند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: بر پایه نتایج این پیمایش از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی، ۷۶ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد نیز حرفه ای هستند، ۸۸ درصد از بازیکنان نیز از تیلت و گوشی هوشمند خود برای بازی استفاده می کنند.

بازیکن رایانه ای در تعاریف تخصصی خود به فردی گفته می شود که دستکم در طول هفته یک ساعت مشغول بازی های رایانه ای باشد. کریمی قدوسی از حضور بیشترین بازیکنان به ترتیب در استان های تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس خبر داد و افزود: میانگین سنی بازیکنان در ایران ۱۹ سال است که نسبت به پیمایش سال ۹۴ که ۲۱ سال بود کاهش یافته است. همچنین شاهد کاهش بازیکنان با رایانه های خانگی هستیم که نشان می دهد دسترسی ساده تر به بازی ها استقبال از گوشی های هوشمند را افزایش داده است البته کودکان علاقه زیادی به بازی کردن در تبلت به جای گوشی های هوشمند دارند.

میانگین سنی بازیکن های رایانه ای در آمریکا ۳۵ سال است که کاهش سن بازیکنان در ایران می تواند به دلیل نبود شناخت آگاهانه در انتخاب نوع بازی در این سن، آسیب هایی را برای فرد به همراه داشته باشد.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای از رشد ۱۹ درصدی استفاده از کنسول های خانگی خبر داد و گفت: آقایان بیشترین سهم را در رشد استفاده در کنسول ها داشتند و این به معنای مردانه بودن بازی کنسول های خانگی است.

بیشترین سهم از ۹۲۰ میلیارد تومان درآمد حجم بازار در پیمایش مربوط به خرید سخت افزارها است و از این میان پلی استیشن ۴ بیشترین (ادامه دارد ..)



(ادامه خبر ...) فروش را داشته است این درحالی است که تا به امروز کنسول های بازی کامپیوتری از مجاری غیرقانونی به صورت قاچاق وارد کشور شده است. صنعت بازی سازی در سال های اخیر به یکی از پول سازترین صنایع دنیا بدل شده است و بسیاری از کشورها با سرمایه گذاری در این حوزه تحول شگرفی در اقتصاد خود به وجود آوردند و توجه بسیاری از اقتصاددانان در جهان را به خود جلب کرده است. صنعت بازی های ویدیویی در جهان در سال ۲۰۱۱ افزایش ۶۸ درصدی را در نرخ فروش تجربه کرد و در سال ۲۰۱۵ به یک صنعت ۸۲ میلیارد دلاری تبدیل شده است. سرانه استفاده از بازی های رایانه ای ۳۱ دقیقه است در حالی که سرانه مطالعه که به تازگی از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اعلام شده ۱۲ دقیقه است. منبع: خبرگزاری ایرنا



### تعداد مصرف کنندگان بازی های رایانه ای کشور به ۲۸ میلیون نفر رسید (۱۳۹۶-۹۷/۱۳۹۷-۹۸)

صبح امروز یکشنبه ۱۰ تیر ماه طی نشست خبری «انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران» با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است منتشر شد. گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود. پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و ۶ درصد متأهل بدون فرزند هستند.

تیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند!

در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتطرفدارترین بازی در ایران است. بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتطرفدار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال او دیوتی، پو و کوییز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتطرفدار ایرانی را از آن خود کرده اند.

ژانر پرتطرفدار بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده/اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتطرفدار بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند. ریز اطلاعات بیان شده در نشست خبری به همراه اینفوگرافیک، نمودارها و توضیحات تفصیلی در گزارش نمای باز ۹۶ منتشر شده است که می توانید آن را از طریق لینک زیر دانلود کنید:

<http://direc.ir/?p=۲۳۹۷>



### حسن کریمی قدوسی: کافه بازار به دنبال واردات بازی است (۱۳۹۶-۰۷/۰۹/۱۱)

حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای می گوید حضور کافه بازار در نمایشگاه TGC ۲۰۱۸ به دلیل رویکرد واردات بازی های خارجی به ایران لغو شده و ارتباطی با انتقاد مدیرعامل کافه بازار از TGC ندارد. کافه بازار ساعتی پیش اعلام کرد این نمایشگاه را تحریم خواهد کرد. مدیرعامل بنیاد در ارتباط با ایمیلی که امین امیرشریفی در توئیتر خود منتشر کرده گفت: «من اصلاً در جریان متن ایمیلی که برای شرکت کننده های کافه بازار ارسال شده نبودم اما دلیل ارسال چنین ایمیلی به رویکرد کلی کافه بازار برمی گردد. آن ها قصد دارند بازی های خارجی را وارد ایران کنند در حالی که ما در سال حمایت از کالای ایرانی هستیم و TGC هم با هدف صادرات برگزار می شود.»

در حالی که متن ایمیل به وضوح به انتقاد امیرشریفی نسبت به هزینه های برگزاری رویداد TGC اشاره دارد، کریمی قدوسی می گوید دلیل لغو بلیت شرکت کنندگان کافه بازار اصلاً انتقاد آن ها نیست؛ «ناشران خارجی فرصت محدودی برای برگزاری جلسات در این دو روز دارند، ما میلیاردها هزینه کردیم بنابراین نباید کسانی که قصد بهره برداری از نمایشگاه در جهت واردات بازی دارند فرصت استقانه را از دست بدهند.»

در آخرین کنفرانس خبری بنیاد ملی بازی های رایانه ای به وضوح اعلام شده بود که ناشران خارجی حاضر در رویداد TGC پروانه انتشار از بنیاد دریافت نخواهند کرد؛ «در نهایت هم واردات بازی های خارجی به ما ختم می شود. اگر جلسات کافه بازار انجام شود و آن ها به نتیجه برسند، ما در نهایت مجوز وارد کردن بازی ها را نمی دهیم.»

واکنش امین امیرشریفی اما همراه با تعجب است: «لایحه تیت خوانی کرده اند. از کجا می فهمند که ما می خواهیم چه کار کنیم و با ناشران چه صحبتی داشته باشیم؟ ما علی رغم انتقادها همیشه در رویدادها حاضر هستیم. با بازی سازان داخلی همیشه صحبت می کنیم تا با بهره گیری از ارتباطمان به آن ها کمک کنیم بازی هایشان را به بازار بین المللی صادر کنند. بنابراین از کجا متوجه شده اند رویکرد ما در TGC واردات بوده؟»

برخلاف ادعای کریمی قدوسی که می گوید متن ایمیل را ندیده، امیرشریفی می گوید: «به نظرم اتفاقاً متن ایمیل صحیح است و حرف های مدیرعامل بنیاد بهانه است. چطور سال گذشته آقای کریمی قدوسی اصرار داشت ما اسپانسر TGC باشیم و به برگزاری آن کمک کنیم اما امسال حضور ما مضر است؟» نمایشگاه TGC ۲۰۱۸ آخر هفته پیش رو در تاریخ ۱۴ و ۱۵ تیرماه در سالن همایش های صدا و سیما برگزار می شود.



### رویداد TGC ۲۰۱۸ به چه هدفی برگزار می شود؟ (۱۳۹۶-۰۷/۰۹/۱۱)

چند روزی تا آغاز رویداد TGC ۲۰۱۸ باقی نمانده و هنوز اختلاف نظرهای گوناگونی پیرامون مفید بودن برگزاری چنین نمایشگاهی برای صنعت بازی سازی ایران وجود دارد. با وجود نقاط ضعف و قوت بسیار نمایشگاه سال گذشته، واکنش ها نسبت به نمایشگاه TGC ۲۰۱۷ عمدتاً مثبت بود. در ادامه به مرور اهداف این نمایشگاه می پردازیم تا بدانیم چرا این نمایشگاه بین المللی تجاری و البته پرهزینه به سال دوم رسیده است.

صنعتی که هنوز ناشناخته است زمانی که بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای برگزاری اولین دوره از TGC با کمپانی گیم کانکشن فرانسه به توافق رسید، یکی از اصلی ترین دلایل برگزاری چنین نمایشگاهی، آشنا شدن ناشرین خارجی با صنعت بازی سازی در ایران بود تا راه برای حضور بازی سازان داخلی در بازارهای بین المللی فراهم شود.

حقیقت این است که با وجود حضور نیروهای با استعداد ایرانی در حوزه بازی سازی، به جز مواردی اندک، شرکت های بازی سازی ایرانی در ورود به بازارهای جهانی، توفیق چندانی پیدا نکرده اند.

عمر صنعت بازی سازی در ایران کمی بیشتر از یک دهه است و به همین جهت بسیاری از کمپانی های بزرگ خارجی به طور کل از وجود چنین صنعتی در ایران بی خبر هستند. این بی خبری باعث شده تا با وجود بازی های ایرانی با کیفیتی که با یک جستجو ساده در مارکت های ایرانی آن ها را پیدا خواهید کرد، تقریباً هیچکدام وارد بازارهای جهانی نشوند.

با برگزار شدن سال اول این رویداد، برخی از کمپانی های خارجی حاضر در نمایشگاه از سطح بالای بازی سازی در ایران تعجب کردند و قطعاً چنین اتفاقی روی دید جامعه جهانی فعالین بازی های ویدیویی نسبت به ایران تاثیر مثبتی گذاشته و افزایش ثبت درخواست سخراتی در TGC ۲۰۱۸ هم (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ... گواهی بر صحیح بودن این ادعا است.

۲۰۱۷ TGC در واقع پلی بود که جدا از باز کردن پای تعدادی از بازی سازان خارجی به ایران، شرایط حضور در یک رویداد سطح بالا را برای بسیاری از بازی سازان کوچک و بزرگی که چنین تجربه ای نداشتند فراهم می کرد.

یکی از اصلی ترین انتقادهای وارد به TGC پارسال کم بودن تعداد قراردادهای تجاری بسته شده میان خریداران بین المللی بازی ها و بازی سازان ایرانی برمی گشت. با توجه به هزینه های صورت گرفته، انتظار می رفت قراردادهای بیشتری منعقد شود اما گویا دو تیم بازی سازی فقط به چنین دستاوردی رسیده اند. همان طور که پیش از این گفتیم، صنعت بازی سازی در داخل کشور ما ناشناخته بوده و این ناشناختگی خود را در بخش هایی مانند نحوه صحیح مذاکره با خریداران بین المللی هم نشان می دهد و عنصر کم تجربگی تیم های داخلی در مذاکره با شرکت های خارجی قطعاً روی کم بودن قراردادهای تجاری بسته شده در TGC ۲۰۱۷ بی تاثیر نیست.

حال که این رویداد آموزشی و تجاری به سال دوم خود رسیده و سابقه بنیاد ملی بازی های رایانه ای در برگزاری و سابقه بازی سازان از حضور در چنین رویدادی بیشتر از گذشته شده، می توان انتظار ثمربخشی بیشتری از برگزاری چنین رویدادی برای صنعت گیم ایران داشت. همچنین انتشار کتابچه آموزشی «توجه معرفی یک بازی به ناشر در ۳۰ دقیقه» که با همکاری دیجیاتو انجام گرفته، نشان از این موضوع دارد که بنیاد ملی بازی های رایانه ای با دید جدی تری نسبت به افزایش قراردادهای تجاری منعقد شده در TGC امسال تلاش می کند.

آموزشی در سطح جهانیتر TGC ۲۰۱۸ شاهد ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی خواهیم بود که ۷۲ کنفرانس را در ۵ موضوع اصلی تجاری، تولید، فناوری، هنری و طراحی برگزار خواهند کرد. درصد بالایی از این سخنران ها سابقه قابل دفاعی در زمینه تخصصی خود دارند و بین آن ها نام هایی از کمپانی های بزرگی مانند پویسافت، اسکورتیکس و الکترونیک آرتز هم دیده می شود.

جدا از کنفرانس ها، روز چهارشنبه همین هفته و قبل از آغاز رسمی این رویداد، پنج کلاس تخصصی با محوریت موضوعات مهم و روز بازی سازی دنیا و به دست مدرسان شناخته شده در سطح ایران و جهان برگزار خواهد شد.

علاوه بر این که برگزاری این کنفرانس ها و کلاس ها، بهانه ای برای بحث و تبادل نظر میان فعالین حوزه های مختلف بازی سازی در داخل کشور می شود، زمینه مناسبی برای آموزش و به روز شدن سطح بازی سازی در داخل کشور نیز خواهد بود.

البته باید به این نکته هم اشاره کرد که شرکت در چنین کلاس ها و کنفرانس هایی در رویداد های خارج از کشور تنها برای درصد کمی از علاقه مندان فراهم بوده و حضور سخنرانان و مدرسان بین المللی در ایران و نمایشگاه TGC، قطعاً امکان آموزش را بری طیف وسیع تری فراهم کرده و نتایج آن روی آینده بازی سازی کشور هم قابل لمس تر خواهد بود.

اتحاد در شرایط حساس فلیچرخرج ایالات متحده از برجام و تحریم های غیرمنصفانه این کشور قطعاً می تواند تاثیر قابل توجهی روی صنعت بازی سازی کشور ما بگذارد. جدا از تغییر قیمت ارز و افزایش قیمت ناگهانی کنسول ها و بازی های ویدیویی، این قضیه روی حضور کمپانی های بزرگ بازی سازی در ایران هم تاثیر گذار خواهد بود.

به گفته علی فخار، مدیر روابط عمومی تی جی سی، همین حالا کمپانی شریک بنیاد ملی بازی ها در برگزاری این رویداد یعنی گیم کانکشن فرانسه، نگران تحریم های احتمالی است و حتی به دلیل قانون لنو ویزای آمریکایی شهروندان کشورهای دیگر در صورت ورود به ایران، بعضی از دعوت شدگان از حضور در رویداد منصرف شده اند.

در حال حاضر رویداد تی جی سی، بزرگ ترین رویداد آموزشی تجاری مرتبط با بازی های ویدیویی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا به شمار رفته و قطعاً یکی از بهترین راه های فعالین بازی سازی برای ورود به بازارهای بین المللی خواهد بود.

مدتی پیش و در آخرین گزارش منتشر شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای اعلام شد که ایران ۲۸ میلیون گیمر با میانگین سنی ۱۹ سال دارد و نزدیک به نیمی از این تعداد به صورت روزانه بازی های ویدیویی را در اشکال مختلف تجربه می کنند.

همه می دانیم که چنین ظرفیت هایی چه در تمدد مخاطبان و چه استعدادهای بازی سازی، در کشورهای همسایه وجود ندارد اما آن ها از لحاظ زیرساخت ها، بسیار از ما جلو هستند.

در حال حاضر، شعبه های مختلفی از کمپانی های بزرگ گیم در کشورهای حوزه خلیج فارس وجود دارند و شاید برگزاری رویدادی مانند TGC تنها نقطه قوت ما نسبت به آن ها باشد. ذات نمایشگاه TGC برای عمده فعالان حوزه بازی سازی قابل دفاع است اما اینکه هزینه های برگزاری این رویداد، به نسبت خروجی آن قابل دفاع باشد یا خیر ماجرای کاملاً متفاوتی است.



## بنیاد ملی بازی های رایانه ای (۹۷/۰۱/۱۱ - ۹۷/۰۴/۰۴)

بازی های ویدیویی و رایانه ای به لحاظ تأثیرگذاری خود در زمینه فرهنگ سازی، رشد و تکوین شخصیت فرهنگی و علمی و ایفای نقش های آموزشی و کمک آموزشی و همچنین پر کردن بخشی از اوقات فراغت گروه های سنی مختلف جامعه از جایگاه ویژه ای و مهمی برخوردار می باشند.

مقدمه

شبکه اطلاع رسانی روابط عمومی ایران (شار) - بازی های ویدیویی و رایانه ای به لحاظ تأثیرگذاری خود در زمینه فرهنگ سازی، رشد و تکوین شخصیت فرهنگی و علمی و ایفای نقش های آموزشی و کمک آموزشی و همچنین پر کردن بخشی از اوقات فراغت گروه های سنی مختلف جامعه از (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) جایگاه ویژه ای و مهمی برخوردار می باشند.

بنا به اهمیت مزبور، توجه بیش از پیش به برنامه ریزی برای تولید محصولات فرهنگی جدید (همچون بازی های رایانه ای مناسب) و اهتمام ویژه به امر نخبگان جهت شناسایی و ساماندهی آنان به منظور بهره گیری بهتر از این قشر ممتاز از ضرورت بالایی برخوردار است. بر اساس این ضرورت، بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای برنامه ریزی و حمایت از فعالیت های مرتبط در تمامی زمینه های فرهنگی، هنری و فنی صنعت بازی های ویدئویی و رایانه ای، زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با اهداف و ارکان زیر تأسیس می گردد.

پایگاه اطلاع رسانی: <http://www.irrcg.ir/fa/page/1>

ماده ۱ - نام و نوع بنیاد:

بنیاد ملی بازی های رایانه ای «زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که به اختصار در این اساسنامه «بنیاد» نامیده می شود. این بنیاد مؤسسه ای فرهنگی، هنری، غیرانتفاعی، غیردولتی و ایرانی است که شخصیت حقوقی مستقل دارد و مرکز اصلی آن در شهر تهران است.

ماده ۲ - اهداف تأسیس بنیاد:

تسبیب، تقویت و ترویج مبانی فرهنگی و هویت اسلامی - ایرانی از طریق آیین صنعت بانگه ویژه به کودکان و نوجوانان حمایت کامل از ظرفیت های موجود این صنعت در کشور با رویکرد بومی سازی و تقویت تولیدات داخلی حمایت و نظارت بر گسترش فرآیند تولید، تأمین، واردات، صادرات، آماده سازی، تکثیر و توزیع انواع بازی های ویدئویی و رایانه ای تلاش در جهت تولید و تأمین دانش فنی و نیز امکانات و تجهیزات وابسته به آن در تمامی حوزه ها و قالب متفاوت سخت افزاری و نرم افزاری.

ماده ۳ - وظایف بنیاد:

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 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 با هدف تقویت مبانی نظری، علمی و کاربردی اسلامی و ایرانی در حوزه بازی های رایانه ای

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

ماده ۴ - ارکان بنیاد:

ارکان بنیاد به شرح زیر می باشد: الف: هیئت امنا ب: هیئت مدیره ج: مدیرعامل د: بازرسی ماده ۵ - هیئت امنا: هیئت امنا بنیاد متشکل از نه نفر است که عبارتند از:

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی (رئیس هیئت امنا)

معاون امور سینمایی و سمعی و بصری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

معاون ذریعہ سازمان صداوسیما

رئیس کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان

معاون ذریعہ وزارت آموزش و پرورش

معاون ذریعہ سازمان تبلیغات اسلامی

دبیر شورای عالی اطلاع رسانی

یک نفر کارشناس فرهنگی - هنری آشنا به بازی های رایانه ای به انتخاب شورای هنر

یک نفر متخصص در بازی های رایانه ای به پیشنهاد وزیر علوم، تحقیقات و فناوری تبصره: اعضای هیئت امنا به مدت سه سال و با پیشنهاد بالاترین رده سازمانی ذریعہ وبا حکم وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی منصوب می گردند.

ماده ۶ - وظایف و اختیارات هیئت امنا:

تدوین و تصویب خط مشی ها، سیاست ها و راهبردها و برنامه های کلان بنیاد در چارچوب اهداف و وظایف مصرح در این اساسنامه

بررسی و اعلام نظر در مورد گزارش سالانه هیئت مدیره و بازرسی درباره فعالیت های بنیاد و تصویب آن

بررسی حساب های نهایی و ترازنامه بنیاد براساس گزارش هیئت مدیره و بازرسی درباره فعالیتهای بنیاد و تصویب آن

اتخاذ تصمیم نسبت به افزایش یا کاهش سرمایه بنیاد

تعیین و تصویب حقوق و مزایا و یا حق حضور در جلسات اعضای هیئت مدیره و حقوق و مزایای مدیرعامل و حق الزحمه بازرسی

بررسی و تصویب پیشنهاد هیئت مدیره درخصوص ایجاد شعبه یا شرکت وابسته به بنیاد در داخل یا خارج از کشور

تصویب دستورالعملها، آیین نامه ها و شرح وظایف هیأت مدیره و مدیرعامل و آیین نامه های مالی و معاملاتی، بودجه سالانه و تشکیلات بنیاد (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) پیشنهاد هرگونه تغییر و اصلاح در مفاد اساسنامه جهت تصویب در شورای عالی انقلاب فرهنگی

ماده ۷ - هیئت مدیره:

هیئت مدیره بنیاد مرکب از پنج نفر است (۳ نفر عضو موظف و ۲ نفر عضو غیرموظف) که به پیشنهاد رئیس هیئت امانه و تصویب هیئت امانه انتخاب می شوند. تبصره ۱: اعضا هیئت مدیره در نخستین نشست رسمی از بین خود یک نفر را به عنوان رئیس هیئت مدیره به مدت ۳ سال تعیین خواهند کرد.

تبصره ۲: انتخاب یک فرد به عنوان رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل و نیز انتخاب مجدد آنها بلامانع می باشد.

تبصره ۳: رئیس هیئت امانه حکم اعضای هیئت مدیره و رئیس هیئت مدیره را صادر می کند.

ماده ۸ - مدیر عامل:

مدیر عامل از بین اعضای هیئت مدیره و به پیشنهاد هیئت مدیره و تصویب هیئت امانه برای مدت ۳ سال انتخاب می شود و انتخاب مجدد وی بلامانع است.

تبصره: رئیس هیئت امانه حکم مدیر عامل را صادر می کند.

ماده ۹ - منابع و دارایی های بنیاد:

منابع مالی و داراییهای بنیاد به شرح زیر تأمین می شود:

کمک های دولت و سازمانهای عمومی

اموال منقول، غیرمنقول، وجوه نقدی و هدایا

درآمد ناشی از سرمایه گذاری و ارائه خدمات در چارچوب اهداف و وظائف بنیاد و نیز وجوه حاصله از محل انعقاد قرارداد یا اشخاص حقیقی یا حقوقی

سال مالی بنیاد از اول فروردین ماه لغایت پایان اسفندماه هر سال می باشد.

سال اول از تاریخ ثبت لغایت پایان اسفند همان سال می باشد.

ماده ۱۰ - انحلال بنیاد:

انحلال بنیاد با پیشنهاد هیئت امانه و با تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی است. در صورت انحلال کلیه اموال و دارایی های بنیاد زیر نظر هیئت تسویه منتخب

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی به وزارت مذکور منتقل خواهد شد.

ماده ۱۱

این مصوبه در ۱۱ ماده و پنج تبصره در جلسه ۵۸۴ مورخ ۹/۳/۸۵ به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسید.

## دومین دوره ی Level Up همگام با هیولا؛ این بار نوبت بازی های تحت شبکه پی سی است (۲۲/۱۱/۹۵-۲۲/۱۱/۹۶)

دوره دوم رویداد بازی سازی لول آپ (Level Up) امسال با محوریت بازی های رقابتی و تحت شبکه پی سی (آنلاین یا تحت شبکه آفلاین) برگزار خواهد شد و ثبت نام در آن از امروز آغاز شده و تا ۲۲ تیرماه ادامه پیدا می کند. شمار امسال رویداد لول آپ «تیم بساز، بازی بساز» انتخاب شده که اشاره مستقیمی به نحوه ی برگزاری این رویداد دارد.

به گفته امیرحسین فصیحی، مدیرعامل شرکت فن افزار به عنوان برگزارکننده این رویداد، شمار «تیم بساز، بازی بساز» به این دلیل برگزیده شده تا نگرش گروهی و اهمیت تیم سازی برای بازی سازهای جوان نهادینه شود. با اشاره به آمار منتشر شده پیرامون ۲۸ میلیون گیمر ایرانی توسط تیم پژوهشی بنیاد ملی بازی های رایانه ای و کاهش علاقه مندی گیمرها به پی سی، فصیحی می گوید بازی سازی برای پی سی هنوز هم جدی گرفته می شود و برخلاف دوره قبل، فن افزار حالا هیولا را هم در کنار خود می بیند. به همین جهت برگزارکنندگان رویداد تصمیم گرفته اند تا تمرکز دوره دوم لول آپ فقط روی بازی های پی سی باشد و به جای یک ماه دوره ی گذشته، لول آپ دوم در دو ماه برگزار شود.

به جز تمرکز روی پلتفرم پی سی، فن افزار یک قالب یا تم کلی هم برای ساختار و محتوای بازی ها در نظر گرفته تا همه تیم های بازی سازی در فضای مشخص تری به رقابت بپردازند. بازی ها باید تحت شبکه و چندنفره ی رقابتی باشند و برای تم محتوایی نیز فرهنگ و هنر ایرانی انتخاب شده. فصیحی با اشاره به تولید کم بازی های رقابتی تحت شبکه و تناسب ذاتی آن با پلتفرم پی سی می گوید: «بستر ایده آل برای بازی های چندنفره ی رقابتی، پی سی است. به همین منظور تصمیم گرفتیم امسال تمرکز را روی این بخش از صنعت بازی بگذاریم و تیم های مستقل را تشویق کنیم در این راه قدم بگذارند».

هیولا به عنوان پلتفرم پخش و توزیع بازی های ویدیویی مخصوص پی سی مدتی است که فعالیت خود را آغاز کرده اما جای خالی بازی های آنلاین و چندنفره رقابتی شدیداً در آن حس می شود. بنابراین تصمیم فن افزار در شکل دهی به دومین رویداد لول آپ بسیار هوشمندانه به نظر می رسد. اهمیت این رویداد برای هیولا زمانی به وضوح بالاتری می رسد که فصیحی در پاسخ به دیجیاتو مبنی بر اینکه آیا فن افزار به شکل مستقل یک بازی چندنفره ی رقابتی می سازد یا خیر گفت: «ما این آرزو را داریم، یکی از دلایلی هم که چنین قالبی برای لول آپ امسال برگزیدیم همین است. ولی چون الان درگیر پروژه های خودمان هستیم، فرصت یک پروژه دیگر را نداشتیم. اما آرزوی ما این است که با تیم های جدید آشنا بشویم و حتی با آن ها سر ساختن یک بازی آنلاین همکاری کنیم. جای خالی چنین بازی هایی کاملاً حس می شود».

سوال دیگری پرسیدم مبنی بر اینکه ساخت یک بازی تحت شبکه آن هم برای پلتفرم پی سی قطعاً زمان بیشتری نیاز دارد تا ساخت یک برش عمودی (Vertical Slice) برای موبایل. آیا انتظار دارند طی دو ماه، بازی سازها نتیجه مطلوبی را ارائه دهند؟ فصیحی در پاسخ گفت: «ما می گوییم ورتیکال اسلایس پریمی انتظار نداریم بازی کاملی تحویل بدهند ولی می خواهیم از محصول نهایی که پس از دو ماه تحویل می دهند، مطمئن شویم که این تیم اگر فرصت (ادامه دارد ...)»

(ادامه خبر ...) کافی را داشته باشد قلعاً توان تولید یک بازی خوب را دارد. بر اساس نقشه راهی که برای این دو ماه در نظر گرفته ایم پله پله جلو می‌آیم و اصلاً سطح انتظارات بالایی نداریم.»

کسری تهران، مدیر توسعه تجاری هیولا در مورد شعار «تیم بساز، بازی بساز» و شرکت کنندگان لول آپ امسال می‌گوید: «۳۰ دسته افراد در این رویداد شرکت می‌کنند. یک دسته که تیم‌های بازی سازی کامل هستند، دسته دوم تیم‌های بازی سازی نصفه و نیمه هستند، مثلاً یک تیم بدون برنامه نویسی یا آرטיست، یک دسته دیگر هم افرادی هستند که اصلاً تیم ندارند و تنها هستند. تدابیری اتخاذ کرده ایم تا آن‌هایی که تنها شرکت می‌کنند یا تیم کاملی ندارند، به یکدیگر ملحق شده و فرصت شرکت در این رویداد را داشته باشند.»

علاقه مندان از ۱۱ تا ۲۲ تیرماه فرصت دارند تا از طریق آدرس [levelup.fanafzar.com](http://levelup.fanafzar.com) نسبت به ثبت نام و مشخصات خود اقدام کنند. همانطور که بالاتر ذکر شد، اگر در کنار یک تیم بازی سازی کار نمی‌کنید و تنها هستید، فرصت این را خواهید داشت تا به تیم‌های دیگر ملحق شوید. جوایز تیم‌های اول تا سوم نیز نسبت به دوره قبلی تقریباً دوبرابر شده و به ترتیب مبلغ ۱۵،۴۰ و ۷ میلیون تومان برای آن‌ها در نظر گرفته شده است. اگر پروژه‌ها به سرانجام برسند هیولا با استفاده از قابلیت جدید Early Access یا دسترسی زودهنگام خود اقدام به نشر آن‌ها خواهد کرد.

تمام فرآیند ۸ هفته‌ای رویداد لول آپ برای شرکت کنندگان در وبسایت فن افزار تشریح شده و هر مرحله از فعالیت‌هایشان با توضیحات متنی، تصویری و ویدیویی همراه است. به منظور شبیه سازی یک دوره کوتاه بازی سازی تلاش بر این بوده تا در هر قدم، دانش بازی سازی به تیم‌ها منتقل شود. برای مثال در دو هفته ابتدایی، تیم‌ها باید دو سند طراحی و فنی برای بازی‌های خود تهیه کنند.

تیم‌ها پس از تأیید می‌توانند با مربیان یا منتورهایی که در بخش‌های مختلف برایشان در نظر گرفته شده ارتباط برقرار کنند. در دوره اول هر تیم فقط با یک منتور ارتباط داشت که مشکلاتی برای تیم‌های بازی سازی پدید آورد اما این بار تیم‌ها آزاد هستند تا بنا به نیاز خود با یک مربی ارتباط داشته باشند. حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای نیز در نشست خبری عصر امروز حاضر بود و بنیاد را به عنوان یکی از حامیان این رویداد اعلام کرد. در دوره پیشین که تابستان سال ۹۵ برگزار شد، ۱۷۴ تیم از سراسر ایران به رقابت پرداختند که نتیجه آن ۶۴ محصول نهایی بود. از سه بازی برتر این رویداد، دو بازی تکمیل و منتشر شد.

## جای خالی در آآمدزایی از پرسودترین بازی‌های دیجیتال؛ ۲۸ میلیون ایرانی گیمر هستند

صنعت بازی‌های دیجیتال در سال‌های اخیر رشد چشمگیر و شگفت‌انگیزی داشته و به شدت مورد توجه علاقه‌مندان به گیم قرار گرفته. تا جایی که آمار و ارقام بین‌المللی نشان می‌دهد ارزش این بازار در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است.

صنعت بازی‌های دیجیتال در سال‌های اخیر رشد چشمگیر و شگفت‌انگیزی داشته و به شدت مورد توجه علاقه‌مندان به گیم قرار گرفته. تا جایی که آمار و ارقام بین‌المللی نشان می‌دهد ارزش این بازار در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است.

شایلی قرانی

به گزارش کسب و کار نیوز ایرانی‌ها نیز به این صنعت علاقه دارند و در ایران از جمعیت ۸۰ میلیون نفری، ۲۸ میلیون نفر بازی می‌کنند که آمار قابل توجهی است و نشان می‌دهد که می‌توان با تمرکز بر این صنعت درآمدزایی را رقم زد.

در آخرین گزارش منتشرشده از سوی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای اعلام شد که ایران در حال حاضر ۲۸ میلیون گیمر با میانگین سنی ۱۹ سال دارد که نزدیک به نیمی از این تعداد به صورت روزانه بازی‌های ویدئویی را در اشکال مختلف تجربه می‌کنند. گزارش پیشین بنیاد از تعداد گیمرهای ایرانی که مربوط به سال ۹۴ بود، نشان می‌داد از جمعیت تقریباً ۸۰ میلیونی ایران، ۲۲ میلیون نفر گیمر هستند. رسیدن این رقم به ۲۸ میلیون نفر نمایانگر رشدی قابل توجه بوده که البته بازی‌های موبایلی در این میان بی‌تأثیر نبوده‌اند. از این تعداد گیمر ایرانی، ۸۸ درصد روی موبایل، ۲۵ درصد روی پی‌سی و ۱۸ درصد روی کنسول‌هایی نظیر پلی‌استیشن ۴ و ایکس‌باکس وان بازی می‌کنند. گیمرها ممکن است روی چندین پلتفرم به انجام بازی بپردازند. بنابراین جمع درصدهای فوق‌تر از عدد ۱۰۰ می‌رود. حجم بازار بازی‌های ویدئویی در سال ۹۴ برابر با ۴۶۰ میلیارد تومان بود که در گزارش سال ۹۶ به ۹۲۰ میلیارد تومان رسیده است؛ یعنی رشد دو برابری طی دو سال. عمده فروش بازار گیم ایران با سهم ۵۷ درصدی در اختیار کنسول‌های بازی و سخت‌افزار مرتبط با بازی بوده که حالا بنا به آخرین دستور وزارت صنعت، معدن و تجارت، واردات آنها ممنوع شده است.

باخت ایران در صنعت بازی

کوروش ولی‌زاده، کارشناس صنعت گیم

یکی از پرسودترین صنایع امروزی که می‌توان درآمدزایی و بازگشت سرمایه آن را تضمین کرد، صنعت بازی است که امروز در شاخه‌های مختلف توانسته مخاطبان بسیاری داشته باشد. صنعت گیم در تمام دنیا به عنوان پیشرو در فناوری اطلاعات بوده و کشورهای بسیاری روی این صنعت سرمایه‌گذاری‌های کلان انجام داده‌اند. میلیون‌ها نفر در سراسر جهان بازی می‌کنند و همین امر موجب شده سرمایه‌گذاران از بازگشت سرمایه‌های خود مطمئن باشند و بدون ترس و با امنیت خاطر به این سمت حرکت کنند. در ایران ۲۸ میلیون گیمر داریم که این آمار نشان از پتانسیل پیشرفت در این صنعت بوده و نشان می‌دهد اگر تمرکز واقعی روی توسعه این صنعت داشته باشیم، می‌توانیم با توجه به ظرفیت‌های ممکن و نیروهای نخبه و نرم‌افزارنویس درآمدزایی و حتی ارزآوری داشته باشیم.

در حال حاضر درآمد بازار بازی‌های دیجیتال ۹۲۰ میلیارد تومان در جهان است که سهم ایران هنوز آنقدر نیست که بتوان از آن تام برد. در ایران متأسفانه شاهد هستیم که دو برابر آمار کتابخوانی بازی انجام می‌شود و این شاید از یک جهت برای ما بتواند درآمدزا باشد، به شرط اینکه بتوانیم از پتانسیل (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ها استفاده کنیم. استفاده از این پتانسیل ها جز با حمایت و سرمایه گذاری انجام پذیر نیست. باید از نیروی آماده به خدمت در این صنعت استفاده کرد و باید حمایت وجود داشته باشد. هستند جوانانی که با استعدادهای فراوان، نرم افزارها و بازی هایی را طراحی کرده و نوشته اند که اگر حمایت های مالی و معنوی وجود داشت، امروز شاید جایگاه ایران در این صنعت ارتقا پیدا کرده بود. این صنعت صنعتی است که با وجود پتانسیل های نسبتاً مناسب فنی در ایران می تواند آورده های اقتصادی بالایی داشته باشد، اما در مقایسه با بسیاری از کشورها حمایت های دولتی از توسعه دهندگان بازی در ایران عموماً محدود است و بودجه اندکی برای توسعه یک بازی ویدئویی در اختیار دارند. علاوه بر این، بازاریابی ضعیف، محتوای گاه سطحی و رعایت نشدن قانون حمایت از حقوق مولفان و مصنفان (کپی رایت) هم سبب شده است این صنعت با مسائلی بسیار همراه باشد. به عبارتی در این صنعت به جای آنکه با وجود این همه توانایی برنده باشیم، بازنده شده ایم و بازیکنان از بازی های خارجی استقبال می کنند و از این طریق ارز است که از کشور خارج می شود.



### گسترش بازی های دیجیتالی در ایران و کاهش سن بازیکنان (۱۳۹۲-۹۷/۹/۱۱)

در گزارش جدید این مرکز درباره بازی های کامپیوتری که مربوط به سال ۹۴ تا ۹۶ خورشیدی است، میانگین سن بازیکنان، سه سال نسبت به دوره قبل کاهش پیدا کرده و به نوزده سال رسیده است.

شبکه اطلاع رسانی روابط عمومی ایران (شار) - «همای باز» نام گزارشی است که مرکز پژوهش های بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران، یک سال در میان تهیه می کند.

در گزارش جدید این مرکز درباره بازی های کامپیوتری که مربوط به سال ۹۴ تا ۹۶ خورشیدی است، میانگین سن بازیکنان، سه سال نسبت به دوره قبل کاهش پیدا کرده و به نوزده سال رسیده است.

ضمن اینکه گردش مالی حاصل از این بازی ها در بازار ایران، دو برابر شده است.

البته این صنعت که در جهان هم با سرعت زیادی در حال رشد است، نگرانی هایی هم ایجاد کرده است. منتقدان می گویند آسیب های اجتماعی و روانی این بازی ها روی کودکان گسترده و خطرناک است.



### گزارش «صبح نو» از تازه ترین آمار مصرف بازی های دیجیتال؛ ایرانی ها چقدر بازی می کنند؟

مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخیراً آماری از وضعیت بازی های رایانه ای در کشور منتشر کرده است که در گزارش پیش رو به این موضوع پرداخته ایم.

صنایع فرهنگی در کشور نیازمند بازشناسی و بازتعریف مجدد هستند. ایران این ظرفیت را دارد که در آینده ای نزدیک صنایع فرهنگی سهم بزرگی در تولید ناخالص داخلی بیابد. امروز در حوزه های گردشگری، تئاتر، موسیقی، صنایع دستی، هنرهای تجسمی، بازی های رایانه ای و سایر حوزه ها می توانیم افزون بر بازار داخلی، بازار منطقه ای را هم تأمین کنیم و نقش بسزایی در اشتغال ملی نیز ایفا کنیم. در این میان، بازی های رایانه ای یکی از مؤثرترین ها به شمار می آیند تا حدی که در حوزه های متنوع فرهنگ سازی، جامعه پذیری و آموزش، اهداف بزرگی برای آن ها تعریف شده است. بخش مهمی از زندگی فرزندان ما را بازی فراگرفته است؛ فرزندانمان که در آینده نزدیک سکان کشور را در دست خواهند گرفت. در حوزه مطالعات پژوهشی بازی های رایانه ای بنیاد ملی بازی های رایانه ای فعالیت هایی را انجام داده و امید می رود تا یک کانون پژوهشی در حوزه بازی های رایانه ای با رویکرد آینده پژوهانه شکل گیرد. با توجه به اقتصاد مقاومتی و لزوم تقویت تولید داخلی، حمایت از بازی سازان داخلی یکی از امور لازم در این راستا خواهد بود. صنعت بازی های رایانه ای نیز یکی از مهم ترین صنایع فناورانه جهان به شمار می آید که همواره نگاهی به آینده دارد. در این میان، کشور ما نیز مصون از این تحولات نیست و به همین خاطر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سال های اخیر طرح ملی پیمایش ملی بازیکنان ایران را به اجرا گذاشته است. بنیاد ملی بازی های رایانه ای بر این باور است که لازم است نتایج این پیمایش به تفصیل مورد بررسی جامعه شناسان، روانشناسان و سیاست گذاران فرهنگی کشور قرار گیرد و نتایج آن جهت گیری دو سال آینده این صنعت را مشخص سازد. همچنین این بنیاد از تمام پژوهشگران و محققان علاقه مند دعوت کرده برای تجزیه و تحلیل کیفی نتایج این پیمایش وارد عمل شوند و این بنیاد را یاری دهند.

چهارمین پیمایش سراسری در حوزه مصرف بازی های دیجیتال در ایران که وضعیت مصرف این بازی ها در سال ۱۳۹۶ را بیان می کند با تحلیل داده های حاصل از پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در جمهوری اسلامی ایران با نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. به منظور اجرای پیمایش، از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله نخست شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند طبق آمار این پیمایش از هر ۱۰۰ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ایرانی، ۲۵ نفر بازیکن هستند. منظور از «بازیکن بازی دیجیتال» فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی های دیجیتال شامل موبایل، رایانه و کنسول بازی کند. همچنین از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر، بازیکن هستند و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۲۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. از این بازیکنان ۳۷ درصد به رده بندی سنی بازی ها اصلاً توجه نمی کنند. ۲۹ درصد تا حدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی دارند.

۱۰ بازی پرطرفدار در ایران به ترتیب Clash Royale، Call of Duty، Clash of Clans، PES، GTA، Counter Strike، FIFA، Pou و Quiz of Kings هستند. سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران، ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است و بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۸۴ درصد از بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد از بازیکنان به صورت آنلاین بازی می کنند. نگاهی گذرا به نتایج چهارمین دوره این پیمایش کافیت تا روشن شود که عوامل تأثیرگذار و شاخص های این حوزه به سرعت در حال تغییر و تحول است. برای مثال، از زاویه فرهنگ و مؤلفه اوقات فراغت، یافته های این پژوهش نشان می دهد که میانگین مدت زمان بازیکنان از ۷۹ دقیقه در روز در سال ۹۴ به ۹۰ دقیقه در سال ۹۶ رسیده است. این میزان افزایش زمان بازی به طرز معنی داری حاکی از این است که ضریب نفوذ بازی های رایانه ای در میان خانواده ایرانی با سرعت زیاد در حال افزایش است. همچنین، تعداد بازیکنان از ۲۳ میلیون نفر در سال ۹۴ به ۲۸ میلیون نفر افزایش نشان می دهد و میانگین سن بازیکنان نیز از ۲۱ سال به ۱۹ سال کاهش یافته است و بالاخره از منظر بازار و اقتصاد بازی یافته های این پیمایش نشان می دهد که درآمد بازار بازی های دیجیتال از ۴۶۰ میلیارد تومان در سال ۹۴ به ۹۲۰ میلیارد تومان در پایان سال ۹۶ رسیده است. دو برابر شدن حجم بازار در سال ۹۶ نسبت به حجم بازار در سال ۹۴، از سویی ناشی از افزایش نرخ تورم و ارزش است و اثرپذیری بازار کشور از نوسانات اقتصادی و سیاسی را مشخص می کند؛ ولی از سوی دیگر توان صنعت در ایجاد رشدهای چشمگیر را به تصویر می کشد که با افزایش سهم تولیدات داخلی جذابیت بازار بازی را نمایان نموده است. از طرفی ورود موج جدیدی از بازیکنان کودک و نوجوان است که پس از یک سیر صعودی از سال ۱۳۸۹ با میانگین سنی ۱۶ سال تا سال ۱۳۹۴ با میانگین سنی ۲۱ سال، میانگین سنی را با کاهش مواجه کرده است و می توان آینده ای پرمخاطب تر را برای بازی های دیجیتال متصور شد. نکته دیگر آن است که اثر قابل توجه پلتفرم کنسول در درآمدهای بازار است که به خصوص با استقبال بازیکنان از آخرین کنسول سونی، یعنی PS۴، تغییرات مشخصی هم در درآمدهای نرم افزاری و هم در درآمدهای سخت افزاری ایجاد کرده است. حداقل مزیت این رخداد، تغییر عادت بازیکنان به خرید بازی های اورجینال است که فرصتی برای ورود جدی به پلتفرم کنسول را فراهم می آورد. صنعت بازی های دیجیتال در ایران به تدریج مسیر پیشرفت خود را پیدا کرده است. رویدادهای بزرگی نظیر TGC، TGF، IGL و DGRC در ایام مختلف عرضه وسیعی را برای پیشتازی این صنعت در کشور فراهم آورده اند. بازی سازان ایرانی در درخشان ترین دوره رقابت منطقه ای و بین المللی خود تا امروز قرار دارند. ورود و نفوذ به بازارهای بین المللی و تثبیت جایگاه خود در بازار اشیاع نشده داخلی، موتور محرکه بازی سازان برای ساخت بازی هایی با کیفیت بالاتر است. شبکه ای از پژوهشگران از رشته های مختلف دانشگاهی در جهت توسعه این صنعت در حال شکل گیری است. زمینه گسترده ای در جهت آموزش بازی سازی و انتقال دانش و فناوری روز دنیا به بازی سازان ایرانی تدارک دیده شده است. سرمایه گذاران، رفته رفته مجذوب شتاب رشد و پتانسیل های کشف نشده این صنعت رسانه ای تأثیرگذار می شوند. ژورنالیسم بازی با ظهور برندهای جوان و خلاق، مسوولیت خود را در انعکاس پیشرفت ها و بازخورد دادن درباره نقایص و کمبودهای اکوسیستم بازی های دیجیتال در کشور پذیرفته است. در این شرایط، پیمایش های دوره های و منظم، می تواند زمینه را برای تعیین وضعیت فعلی مصرف بازی های دیجیتال در کشور و همچنین اندازه گیری تغییرات روند مصرف فراهم آورد.



## گزارشی از مصرف بازی های الکترونیک میان ایرانیان؛ ۳۵ میلیون بازیکن دیجیتال در ایران

سرگرم شدن اصلی ترین وجهی است که مخاطبان با هر سن و سالی سراغ بازی های رایانه ای می روند، از این رو بر کسانی که بازی می کنند نمی توان خرده گرفت که مشغول رفتارهایی به اصطلاح بچگانه هستند، یعنی این نگاه که بازی کردن و سرگرم شدن رفتاری بچگانه است، در روزگار فعلی دیدگاهی فراموش شده است و دیگر به کسی که با بازی خود را سرگرم می کند القاب تحقیرآمیز نسبت نمی دهند.

در روزگاری نه خیلی دور که هنوز سیطره ابزارهای الکترونیکی سرگرمی آفرین زیاد نشده بود بازی هایی مانند «منج و مار پله»، «دبرتا» و... در میان مخاطبان رواج داشت و حتی گاهی در بسیاری از این بازی ها بزرگ ترها هم «بچه» می شدند و پایه پای بچه ها می نشستند و بازی می کردند. حالا در روزگار ترافیک مترو، انتظار در ادارات و... شاهدیم که افراد مشغول بازی کردن یکی از بازی های موبایلی هستیم که اتفاقاً طرفداران بسیاری دارند، حتی اگر خیلی اهل بازی کردن هم نباشید کافی است یک مرتبه به مترو بروید تا بازی های پرطرفدار را بشناسید.

صنعت بازی یکی از صنایع پول ساز در جهان است که در کشور ما نیز حرکت هایی در این راستا صورت گرفته ولی به نظر می رسد سهم واردات بازی های رایانه ای از تولید آن بیشتر باشد با این حال درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که این رقم سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد. از این میزان، ۱۴ درصد سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد. در گزارشی که بتازگی از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای منتشر شده، ۱۹ سال متوسط سن ایرانیانی است که اهل بازی های دیجیتال هستند. براساس این گزارش در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسالی های ۳۵ تا (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند. بررسی این اعداد نشان می دهد که بازی کردن مختص سن و سال خاصی نیست و همه می توانند با بازی ها سرگرم باشند هرچند طیف سنی خاصی بیشتر مخاطب بازی ها هستند اما نمی توان به طور مطلق اعلام کرد که بزرگسالان و حتی کهنسالان مخاطب سرگرمی ها نیستند.

زنان کمتر از مردان

از این رو می توان نتیجه گرفت نیاز به سرگرمی سن و سال بردار نیست و بازی سازان داخلی در طراحی محصولات خود باید به این موضوع نیز توجه کنند یا در پکیج محصولات خود به مخاطبان در سنین مختلف توجه کنند و از آنها غافل نشوند.

با مرور بخش های دیگر این گزارش می توان نتایج جالبی به دست آورد، این که مردان بیشتر از زنان اهل بازی کردن هستند که شاید یک علت آن نبود همخوانی میان بازی های موجود و روحیه زنانه است و شاید بتوان نتیجه گرفت که زنان با بازی های موجود ارتباط برقرار نمی کنند و در صورتی که پیشنهادهایی متناسب با روحیات آنها باشد تعداد آنها کمتر از مردان نباشد.

همچنین در این گزارش آمده که در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۳۹ درصد تا حدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند. از این رو می توان نتیجه گرفت که «گیم» های ایرانی بازی کردن و سرگرم شدن برایشان اولویت دارد و کاری به حواشی بازی ها نداشته و موضوعاتی مانند رده بندی سنی بازی ها برایشان اهمیتی ندارد.

یک درصد با مدرک دکترا

گزارشی که بنیاد بازی های ملی رایانه ای منتشر کرده نشان می دهد که بازی کردن ارتباط زیادی با مدرک تحصیلی افراد ندارد، اما شاید بتوان در یک نگاه گذرا این طور نتیجه گرفت که افرادی که از سطح بالای تحصیلات آکادمیک بهره می برند گزینه های بیشتری برای سرگرم شدن دارند که افراد کمتر بهره مند از این تحصیلات آن گزینه ها برایشان اولویت ندارد. در این گزارش آمده که ۶۶ درصد بازیکنان کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناس، ۲ درصد کارشناس ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند.

مجردها بیشتر از متاهل ها

در نگاهی به این آمار می توان نتیجه گرفت مجردها بیشتر از متاهل ها و فرزنددارها نیز بیشتر از متاهل های بدون فرزند اهل بازی کردن هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آنها مجرد، ۱۵ درصد متاهل دارای فرزند و ۶ درصد متاهل بدون فرزند هستند.

۲۴-۴۵ به نفع مردان

از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آنها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

موبایل ها پیشواز بازی های دیجیتال

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۴ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

بازی از مطالعه پیش افتاد

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است که در مقایسه با آمار مطالعه ۱۲ دقیقه ای ایرانیان که به تازگی از سوی وزارت ارشاد اعلام شده، نشان می دهد سرانه مصرف بازی های دیجیتال چیزی بیش از دو برابر سرانه مطالعه در کشور است. درحالی که مطالعه کردن فرایند فعال ذهنی مخاطب را می طلبد، این آمار نشان می دهد که مخاطبان ترجیح می دهند با سرگرمی های دیجیتال اوقات خود را پر کرده و کمتر به کتاب رجوع کنند.

محمد مهدی درستی



## ناشران بین المللی بازی در راه ایران / جویندگان گنج در تی جی سی (۲۷/۰۶/۹۶-۲۷/۰۶/۹۶)

ارتقای دانش بازی سازان داخلی و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی سازان بوده است و حضور ناشران و خریدارانی که در رویداد تی جی سی حضور می یابند، می تواند تاثیر به سزایی در این اهداف داشته باشد.

به گزارش ایسنا، در حالی که بازی سازان ایرانی روز به روز تجربیات ارزشمند بیشتری به دست می آورند و به تعداد بازی های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می شود، لزوم گسترش تعاملات بین المللی، اهمیتی دو چندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملا هزینه های حضور در رویدادهای مهم بین المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت های جوان بازی سازی را از پذیرش ریسک سرمایه گذاری بین المللی، ناتوان کند.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری گیم کانکشن (Game Connection)، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در TGC ۲۰۱۸ - رویداد بین المللی Tehran Game Convention که رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی سازان ایرانی فرصت تعاملات بین المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن هاست و از ناشران تخصصی کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جستجوی بازی های ایرانی، به مثابه گنجی کشف نشده به ایران می (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) آیند کدام شرکت ها میهمان تی جی سی هستند؟

بدون شک پراوازه ترین ناشر میهمان تی جی سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت (Sony Interactive Entertainment) در سال ۱۳۹۳ به عنوان یکی از زیرمجموعه های گروه سونی، در توکیو تاسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی استیشن و بازی های ویدئویی است. تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی های ماین کرافت (Minecraft)، گاد آف وار (God of War) و تکن (Tekken) از جمله معروف ترین بازی های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می شود.

شرکت الکترونیک آرتز (Electronic Arts)، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می فرستد. شرکت EA سازنده و توزیع کننده بازی های محبوبی مانند فیفا (FIFA) و سیمز (The Sims) برای کنسول های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۲۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی ها و استعداد های ناب بوده است.

هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت (Tencent) یک شرکت چندملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنزن چین است و در سال گذشته ۲۶ میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت فرم های بازی های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنرز (League of Legends)، آرنا آف والر (Arena of Valor) و دانگون فایتر (Dungeon Fighter) است.

شرکت گامیگو (Gamingo)، یک شرکت فعال در زمینه بازی های آنلاین در هامبورگ است. بازی های آیرون سایت (IronSight)، گانز اند روباتز (Guns and Robots) و دراگون پرافت (Dragon's Prophet)، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است.

شرکت آرتیک گیمز (Articgames) از بازی سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می رود. محصولات اسپلشی کتز (SPLASHY CATS)، کریستال راش (CRYSTAL RUSH) و تاور بیلدر (TOWER BUILDER) چند نمونه از بازی های تحت اندروید و آی او اس آرتیک هستند.

گیم پلن (Gameplan)، یک شرکت مشاوره در حوزه ROI صنایع دیجیتال است. گیم پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، IGN و آتریگیمز همکاری داشته است.

شرکت playarabi یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می شود. این شرکت که دفترش در دلوور آمریکا قرار دارد، به بازار ۲۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیشمنت (The Magnificent)، هایدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارز آف تالچ (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم رایج موبایلی منتشر کرده است.

بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرصه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباط اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی اندز (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ تاسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (Herocraft)، ناشر دیگری است که به تی جی سی ۲۰۱۸ می آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فرنزی (Farm Frenzy)، ترژر آف مانتروما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (Warhammer ۴۰,۰۰۰) سه نمونه از بازی های منتشر شده آن است.

شرکت میل رو (mail.ru) که در دوره گذشته تی جی سی نیز حضور فعالی داشت، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes) از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د روپ (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند اپل، EA، تامکو، سونی، آمازون و کونامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و توزیع ۱۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری ایثو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشر کننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ در استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۲۰۰ میلیون بازیکن (گیمز) در اروپای شمالی است. الکی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است.

شرکت ایت المنتز (AElements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است.

کنگا (Cenega) یک پخش کننده سابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آناری، کومودور، پلی استیشن و امیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است.

هاکلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درک بازار بازی است. بازی های معمایی پلاس (Plusle) و ورد آن (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynogame) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) میلیون کاربر سرویس می‌دهد. بازی‌های تحت استیم مانند کانتراستریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسنایپر ها، فورتنایت، تروپین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می‌شود.

شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی‌های موبایلی اندرویدی و آی‌لوس است. سل کانکت (Cell Connect)، تاینی گلاادیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایونینگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی‌های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی‌های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در کشورهای آسیایی، آفریقای و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی‌های Virat Star Cricket, ChhotaBheem, Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است.

شرکت Kunlun Wanwei-Koramgame یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم‌های شبکه‌های اجتماعی و پلت فرم بازی‌های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است.

شرکت کلاباتر (Klabater) یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی‌های ویدئویی فعال است. بازی‌های آلیس وی آر (ALICE VR)، روار (ROARR) و رولوشن (WE, THE REVOLUTION) از بازی‌های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت لوکوم گیمز (Lokum Games) شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی‌ها در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه‌ای، بازی‌های آنلاینی از جمله بیلارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری cloudii را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا (connectmedia) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی‌هایشان مشاوره می‌دهد. این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA، اکتیویژن (Activision) و کونامی (Konami) را دارد. شرکت Cym همچنین در زمینه عیب‌یابی، نگاه اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی‌سازها مشاوره می‌دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می‌شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی‌های ۳۶۵ پازل کلاب (Puzzle Club ۳۶۵)، بی‌ام دبلو ریسینگ (BMW Racing) و کانترا (Contra ۴) از بازی‌های منتشرشده توسط این شرکت است.

شرکت وارگیمینگ (Wargaming) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی‌های آنلاین مجموعه ی ورد اف تانکر World of Tanks World of Tanks Blitz و World of Tanks Generals را منتشر کرده است.

به گزارش ایسنا، دومین رویداد تی‌جی‌سی (Tehran Game Convention) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما برگزار می‌شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، مهم‌ترین اهداف این رویداد را می‌توان ارتقای دانش بازی‌سازان داخلی با حضور سخنرانان بین‌المللی، باسابقه و افزایش صادرات بازی‌های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت‌های خارجی حاصل می‌شود. انتهای پیام



## ناشران بین‌المللی بازی در راه ایران / جویندگان گنج در تی‌جی‌سی

فصل اقتصاد - ارتقای دانش بازی‌سازان داخلی و افزایش صادرات بازی‌های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی‌سازان بوده است و حضور ناشران و خریدارانی که در رویداد تی‌جی‌سی حضور می‌یابند، می‌تواند تاثیر به‌سزایی در این اهداف داشته باشد.

در حالی که بازی‌سازان ایرانی روز به روز تجربیات ارزشمند بیشتری به دست می‌آورند و به تعداد بازی‌های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می‌شود، لزوم گسترش تعاملات بین‌المللی، اهمیتی دوچندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملاً هزینه‌های حضور در رویدادهای مهم بین‌المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت‌های جوان بازی‌سازی را از پذیرش ریسک سرمایه‌گذاری بین‌المللی، ناتوان کند.

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با همکاری گیم کانکشن (Game Connection)، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در TGC ۲۰۱۸ - رویداد بین‌المللی تهران تهران Game Convention که رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی‌های رایانه‌ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی‌سازان ایرانی فرصت تعاملات بین‌المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن‌هاست و از ناشران تخصصی کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جست‌وجوی بازی‌های ایرانی، به متاب‌گنجی کشف نشده به ایران می‌آیند. کدام شرکت‌ها میهمان تی‌جی‌سی می‌شوند؟

بدون شک پراوازه‌ترین ناشر میهمان تی‌جی‌سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت (Sony Interactive Entertainment)، در سال ۱۳۹۳ به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های گروه سونی، در توکیو تاسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی‌استیشن و بازی‌های ویدئویی است. تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی‌های ماین کرافت (Minecraft)، گاد آف وار (God of War) و تکن (Tekken)، از جمله معروف‌ترین بازی‌های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می‌شود.

شرکت الکترونیک آرتز (Electronic Arts)، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می‌فرستد. شرکت EA سازنده و توزیع کننده بازی‌های محبوبی مانند فیفا (FIFA) و سیمز (The Sims) برای کنسول‌های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۳۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی‌ها و استعدادهای ناب بوده است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت (Tencent) یک شرکت چندملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنژن چین است و در سال گذشته ۲۶ میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت فرم های بازی های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنرز (League of Legends)، آرنا آف والر (Arena of Valor) و دانگون فایتر (Dungeon Fighter) است.

شرکت گامیگو (Gamigo)، یک شرکت فعال در زمینه بازی های آنلاین در هامبورگ است. بازی های آیرون سایت (IronSight)، گانز اند روباتز (Guns and Robots) و دراگون پرافت (Dragon's Prophet)، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است.

شرکت آرتیک گیمز (Artikgames)، از بازی سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می رود. محصولات اسپلشی کتز (SPLASHY CATS)، کریستال راش (CRYSTAL RUSH) و تاور بیلدر (TOWER BUILDER) چند نمونه از بازی های تحت اندروید و آی او اس آرتیک هستند.

گیم پلن (Gameplan)، یک شرکت مشاوره در حوزه ROI صنایع دیجیتال است. گیم پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، IGN و آتریگیمز همکاری داشته است.

شرکت playarabi یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می شود. این شرکت که دفترش در دلوور آمریکا قرار دارد، به بازار ۳۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیشمنت (The Magnificent)، هایدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارز آف نالج (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم رایج موبایلی منتشر کرده است.

بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرصه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباط اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی ادز (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ تاسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (Herocraft)، ناشر دیگری است که به تی جی سی می آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فرنزی (Farm Frenzy)، ترژر آف مانتروما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (Warhammer ۴۰,۰۰۰)، سه نمونه از بازی های منتشرشده آن است.

شرکت میل رو (mail.ru) که در دوره گذشته تی جی سی نیز حضور فعالی داشته، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes)، از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د روپ (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند اپل، EA، نامکو، سونی، آمازون و کونامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و توزیع ۱۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری ایشیو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشرکننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ در استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۳۰۰ میلیون بازیکن (گیمز) در اروپای شمالی است. آلتیمی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO NATION) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است.

شرکت ایت المنتز (Elements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است. کنگا (Cenega) یک پخش کننده سابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آناری، کومودور، پلی استیشن و امیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است.

هاکلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درک بازار بازی است. بازی های معمایی پلاس (Pluszle) و وردن (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynogame) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم میلیون کاربر سرویس می دهد. بازی های تحت استیم مانند کانتراستریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسطوره ها، فورتنایت، تروپین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می شود.

شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی های موبایلی اندرویدی و آی او اس است. سل کانکت (Cell Connect)، تاینی گلادیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایوینگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در کشورهای آسیایی، آفریقایی و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی های Virat Star Cricket، ChhotaBheem، Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) شرکت **Kunlun Wanwei - Koramgame** یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم های شبکه های اجتماعی و پلت فرم بازی های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است.

شرکت **Klabater** ( یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی های ویدئویی فعال است. بازی های آلیس وی آر ( ALICE VR )، روار ( ROARR ) و رولوشن ( WE . THE REVOLUTION ) از بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت **Lokum Games** ( شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه ای، بازی های آنلاینی از جمله بیلیارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری **cloudii** را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا ( **connecttmedia** ) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی هایشان مشاوره می دهد. این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA، اکتیویژن ( Activision ) و کونامی ( Konami ) را دارد. شرکت **CyM** همچنین در زمینه عیب یابی، نگاه اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی سازها مشاوره می دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی های **۳۶۵** پازل کلاب ( **Puzzle Club ۳۶۵** )، بی ام دبلیو ریسینگ ( **BMW Racing** ) و کانترا ( **Contra ۴** ) از بازی های منتشرشده توسط این شرکت است.

شرکت وارگیمینگ ( **Wargaming** ) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی های آنلاین مجموعه ی ورد آف تانکز **World of Tanks** و **World of Tanks Blitz** را منتشر کرده است.

دومین رویداد تی جی سی ( **Tehran Game Convention** ) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مهم ترین اهداف این رویداد را می توان ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت های خارجی حاصل می شود.

انتهای پیام



### ناشران بین المللی بازی در راه ایران / جویندگان گنج در تی جی سی (۱۳۹۶-۹۷/۰۶/۱۳۹۶)

فصل تجارت - ارتقای دانش بازی سازان داخلی و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی سازان بوده است و حضور ناشران و خریدارانی که در رویداد تی جی سی حضور می یابند، می تواند تاثیر به سزایی در این اهداف داشته باشد.

در حالی که بازی سازان ایرانی روز به روز تجربیات ارزشمند بیشتری به دست می آورند و به تعداد بازی های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می شود، لزوم گسترش تعاملات بین المللی، اهمیتی دو چندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملا هزینه های حضور در رویدادهای مهم بین المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت های جوان بازی سازی را از پذیرش ریسک سرمایه گذاری بین المللی، ناتوان کند.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری گیم کانکشن ( **Game Connection** )، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در **TGC ۲۰۱۸** - رویداد بین المللی **Tehran Game Convention** که رویداد تجاری ( **B2B** ) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی سازان ایرانی فرصت تعاملات بین المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن هاست و از ناشران تخصصی کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جست وجوی بازی های ایرانی، به منابه گنجی کشف نشده به ایران می آیند. کدام شرکت ها میهمان تی جی سی هستند؟

بدون شک پرآوازه ترین ناشر میهمان تی جی سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت ( **Sony Interactive Entertainment** )، در سال ۱۳۹۳ به عنوان یکی از زیرمجموعه های گروه سونی، در توکیو تاسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی استیشن و بازی های ویدئویی است. تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی های ماین کرافت ( **MineCraft** )، گاد آف وار ( **God of War** ) و تکن ( **Tekken** )، از جمله معروف ترین بازی های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می شود.

شرکت الکترونیک آرتز ( **Electronic Arts** )، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می فرستد. شرکت EA سازنده و توزیع کننده بازی های محبوبی مانند فیفا ( **FIFA** ) و سیمز ( **The Sims** ) برای کنسول های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۳۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی ها و استندهای ناب بوده است.

هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت ( **Tencent** ) یک شرکت چندملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنزن چین است و در سال گذشته ۲۶ میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت فرم های بازی های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنرز ( **League of Legends** )، آرنای آف والر ( **Arena of Valor** ) و دانگون فایتر ( **Dungeon Fighter** ) است.

شرکت گامیگو ( **Gamigo** )، یک شرکت فعال در زمینه بازی های آنلاین در هامبورگ است. بازی های آیرون سایت ( **Ironsight** )، گانز اند روباتز ( **Guns and Robots** ) و دراگون پرافت ( **Dragon's Prophet** )، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است. شرکت آرتیک گیمز ( **Artikgames** )، از بازی سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می رود. محصولات اسپلشی کتز ( **SPLASHY CATS** )، کریستال راش ( **CRYSTAL RUSH** ) و تاور بیلدر ( **TOWER BUILDER** ) چند نمونه از بازی های تحت اندروید و آی او اس آرتیک هستند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) گیم پلن (Gameplan)، یک شرکت مشاوره در حوزه ROI صنایع دیجیتال است. گیم پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، IGN و آتریگیمز همکاری داشته است.

شرکت playarabi یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می شود. این شرکت که دفترش در دلوور آمریکا قرار دارد، به بازار ۳۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیشنت (The Magnificent)، هایدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارترز آف نالج (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم رایج موبایلی منتشر کرده است.

بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرصه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباط اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی ادز (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ تاسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (Herocraft)، ناشر دیگری است که به تی جی سی می آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فریزی (Farm Frenzy)، ترژر آف مانتزوما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (Warhammer ۴۰,۰۰۰) سه نمونه از بازی های منتشرشده آن است.

شرکت میل رو (mail.ru) که در دوره گذشته تی جی سی نیز حضور فعالی داشته، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes)، از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د روپ (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند اپل، EA، نامکو، سونی، آمازون و کونامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و توزیع ۱۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری ایتو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشرکننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ در استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۳۰۰ میلیون بازیکن (گیمز) در اروپای شمالی است. آلکمی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO NATION) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است.

شرکت ایت المنتز (AElements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است. کنکا (Cenega) یک پخش کننده سابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آتاری، کومودور، پلی استیشن و امیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است. هاکلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درک بازار بازی است. بازی های معمایی پلاسل (Pluszle) و وردان (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynogame) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم میلیون کاربر سرویس می دهد. بازی های تحت استیم مانند کانتراستریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسطوره ها، فورتنایت، تروپین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می شود.

شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی های موبایلی اندرویدی و آی او اس است. سل کانکت (Cell Connect)، تاینی گلادیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایوینگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در کشورهای آسیایی، آفریقای و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی های Virat Star Cricket، ChhotaBheem، Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است.

شرکت کلمن وانوئی - کورامگیم (Kumlun Wanwei - Koramgame) یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم های شبکه های اجتماعی و پلت فرم بازی های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است.

شرکت کلاباتر (Klabater) یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی های ویدیویی فعال است. بازی های آیس وی آر (ALICE VR)، روار (ROARR) و رولوشن (WE. THE REVOLUTION) از بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت لوکوم گیمز (Lokum Games) شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه ای، بازی های آنلاینی از جمله بیلبارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری cloudii را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا (connectrmedia) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی هایشان مشاوره (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) می دهد این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA، اکتیویژن (Activision) و کونامی (Konami) را دارد. شرکت C2M همچنین در زمینه عیب یابی، نگاه اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی سازها مشاوره می دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی های ۳۶۵ پازل کلاب (Puzzle Club ۳۶۵) بی ام دبلیو ریسینگ (BMW Racing) و کانترا (۴ Contra) از بازی های منتشر شده توسط این شرکت است.

شرکت وارگیمینگ (Wargaming) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی های آنلاین مجموعه ی ورد اف تانکز World of Tanks و World of Tanks Blitz را منتشر کرده است.

دومین رویداد تی جی سی (Tehran Game Convention) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مهم ترین اهداف این رویداد را می توان ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت های خارجی حاصل می شود.

انتهای پیام



فارس

## نازه ترین آمار مصرف بازی های دیجیتال (۲۰۱۳-۲۰۱۴)

مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخیراً آماری از وضعیت بازی های رایانه ای در کشور منتشر کرده است که در گزارش پیش رو به این موضوع پرداخته ایم.

به گزارش فانوس، صنایع فرهنگی در کشور نیازمند بازشناسی و بازتعریف مجدد هستند. ایران این ظرفیت را دارد که در آینده ای نزدیک صنایع فرهنگی سهم بزرگی در تولید ناخالص داخلی بیابد. امروز در حوزه های گردشگری، تئاتر، موسیقی، صنایع دستی، هنرهای تجسمی، بازی های رایانه ای و سایر حوزه ها می توانیم افزون بر بازار داخلی، بازار منطقه ای را هم تأمین کنیم و نقش بسزایی در اشتغال ملی نیز ایفا کنیم. در این میان، بازی های رایانه ای یکی از مؤثرترین ها به شمار می آیند تا حدی که در حوزه های متنوع فرهنگ سازی، جامعه پذیری و آموزش، اهداف بزرگی برای آن ها تعریف شده است. بخش مهمی از زندگی فرزندان ما را بازی فراگرفته است؛ فرزندانمانی که در آینده نزدیک سکان کشور را در دست خواهند گرفت. در حوزه مطالعات پژوهشی بازی های رایانه ای بنیاد ملی بازی های رایانه ای فعالیت هایی را انجام داده و امید می رود تا یک کانون پژوهشی در حوزه بازی های رایانه ای با رویکرد آینده پژوهانه شکل گیرد. با توجه به اقتصاد مقاومتی و لزوم تقویت تولید داخلی، حمایت از بازی سازان داخلی یکی از امور لازم در این راستا خواهد بود. صنعت بازی های رایانه ای نیز یکی از مهم ترین صنایع فناورانه جهان به شمار می آید که همواره نگاهی به آینده دارد. در این میان، کشور ما نیز مصون از این تحولات نیست و به همین خاطر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سال های اخیر طرح ملی پیمایش ملی بازیکنان ایران را به اجرا گذاشته است. بنیاد ملی بازی های رایانه ای بر این باور است که لازم است نتایج این پیمایش به تفصیل مورد بررسی جامعه شناسان، روانشناسان و سیاست گذاران فرهنگی کشور قرار گیرد و نتایج آن جهت گیری دو سال آینده این صنعت را مشخص سازد. همچنین این بنیاد از تمام پژوهشگران و محققان علاقه مند دعوت کرده برای تجزیه و تحلیل کیفی نتایج این پیمایش وارد عمل شوند و این بنیاد را یاری دهند.

چهارمین پیمایش سراسری در حوزه مصرف بازی های دیجیتال در ایران که وضعیت مصرف این بازی ها در سال ۱۳۹۶ را بیان می کند با تحلیل داده های حاصل از پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در جمهوری اسلامی ایران با نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. به منظور اجرای پیمایش، از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله نخست شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند. طبق آمار این پیمایش از هر ۱۰۰ ایرانی، ۳۵ نفر بازیکن هستند. منظور از «بازیکن بازی دیجیتال» فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی های دیجیتال شامل موبایل، رایانه و کنسول بازی کند. همچنین از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر، بازیکن هستند و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانواده ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. از این بازیکنان ۴۷ درصد به رده بندی سنی بازی ها اصلاً توجه نمی کنند. ۲۹ درصد تا حدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی دارند.

۱۰ بازی پرطرفدار در ایران به ترتیب Clash Royale، Call of Duty، Clash of Clans، PES، GTA، Counter Strike، FIFA، Quiz of Kings و Pou هستند. سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران، ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است و بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۸۴ درصد از بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد از بازیکنان به صورت آنلاین بازی می کنند. نگاهی گذرا به نتایج چهارمین دوره این پیمایش کفایت تا روشن شود که عوامل تأثیرگذار و شاخص های این حوزه به سرعت در حال تغییر و تحول است. برای مثال، از زاویه فرهنگ و مؤلفه اوقات فراغت، یافته های این پژوهش نشان می دهد که میانگین مدت زمان بازیکنان از ۷۹ دقیقه در روز در سال ۹۴ به ۹۰ دقیقه در سال ۹۶ رسیده است. این میزان افزایش زمان بازی به طرز معنی داری حاکی از این است که ضریب نفوذ بازی های رایانه ای در میان خانواده ایرانی با سرعت زیاد در حال افزایش است. همچنین، تعداد بازیکنان از ۲۳ میلیون نفر در سال ۹۴ به ۲۸ میلیون نفر افزایش نشان می دهد و میانگین سن بازیکنان نیز از ۲۱ سال به ۱۹ سال کاهش یافته است و بالاخره از منظر بازار و اقتصاد بازی یافته های این پیمایش نشان می دهد که درآمد بازار بازی های دیجیتال از ۴۶۰ میلیارد تومان در سال ۹۴ به ۹۲۰ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) میلیارد تومان در پایان سال ۹۶ رسیده است. دو برابر شدن حجم بازار در سال ۹۶ نسبت به حجم بازار در سال ۹۴، از سویی ناشی از افزایش نرخ تورم و ارز است و اثرپذیری بازار کشور از نوسانات اقتصادی و سیاسی را مشخص می‌کند؛ ولی از سوی دیگر توان صنعت در ایجاد رشدهای چشمگیر را به تصویر می‌کشد که با افزایش سهم تولیدات داخلی جنابیت بازار بازی را نمایان نموده است. از طرفی ورود موج جدیدی از بازیکنان کودک و نوجوان است که پس از یک سیر صعودی از سال ۱۳۸۹ با میانگین سنی ۱۶ سال تا سال ۱۳۹۴ با میانگین سنی ۲۱ سال، میانگین سنی را با کاهش مواجه کرده است و می‌توان آینده‌ای پرمخاطب تر را برای بازی های دیجیتال متصور شد. نکته دیگر آن است که اثر قابل توجه پلتفرم کنسول در درآمدهای بازار است که به خصوص با استقبال بازیکنان از آخرین کنسول سونی، یعنی PS۴، تغییرات مشخصی هم در درآمدهای نرم افزاری و هم در درآمدهای سخت افزاری ایجاد کرده است. حداقل مزیت این رخداد، تغییر عادت بازیکنان به خرید بازی های اورجینال است که فرصتی برای ورود جدی به پلتفرم کنسول را فراهم می‌آورد. صنعت بازی های دیجیتال در ایران به تدریج مسیر پیشرفت خود را پیدا کرده است. رویدادهای بزرگی نظیر TGC، TGF، IGL و DGRC در ابعاد مختلف، عرصه وسیعی را برای پیشسازی این صنعت در کشور فراهم آورده اند. بازی سازان ایرانی در درخشان ترین دوره رقابت منطقه ای و بین المللی خود تا امروز قرار دارند. ورود و نفوذ به بازارهای بین المللی و تثبیت جایگاه خود در بازار اشباع نشده داخلی، موتور محرکه بازی سازان برای ساخت بازی های با کیفیت بالاتر است. شبکه ای از پژوهشگران از رشته های مختلف دانشگاهی در جهت توسعه این صنعت در حال شکل گیری است. زمینه گسترده ای در جهت آموزش بازی سازی و انتقال دانش و فناوری روز دنیا به بازی سازان ایرانی تدارک دیده شده است. سرمایه گذاران، رفته رفته مجذوب شتاب رشد و پتانسیل های کشف نشده این صنعت رسانه ای تاثیرگذار می‌شوند. ژورنالیسم بازی با ظهور برندهای جوان و خلاق، مسوولیت خود را در انعکاس پیشرفت ها و بازخورد دادن درباره نقایص و کمبودهای اکوسیستم بازی های دیجیتال در کشور پذیرفته است. در این شرایط، پیمایش های دوره ای و منظم، می تواند زمینه را برای تعیین وضعیت فعلی مصرف بازی های دیجیتال در کشور و همچنین اندازه گیری تغییرات روند مصرف فراهم آورد.

منبع: صبح نو



عصر بازنه

## لشکر ۲۸ میلیونی گیمرها در ایران / کیش بر طرفدارترین بازی در کشور (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

تعداد گیمرهای ایرانی از مرز ۲۸ میلیون گذشت.

عصر بانک به گزارش خبرنگاران، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای جدیدترین گزارش از جامعه آماری گیمرهای ایران را به شرح زیر ارائه کرد: از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر گیمر هستند. از ۲۸ میلیون گیمر در ایران ۶۵ درصد مرد و ۳۵ درصد زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر گیمر هستند و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ گیمر هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میان سال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهن سال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند. ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند.

در سال ۱۳۹۶ درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است.

بازی Clash of Clans بر طرفدارترین بازی در ایران است، بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های طرفدار در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کیش رویال، کال آو دیوتی، یو و کوییز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های طرفدار ایرانی را از آن خود کرده اند.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.



## ناشران بین‌المللی بازی در راه ایران / جویندگان گنج در تی‌جی‌سی (۱۳۹۵-۹۶-۷۷-۷۸)

اقتصاد ایران: ارتقای دانش بازی سازان داخلی و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی سازان بوده است و حضور ناشران و خریدارانی که در رویداد تی‌جی‌سی حضور می‌یابند می‌تواند تاثیر به‌سزایی در این اهداف داشته باشد.

به گزارش ایسنا، در حالی که بازی سازان ایرانی روز به روز تجربیات ارزشمند بیشتری به دست می‌آورند و به تعداد بازی های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می‌شود، لزوم گسترش تعاملات بین‌المللی، اهمیتی دوچندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملاً هزینه های حضور در رویدادهای مهم بین‌المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت های جوان بازی سازی را از پذیرش ریسک سرمایه گذاری بین‌المللی، ناتوان کند.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری گیم کانکشن (Game Connection)، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در **TGC** ۲۰۱۸ - رویداد بین‌المللی تهران Game Convention که رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی سازان ایرانی فرصت تعاملات بین‌المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن هاست و از ناشران تخصصی کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جستجوی بازی های ایرانی، به مثابه گنجی کشف نشده به ایران می‌آیند. کدام شرکت ها میهمان تی‌جی‌سی هستند؟

بدون شک پرواژه ترین ناشر میهمان تی‌جی‌سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت (Sony Interactive Entertainment) در سال ۱۳۹۳ به عنوان یکی از زیرمجموعه های گروه سونی، در توکیو تاسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی استیشن و بازی های ویدئویی است. تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی های ماین کرافت (Minecraft)، گاد آف وار (God of War) و تکن (Tekken) از جمله معروف ترین بازی های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می‌شود.

شرکت الکترونیک آرتز (Electronic Arts)، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می‌فرستد. شرکت EA سازنده و توزیع کننده بازی های محبوبی مانند فیفا (FIFA) و سیمز (The Sims) برای کنسول های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۲۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی ها و استعدادهای ناب بوده است.

هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت (Tencent) یک شرکت چندملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنزن چین است و در سال گذشته ۲۶ میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت فرم های بازی های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنرز (League of Legends)، آرنا آف والور (Arena of Valor) و دانگون فایتر (Dungeon Fighter) است.

شرکت گامیگو (GamiGo)، یک شرکت فعال در زمینه بازی های آنلاین در هامبورگ است. بازی های آیرون سایت (IronSight)، گانز اند روباتز (Guns and Robots) و دراگون پرافت (Dragon's Prophet)، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است.

شرکت آرتیک گیمز (ArticGames) از بازی سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می‌رود. محصولات اسپلشی کتز (SPLASHY CATS)، کریستال راش (CRYSTAL RUSH) و تاور بیلدر (TOWER BUILDER) چند نمونه از بازی های تحت اندروید و آی او اس آرتیک هستند. گیم پلن (Gameplan)، یک شرکت مشاوره در حوزه ROI صنایع دیجیتال است. گیم پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، IGN و آتریگیمز همکاری داشته است.

شرکت playarabi یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می‌شود. این شرکت که دفترش در دلوور آمریکا قرار دارد، به بازار ۳۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیفیشنت (The Magnificent)، هایدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارز آف تالچ (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم رایج موبایلی منتشر کرده است.

بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرصه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباطی اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی ادز (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین‌المللی است که در سال ۲۰۱۶ تاسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (Herocraft)، ناشر دیگری است که به تی‌جی‌سی ۲۰۱۸ می‌آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فرنزی (Farm Frenzy)، ترزر آف ماترئوما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (Warhammer ۴۰,۰۰۰) سه نمونه از بازی های منتشرشده آن است.

شرکت میل رو (mail.ru) که در دوره گذشته تی‌جی‌سی نیز حضور فعالی داشت، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes) از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د روب (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند اپل، EA، نامکو، سونی، آمازون و کونامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) توزیع ۱۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری ایتو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشرکننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ در استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۳۰۰ میلیون بازیکن (گیمز) در اروپای شمالی است. الکتی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است.

شرکت ایت المنتز (Elements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است. کنگا (Cenega) یک پخش کننده با سابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آتاری، کومودور، پلی استیشن و امیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است.

هاکلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درک بازار بازی است. بازی های معمایی پلاسل (Plusle) و وردآن (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynogame) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم میلیون کاربر سرویس می دهد. بازی های تحت استیم مانند کانتراستریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسطوره ها، فورتنایت، تراوین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می شود. شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی های موبایلی اندرویدی و آی لوس است. سل کانکت (Cell Connect)، تاینی گلاادیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایونگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در کشورهای آسیای، آفریقای و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی های Virat Star Cricket, ChhotaBheem, Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است.

شرکت Kunlun Wanwei-Koramgame یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم های شبکه های اجتماعی و پلت فرم بازی های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است.

شرکت کلاباتر (Klabater) یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی های ویدیویی فعال است. بازی های آلیس وی آر (ALICE VR)، روار (ROARR) و رولوشن (WE. THE REVOLUTION) از بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت لوکوم گیمز (Lokum Games) شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه ای، بازی های آنلاینی از جمله بیلارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری cloudii را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا (connectmedia) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی هایشان مشاوره می دهد. این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA، اکتیویژن (Activision) و کونامی (Konami) را دارد. شرکت CyM همچنین در زمینه عیب یابی، نگاه اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی سازها مشاوره می دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی های ۳۶۵ پازل کلاب (Puzzle Club ۳۶۵)، بی ام دبلو ریسینگ (BMW Racing) و کانترا (Contra ۴) از بازی های منتشرشده توسط این شرکت است.

شرکت وارگیمینگ (Wargaming) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی های آنلاین مجموعه ی ورد اف تانکر World of Tanks World of Tanks Blitz و World of Tanks Generals را منتشر کرده است.

به گزارش ایسنا، دومین رویداد تی جی سی (Tehran Game Convention) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مهم ترین اهداف این رویداد را می توان ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی با سابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت های خارجی حاصل می شود.

انتهای پیام



بگدی پهن

## ناشران بین المللی بازی در راه ایران (۱۳۹۶-۱۳۹۷-۱۳۹۸)

ارتقای دانش بازی سازان داخلی و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی سازان بوده است و حضور ناشران و خریدارانی که در رویداد تی جی سی حضور می یابند، می تواند تاثیر به سزایی در این اهداف داشته باشد.

بانکداری ایرانی - ارتقای دانش بازی سازان داخلی و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی سازان بوده است و حضور ناشران و خریدارانی که در رویداد تی جی سی حضور می یابند، می تواند تاثیر به سزایی در این اهداف داشته باشد (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) به گزارش ایسنا، در حالی که بازی سازان ایرانی روز به روز تجربیات ارزشمند بیشتری به دست می آورند و به تعداد بازی های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می شود، لزوم گسترش تعاملات بین المللی، اهمیتی دو چندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملا هزینه های حضور در رویدادهای مهم بین المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت های جوان بازی سازی را از پذیرش ریسک سرمایه گذاری بین المللی، ناتوان کند.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری گیم کانکشن (Game Connection)، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در TGC ۲۰۱۸ - رویداد بین المللی Tehran Game Convention که رویداد تجاری (BrB) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی سازان ایرانی فرصت تعاملات بین المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن هاست و از ناشران تخصصی کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جست وجوی بازی های ایرانی، به مثابه گنجی کشف نشده به ایران می آیند. کدام شرکت ها میهمان تی جی سی هستند؟

بدون شک پرآوازه ترین ناشر میهمان تی جی سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت (Sony Interactive Entertainment) در سال ۱۳۹۳ به عنوان یکی از زیرمجموعه های گروه سونی، در توکیو تاسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی استیشن و بازی های ویدئویی است. تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی های ماین کرافت (Minecraft)، گاد آف وار (God of War) و تکن (Tekken) از جمله معروف ترین بازی های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می شود.

شرکت الکترونیک آرتز (Electronic Arts)، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می فرستد. شرکت EA سازنده و توزیع کننده بازی های محبوبی مانند فیفا (FIFA) و سیمز (The Sims) برای کنسول های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۳۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی ها و استعدادهای ناب بوده است.

هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت (Tencent) یک شرکت چندملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنزن چین است و در سال گذشته ۳۶ میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت فرم های بازی های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنرز (League of Legends)، آرنا آف والر (Arena of Valor) و دانگون فایتز (Dungeon Fighter) است.

شرکت گامینگو (Gamingo)، یک شرکت فعال در زمینه بازی های آنلاین در هامبورگ است. بازی های آیرون سایت (Iron Sight)، گانز اند روباتز (Guns and Robots) و دراگون پرافت (Dragon's Prophet)، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است. شرکت آرتیک گیمز (Articgames) از بازی سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می رود. محصولات اسپلشی کتز (SPLASHY CATS)، کریستال راش (CRYSTAL RUSH) و تاور بیلدر (TOWER BUILDER) چند نمونه از بازی های تحت اندروید و آی او اس آرتیک هستند. گیم پلن (Gameplan)، یک شرکت مشاوره در حوزه ROI صنایع دیجیتال است. گیم پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، IGN و آتریگیمز همکاری داشته است.

شرکت playarabi یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می شود. این شرکت که دفترش در دلوور آمریکا قرار دارد، به بازار ۲۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیفیشنت (The Magnificent)، هایدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارز آف نالج (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم رایج موبایلی منتشر کرده است.

بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرضه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباط اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی اندز (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ تاسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (Herocraft)، ناشر دیگری است که به تی جی سی ۲۰۱۸ می آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فرنزی (Farm Frenzy)، ترژر آف ماتنژوما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (Warhammer ۴۰,۰۰۰) سه نمونه از بازی های منتشرشده آن است.

شرکت میل رو (mail.ru) که در دوره گذشته تی جی سی نیز حضور فعالی داشت، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes) از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د روپ (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند اپل، EA، تامکو، سونی، آمازون و کوتامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و توزیع ۱۰۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری ایتو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشرکننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ در استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۳۰۰ میلیون بازیکن (گیمز) در اروپای شمالی است. الکمی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO NATION) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) شرکت ایت المنتز (AElements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است.

کنگا (Cenega) یک پخش کننده سابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آتاری، کومودور، پلی استیشن و امیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است. هاگلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درگ بازار بازی است. بازی های معمایی پلاس (Pluszle) و وردان (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynogo) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم میلیون کاربر سرویس می دهد. بازی های تحت استیم مانند کانتراستریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسنپوره ها، فورتنایت، تراوین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می شود. شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی های موبایلی اندرویدی و آی او اس است. سل کانکت (Cell Connect)، تاینی گلاادیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایونگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در کشورهای آسیای، آفریقای و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی های Virat Star Cricket و ChhotaBheem، Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است.

شرکت Kunlun Wanwei-Koramgame یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم های شبکه های اجتماعی و پلت فرم بازی های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است.

شرکت کلاباتر (Klabater) یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی های ویدیویی فعال است. بازی های آلیس وی آر (ALICE VR)، روار (ROARR) و رولوشن (WE . THE REVOLUTION) از بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت لوکوم گیمز (Lokum Games) شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه ای، بازی های آنلاینی از جمله بیلارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری cloudii را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا (connectmedia) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی هایشان مشاوره می دهد. این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA، اکتیویژن (Activision) و کونامی (Konami) را دارد. شرکت CRM همچنین در زمینه عیب یابی، نگاه اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی سازها مشاوره می دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی های ۳۶۵ پازل کلاب (Puzzle Club ۳۶۵)، بی ام دبلیو ریسینگ (BMW Racing) و کانترا (Contra ۴) از بازی های منتشرشده توسط این شرکت است.

شرکت وارگیمینگ (Wargaming) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی های آنلاین مجموعه ی ورد آف تانکز World of Tanks و World of Tanks Blitz را منتشر کرده است.

به گزارش ایسنا، دومین رویداد تی جی سی (Tehran Game Convention) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مهم ترین اهداف این رویداد را می توان ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی، سابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت های خارجی حاصل می شود.



## ناشران بین المللی بازی در راه ایران / جویندگان گنج در تی جی سی

ارتقای دانش بازی سازان داخلی و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی سازان بوده است و حضور ناشران و خریدارانی که در رویداد تی جی سی حضور می یابند، می تواند تاثیر به سزایی در این اهداف داشته باشد.

به گزارش آرمان اقتصادی، در حالی که بازی سازان ایرانی روز به روز تجربیات ارزشمند بیشتری به دست می آورند و به تعداد بازی های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می شود، لزوم گسترش تعاملات بین المللی، اهمیتی دو چندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملا هزینه های حضور در رویدادهای مهم بین المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت های جوان بازی سازی را از پذیرش ریسک سرمایه گذاری بین المللی، ناتوان کند.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری گیم کانکشن (Game Connection)، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در TGC ۲۰۱۸ - رویداد بین المللی تهران تهران Game Convention که رویداد تجاری (ByB) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی سازان ایرانی فرصت تعاملات بین المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن هاست و از ناشران تخصصی کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جست وجوی بازی های ایرانی، به متاب ه گنجی کشف نشده به ایران می آیند. کدام شرکت ها میهمان تی جی سی هستند؟

بدون شک پرآوازه ترین ناشر میهمان تی جی سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت (Sony Interactive) (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ... Entertainment)، در سال ۱۳۹۲ به عنوان یکی از زیرمجموعه های گروه سونی، در توکیو تاسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی استیشن و بازی های ویدئویی است. تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی های ماین کرافت (Mine Craft)، گاد آف وار (God of War) و تکن (Tekken)، از جمله معروف ترین بازی های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می شود.

شرکت الکترونیک آرتز (Electronic Arts)، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می فرستد. شرکت EA سازنده و توزیع کننده بازی های محبوبی مانند فیفا (FIFA) و سیمز (The Sims) برای کنسول های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۲۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی ها و استعدادهای ناب بوده است.

هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت (Tencent) یک شرکت چندملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنزن چین است و در سال گذشته ۲۶ میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت فرم های بازی های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنندز (League of Legends)، آرنا آف والور (Arena of Valor) و دانگون فایتر (Dungeon Fighter) است.

شرکت گامیگو (Gami go)، یک شرکت فعال در زمینه بازی های آنلاین در هامبورگ است. بازی های آیرون سایت (Iron sight)، گانز اند روباتز (Guns and Robots) و دراگون پرافت (Dragon's Prophet)، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است.

شرکت آرتیک گیمز (Articgames) از بازی سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می رود. محصولات اسپلشی کتز (SPLASHY CATS)، کریستال راش (CRYSTAL RUSH) و تاور بیلدر (TOWER BUILDER) چند نمونه از بازی های تحت اندروید و آی او اس آرتیک هستند.

گیم پلن (Gameplan)، یک شرکت مشاوره در حوزه ROI صنایع دیجیتال است. گیم پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، IGN و آتریگیمز همکاری داشته است.

شرکت playarabi یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می شود. این شرکت که دفترش در دلوور آمریکا قرار دارد، به بازار ۳۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیشنت (The Magnificent)، هایدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارتر آف نالج (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم رایج موبایلی منتشر کرده است.

بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرصه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباطی اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی اندز (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ تاسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (Herocraft)، ناشر دیگری است که به تی جی سی ۲۰۱۸ می آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فرنزی (Farm Frenzy)، ترژر آف مانتزوما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (۴۰۰۰۰ Warhammer)، سه نمونه از بازی های منتشرشده آن است.

شرکت میل رو (mail ru) که در دوره گذشته تی جی سی نیز حضور فعالی داشت، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes) از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د روپ (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند اپل، EA، نامکو، سونی، آمازون و کوتامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و توزیع ۱۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری اینیو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشرکننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ در استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۳۰۰ میلیون بازیکن (گیمر) در اروپای شمالی است. آلکمی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است.

شرکت ایت المنتز (AElements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است. کنگا (Cenega) یک پخش کننده سابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آتاری، کومودور، پلی استیشن و امیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است.

هاکلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درک بازار بازی است. بازی های معمایی پلاسل (Pluszle) و وردان (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynogame) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم میلیون کاربر سرویس می دهد. بازی های تحت استیم مانند کانتراستریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسطوره ها، فورتنایت، تراوین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می شود. شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی های موبایلی اندرویدی و آی او اس است. سل کانکت (Cell Connect)، (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) تاینی گلادیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایونگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد این شرکت در کشورهای آسیایی، آفریقای و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی های Virat Star Cricket و ChhotaBheem، Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است.

شرکت Kunlun Wanwei-Koramgame یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم های شبکه های اجتماعی و پلت فرم بازی های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است.

شرکت کلاباتر (Klabater) یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی های ویدئویی فعال است. بازی های آیس وی آر (ALICE VR)، روار (ROARR) و رولوشن (WE. THE REVOLUTION) از بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت لوکوم گیمز (Lokum Games) شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه ای، بازی های آنلاین از جمله بیلارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری cloudii را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا (connectmedia) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی هایشان مشاوره می دهد. این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA اکتیویژن (Activision) و کونامی (Konami) را دارد. شرکت Cym همچنین در زمینه عیب یابی، نگاه اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی سازها مشاوره می دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی های ۳۶۵ پازل کلاب (Puzzle Club ۳۶۵)، بی ام دبلیو ریسینگ (BMW Racing) و کانترا (Contra ۴) از بازی های منتشرشده توسط این شرکت است.

شرکت وارگیمینگ (Wargaming) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی های آنلاین مجموعه ی ورد اف تانکر World of Tanks World of Tanks Blitz و World of Tanks Generals را منتشر کرده است.

به گزارش ارمان اقتصادی، دومین رویداد تی جی سی (Tehran Game Convention) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مهم ترین اهداف این رویداد را می توان ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی با سابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت های خارجی حاصل می شود.

انتهای پیام



## ناشران بین المللی بازی در راه ایران / جویندگان گنج در تی جی سی (۱۳۹۵-۹۶/۰۱/۰۱)

ارتقای دانش بازی سازان داخلی و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی سازان بوده است و حضور ناشران و خریدارانی که در رویداد تی جی سی حضور می یابند، می تواند تاثیر به سزایی در این اهداف داشته باشد.

به گزارش ایسنا، در حالی که بازی سازان ایرانی روز به روز تجربیات ارزشمند بیشتری به دست می آورند و به تعداد بازی های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می شود، لزوم گسترش تعاملات بین المللی، اهمیتی دو چندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملاً هزینه های حضور در رویدادهای مهم بین المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت های جوان بازی سازی را از پذیرش ریسک سرمایه گذاری بین المللی، ناتوان کند.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری گیم کانکشن (Game Connection)، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در TGC ۲۰۱۸ - رویداد بین المللی تهران تهران Game Convention که رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی سازان ایرانی فرصت تعاملات بین المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن هاست و از ناشران تخصصی کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جست وجوی بازی های ایرانی، به مثابه گنجی کشف نشده به ایران می آیند.

کنام شرکت ها میهمان تی جی سی هستند؟ بدون شک پرآوازه ترین ناشر میهمان تی جی سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت (Sony Interactive Entertainment)، در سال ۱۳۹۳ به عنوان یکی از زیرمجموعه های گروه سونی، در توکیو تأسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی استیشن و بازی های ویدئویی است. تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی های ماین کرافت (Mine Craft)، گاد آف وار (God of War) و تکن (Tekken)، از جمله معروف ترین بازی های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می شود.

شرکت الکترونیک آرتز (Electronic Arts)، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می فرستد. شرکت EA سازنده و توزیع کننده بازی های محبوبی مانند فیفا (FIFA) و سیمز (The Sims) برای کنسول های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۳۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی ها و استعدادهای ناب بوده است.

هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت (Tencent) یک شرکت چندملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنژن چین است و در سال گذشته ۲۶ (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت فرم های بازی های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنز (League of Legends)، آرنا آف والر (Arena of Valor) و دانگون فایتر (Dungeon Fighter) است. شرکت گامیگو (GamiGo)، یک شرکت فعال در زمینه بازی های آنلاین در هامبورگ است. بازی های آیرون سایت (IronSight)، گاتز اند روباتز (Guns and Robots) و دراگون پرافت (Dragon's Prophet)، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است. شرکت آرتیک گیمز (ArtikGames)، از بازی سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می رود. محصولات اسپلشی کتز (SPLASHY CATS)، کریستال راش (CRYSTAL RUSH) و تاور بیلدر (TOWER BUILDER) چند نمونه از بازی های تحت اندروید و آی او اس آرتیک هستند. گیم پلن (Gameplan)، یک شرکت مشاوره در حوزه ROI صنایع دیجیتال است. گیم پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، IGN و آتریگیمز همکاری داشته است.

شرکت playvarabi یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می شود. این شرکت که دفترش در دلوور آمریکا قرار دارد، به بازار ۳۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیشنت (The Magnificent)، هایدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارترز آف نالج (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم رایج موبایلی منتشر کرده است.

بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرضه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباط اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی اندز (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ تاسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (HeroCraft)، ناشر دیگری است که به تی جی سی سی ۲۰۱۸ می آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فرنزی (Farm Frenzy)، ترژر آف مانتروما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (۴۰,۰۰۰ Warhammer)، سه نمونه از بازی های منتشرشده آن است.

شرکت میل رو (mail.ru) که در دوره گذشته تی جی سی نیز حضور فعالی داشت، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes)، از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د روپ (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند اپل، EA، تامکو، سونی، آمازون و کوتامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و توزیع ۱۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری ایتو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشرکننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ در استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۳۰۰ میلیون بازیکن (گیمز) در اروپای شمالی است. آلکمی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO NATION) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است.

شرکت ایت المنتز (AElements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است. کنگا (Cenega) یک پخش کننده سابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آتاری، کومودور، پلی استیشن و امیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است. هاکلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درک بازار بازی است. بازی های معمایی پلاس (Pluszle) و وردان (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynogame) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم میلیون کاربر سرویس می دهد. بازی های تحت استیم مانند کانتراستریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسپوره ها، فورت نایت، تراوین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می شود. شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی های موبایلی اندرویدی و آی او اس است. سل کانکت (Cell Connect)، تاینی گلادیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایونگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در کشورهای آسیایی، آفریقایی و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی های Virat Star Cricket، ChhotaBheem، Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است.

شرکت Kunlun [span dir=L TR]Wanwei-Koramgame یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم های شبکه های اجتماعی و پلت فرم بازی های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) شرکت کلابتر (Klabater [span dir="LTR"]) یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی های ویدئویی فعال است. بازی های آلیس وی آر (ALICE VR)، روار (ROARR) و رولوشن (WE. THE REVOLUTION) از بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت لوکوم گیمز (Lokum Games) شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه ای، بازی های آنلاینی از جمله بیلارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری cloudii را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا (connectmedia) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی هایشان مشاوره می دهد. این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA، اکتیویژن (Activision) و کونامی (Konami) را دارد. شرکت C2M همچنین در زمینه عیب یابی، نگاه اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی سازها مشاوره می دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی های ۳۶۵ پازل کلاب (Puzzle Club ۳۶۵)، بی ام دبلیو ریسینگ (BMW Racing) و کانترا (Contra ۴) از بازی های منتشرشده توسط این شرکت است.

شرکت وارگیمینگ (Wargaming) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی های آنلاین مجموعه ی ورد آف تانکز: World of Tanks Blitz و World of Tanks Generals را منتشر کرده است.

به گزارش ایسنا، دومین رویداد تی جی سی (Tehran Game Convention) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مهم ترین اهداف این رویداد را می توان ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت های خارجی حاصل می شود.

انتهای پیام



## ناشران بین المللی بازی در راه ایران / جویندگان گنج در تی جی سی (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

ارتقای دانش بازی سازان داخلی و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی سازان بوده است و حضور ناشران و خریدارانی که در رویداد تی جی سی حضور می یابند، می تواند تاثیر به سزایی در این اهداف داشته باشد.

به گزارش آی تابناک: در حالی که بازی سازان ایرانی روز به روز تجربیات ارزشمند بیشتری به دست می آورند و به تعداد بازی های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می شود، لزوم گسترش تعاملات بین المللی، اهمیتی دو چندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملا هزینه های حضور در رویدادهای مهم بین المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت های جوان بازی سازی را از پذیرش ریسک سرمایه گذاری بین المللی، ناتوان کند.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری گیم کانکشن (Game Connection)، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در TGC ۲۰۱۸ - رویداد بین المللی Tehran Game Convention که رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی سازان ایرانی فرصت تعاملات بین المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن هاست و از ناشران تخصصی کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جست وجوی بازی های ایرانی، به مثابه گنجی کشف نشده به ایران می آیند. کدام شرکت ها میهمان تی جی سی هستند؟

بدون شک پرآوازه ترین ناشر میهمان تی جی سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت (Sony Interactive Entertainment) در سال ۱۹۹۳ به عنوان یکی از زیرمجموعه های گروه سونی، در توکیو تاسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی استیشن و بازی های ویدئویی است. تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی های ماین کرافت (Minecraft)، گاد آف وار (God of War) و تکن (Tekken) از جمله معروف ترین بازی های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می شود.

شرکت الکترونیک آرتز (Electronic Arts)، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می فرستد. شرکت EA سازنده و توزیع کننده بازی های محبوبی مانند فیفا (FIFA) و سیمز (The Sims) برای کنسول های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۳۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی ها و استعدادهای ناب بوده است.

هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت (Tencent) یک شرکت چندملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنزن چین است و در سال گذشته ۲۶ میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت فرم های بازی های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنندز (League of Legends)، آرنای آف والور (Arena of Valor) و دانگون فایتر (Dungeon Fighter) است.

شرکت گامیگو (Gami go)، یک شرکت فعال در زمینه بازی های آنلاین در هامبورگ است. بازی های آیرون سایت (Ironsight)، گانز اند روباتز (Guns and Robots) و دراگون پرافت (Dragon's Prophet)، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است.

شرکت آرتیک گیمز (Artikgames) از بازی سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می رود. محصولات اسپلشی کتز (SPLASHY CATS)، کریستال راش (CRYSTAL RUSH) و تاور بیلدر (TOWER BUILDER) چند نمونه از بازی های تحت اندروید و آی او اس آرتیک هستند (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) گیم پلن (Gameplan)، یک شرکت مشاوره در حوزه ROI صنایع دیجیتال است. گیم پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، IGN و آریاگیمز همکاری داشته است.

شرکت playarabi یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می شود. این شرکت که دفترش در دلوور آمریکا قرار دارد، به بازار ۳۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیفیشنت (The Magnificent)، هایدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارتر آف نالج (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم رایج موبایلی منتشر کرده است.

بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرصه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباط اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی اذ (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ تاسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (Herocraft)، ناشر دیگری است که به تی جی سی سی ۲۰۱۸ می آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فرنزی (Farm Frenzy)، ترژر آف منتزوما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (۴۰,۰۰۰ Warhammer)، سه نمونه از بازی های منتشرشده آن است.

شرکت میل رو (mail.ru) که در دوره گذشته تی جی سی نیز حضور فعالی داشت، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes)، از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د روپ (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند ایل، EA، تامکو، سونی، آمازون و کونامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و توزیع ۱۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری اینیو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشرکننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ در استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۳۰۰ میلیون بازیکن (گیمر) در اروپای شمالی است. آلکمی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO NATION) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است.

شرکت ایت المنتز (AElements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است. کنکا (Cenega) یک پخش کننده سابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آتاری، کومودور، پلی استیشن و امیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است. هاکلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درک بازار بازی است. بازی های معمایی پلاس (Pluszle) و وردان (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynogame) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم میلیون کاربر سرویس می دهد. بازی های تحت استیم مانند کانتراستریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسطوره ها، فورتن نایت، تراوین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می شود. شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی های موبایلی اندرویدی و آی او اس است. سل کانکت (Cell Connect)، تاینی گلادیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایونگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در کشورهای آسیایی، آفریقای و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی های Mirat Star Cricket و Chhotabheem، Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است.

شرکت Kunlun Wanwei-Koramgame یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم های شبکه های اجتماعی و پلت فرم بازی های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است.

شرکت کلاباتر (Klabater) یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی های ویدیویی فعال است. بازی های آیس وی آر (ALICE VR)، روار (ROARR) و رولوشن (WE. THE REVOLUTION) از بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت لوکوم گیمز (Lokum Games) شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه ای، بازی های آنلاینی از جمله بیلبارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری cloudii را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا (connectmedia) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی هایشان مشاوره می دهد. این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA، اکتیویژن (Activision) و کونامی (Konami) را دارد. شرکت C2M همچنین در زمینه عیب یابی، نگاه (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی سازها مشاوره می دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی های ۳۶۵ پازل کلاب (Puzzle Club)، بی ام دبلیو ریسینگ (BMW Racing) و کانترا (۴ Contra) از بازی های منتشرشده توسط این شرکت است.

شرکت وارگیمینگ (Wargaming) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی های آنلاین مجموعه ی ورد اف تانکر World of Tanks و World of Tanks Blitz را منتشر کرده است.

دومین رویداد تی جی سی (Tehran Game Convention) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مهم ترین اهداف این رویداد را می توان ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت های خارجی حاصل می شود.

منبع: ایسنا



## توسعه خبرگزاری تسنیم

### ایرانی ها چقدر بازی می کنند؟ (۲۰۱۲-۲۰۱۳)

مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخیراً آماری از وضعیت بازی های رایانه ای در کشور منتشر کرده است که در گزارش پیش رو به این موضوع پرداخته ایم.

به گزارش گروه رسانه های خبرگزاری تسنیم، صنایع فرهنگی در کشور نیازمند بازشناسی و بازتعریف مجدد هستند. ایران این ظرفیت را دارد که در آینده ای نزدیک صنایع فرهنگی سهم بزرگی در تولید ناخالص داخلی بیابد. امروز در حوزه های گردشگری، تئاتر، موسیقی، صنایع دستی، هنرهای تجسمی، بازی های رایانه ای و سایر حوزه ها می توانیم افزون بر بازار داخلی، بازار منطقه ای را هم تأمین کنیم و نقش بسزایی در اشتغال ملی نیز ایفا کنیم. در این میان، بازی های رایانه ای یکی از مؤثرترین ها به شمار می آیند تا حدی که در حوزه های متنوع فرهنگ سازی، جامعه پذیری و آموزش، اهداف بزرگی برای آن ها تعریف شده است. بخش مهمی از زندگی فرزندان ما را بازی فراگرفته است؛ فرزندانی که در آینده نزدیک سکان کشور را در دست خواهند گرفت. در حوزه مطالعات پژوهشی بازی های رایانه ای بنیاد ملی بازی های رایانه ای فعالیت هایی را انجام داده و امید می رود تا یک کانون پژوهشی در حوزه بازی های رایانه ای با رویکرد آینده پژوهانه شکل گیرد. با توجه به اقتصاد مقاومتی و لزوم تقویت تولید داخلی، حمایت از بازی سازان داخلی یکی از امور لازم در این راستا خواهد بود. صنعت بازی های رایانه ای نیز یکی از مهم ترین صنایع فناورانه جهان به شمار می آید که همواره نگاهی به آینده دارد. در این میان، کشور ما نیز مصون از این تحولات نیست و به همین خاطر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سال های اخیر طرح ملی پیمایش ملی بازیکنان ایران را به اجرا گذاشته است. بنیاد ملی بازی های رایانه ای بر این باور است که لازم است نتایج این پیمایش به تفصیل مورد بررسی جامعه شناسان، روانشناسان و سیاست گذاران فرهنگی کشور قرار گیرد و نتایج آن جهت گیری دو سال آینده این صنعت را مشخص سازد. همچنین این بنیاد از تمام پژوهشگران و محققان علاقه مند دعوت کرده برای تجزیه و تحلیل کیفی نتایج این پیمایش وارد عمل شوند و این بنیاد را یاری دهند.

چهارمین پیمایش سراسری در حوزه مصرف بازی های دیجیتال در ایران که وضعیت مصرف این بازی ها در سال ۱۳۹۶ را بیان می کند با تحلیل داده های حاصل از پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در جمهوری اسلامی ایران با نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. به منظور اجرای پیمایش، از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله نخست شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند. طبق آمار این پیمایش از هر ۱۰۰ ایرانی، ۳۵ نفر بازیکن هستند. منظور از «بازیکن بازی دیجیتال» فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی های دیجیتال شامل موبایل، رایانه و کنسول بازی کند. همچنین از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر، بازیکن هستند و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانواده ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. از این بازیکنان ۴۷ درصد به رده بندی سنی بازی ها اصلاً توجه نمی کنند. ۲۹ درصد تا حدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی دارند.

۱۰ بازی پرطرفدار در ایران به ترتیب Clash Royale، Call of Duty، باقلا، Clash of Clans، PE S، GTA، Counter Strike، FIFA، Quiz of Kings و Pou هستند. سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران، ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است و بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۸۴ درصد از بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد از بازیکنان به صورت آنلاین بازی می کنند. نگاهی گذرا به نتایج چهارمین دوره این پیمایش کفایت تا روشن شود که عوامل تأثیرگذار و شاخص های این حوزه به سرعت در حال تغییر و تحول است. برای مثال، از زاویه فرهنگ و مؤلفه اوقات فراغت، یافته های این پژوهش نشان می دهد که میانگین مدت زمان بازیکنان از ۷۹ دقیقه در روز در سال ۹۴ به ۹۰ دقیقه در سال ۹۶ رسیده است. این میزان افزایش زمان بازی به طرز معنی داری حاکی از این است که ضریب نفوذ بازی های رایانه ای در میان خانواده ایرانی با سرعت زیاد در حال افزایش است. همچنین، تعداد بازیکنان از ۲۳ میلیون نفر در سال ۹۴ به ۲۸ میلیون نفر افزایش نشان می دهد و میانگین سن بازیکنان نیز از ۲۱ سال به ۱۹ سال کاهش یافته است و بالاخره از منظر بازار و اقتصاد بازی یافته های این پیمایش نشان می دهد که درآمد بازار بازی های دیجیتال از ۴۶۰ میلیارد تومان در سال ۹۴ به ۹۲۰ میلیارد تومان در پایان سال ۹۶ رسیده است. دو برابر شدن حجم بازار در سال ۹۶ نسبت به حجم بازار در سال ۹۴، از سویی ناشی از افزایش (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) نرخ تورم و ارز است و اثرپذیری بازار کشور از نوسانات اقتصادی و سیاسی را مشخص می کند؛ ولی از سوی دیگر توان صنعت در ایجاد رشدهای چشمگیر را به تصویر می کشد که با افزایش سهم تولیدات داخلی جذابیت بازار بازی را نمایان نموده است. از طرفی ورود موج جدیدی از بازیکنان کودک و نوجوان است که پس از یک سیر صعودی از سال ۱۳۸۹ با میانگین سنی ۱۶ سال تا سال ۱۳۹۴ با میانگین سنی ۲۱ سال، میانگین سنی را با کاهش مواجه کرده است و می توان آینده ای پرمخاطب تر را برای بازی های دیجیتال متصور شد. نکته دیگر آن است که اثر قابل توجه پلتفرم کنسول در درآمدهای بازار است که به خصوص با استقبال بازیکنان از آخرین کنسول سونی، یعنی PS4، تغییرات مشخصی هم در درآمدهای نرم افزاری و هم در درآمدهای سخت افزاری ایجاد کرده است. حداقل مزیت این رخداد، تغییر عادت بازیکنان به خرید بازی های لورجینال است که فرصتی برای ورود جدی به پلتفرم کنسول را فراهم می آورد. صنعت بازی های دیجیتال در ایران به تدریج مسیر پیشرفت خود را پیدا کرده است. رویدادهای بزرگی نظیر TGC, TGF, IGL و DGRC در ابعاد مختلف، عرصه وسیعی را برای پیشتازی این صنعت در کشور فراهم آورده اند. بازی سازان ایرانی در درخشان ترین دوره رقابت منطقه ای و بین المللی خود تا امروز قرار دارند. ورود و نفوذ به بازارهای بین المللی و تثبیت جایگاه خود در بازار اشیاع نشده داخلی، موتور محرکه بازی سازان برای ساخت بازی هایی با کیفیت بالاتر است. شبکه ای از پژوهشگران از رشته های مختلف دانشگاهی در جهت توسعه این صنعت در حال شکل گیری است. زمینه گسترده ای در جهت آموزش بازی سازی و انتقال دانش و فناوری روز دنیا به بازی سازان ایرانی تدارک دیده شده است. سرمایه گذاران، رفته رفته مجتوب شتاب رشد و پتانسیل های کشف نشده این صنعت رسانه ای تاثیرگذار می شوند. ژورنالایسم بازی با ظهور برندهای جوان و خلاق، مسوولیت خود را در انعکاس پیشرفت ها و بازخورد دادن درباره نقایص و کمبودهای اکوسیستم بازی های دیجیتال در کشور پذیرفته است. در این شرایط، پیمایش های دوره های و منظم، می تواند زمینه را برای تعیین وضعیت فعلی مصرف بازی های دیجیتال در کشور و همچنین اندازه گیری تغییرات روند مصرف فراهم آورد.

منبع:صبح نو



## در گفت و گوی گسترش نیوز با رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای مطرح شد؛ بازی سازی، جذاب، جوان و

پولساز! (۰۲۱-۸۲۰۰۰۰۰۰۰۰)

حسن کریمی قدوسی معتقد است صنعت بازی قابلیت صادرات بالایی دارد و در نتیجه ارزآوری بسیار خوبی برای کشور خواهد داشت، به همین دلیل هم باید بیشتر به آن توجه کرد.

صنعت بازی سازی در جهان به عنوان صنعتی فوق العاده جوان، جذاب و پولساز شناخته می شود. صنعتی که هنوز در ایران گام های نخست را برمی دارد و امیدهای بسیاری برای پیشرفت آن وجود دارد. حسن کریمی قدوسی، رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران در گفت و گو با گسترش نیوز از وضعیت صنعت بازی های رایانه ای ایران سخن می گوید. با ما همراه باشید:

وضعیت فعلی صنعت بازی های رایانه ای ایران را چگونه ارزیابی می کنید؟

صنعت بازی در کشور ما در مرحله شکل گیری قرار دارد یعنی در عین حال که ظاهراً تمام مولفه های لازم برای یک صنعت را فراهم کرده ایم اما هنوز صنعت به معنای واقعی کلمه نداریم.

واضح است که شکل گیری یک صنعت نیازمند ایجاد زنجیره ای از زیرساخت ها است. برخی از این زیرساخت ها عبارت اند از: ۱- وضع قوانین شفاف و حمایتی ۲- تزریق سرمایه ۳- حمایت از تولید داخلی در برابر رقبای خارجی

هنوز نتوانستیم اجزای این زنجیره را به هم متصل کنیم. بازی ساز بازی مورد نظر خود را می سازد بدون آن که از تمایل تاجر و سلیقه مصرف کننده اطلاع کافی داشته باشد. در واقع سه زنجیره تقاضا-تولید-عرضه هنوز نتوانسته اند به شکل مستحکم به یکدیگر متصل بشوند. البته در سال های اخیر اتفاقات خوبی رخ داده که می تواند بستر ساز آینده روشن برای این صنعت باشد اما مشروط به این که توجه کافی به جنبه های مختلف این صنعت صورت بگیرد.

شاید بتوان گفت بعد از تصویب سند "برنامه ملی بازی های رایانه ای شورای عالی فضای مجازی" در سال ۱۳۹۴ نخستین گام جدی برای حمایت از شکل گیری این صنعت برداشته شد. سعی این بوده که خروجی شورای عالی فضای مجازی طوری باشد که به صنعتی شدن بازی سازی کمک کند. دغدغه این بود که مصوبه شورا ابزاری باشد تا بسیاری سازمان ها و نهادهای مرتبط را به میدان بکشانیم و ساختارمندتر کار کنیم. اصلاً وقتی می گوییم برنامه ملی یعنی همه نهادها، به نوعی درگیر این ماجرا می شوند و باید چنین اتفاقی بیفتد زیرا ما در زمینه بازی سازی به یک عزم ملی نیاز داریم.

ایجاد عزم ملی و قانون گذاری مناسب از ضرورت های این صنعت است. در شرایط فعلی، سیاست های خوبی در ارتباط با این صنعت وجود دارد که لازم است اما کافی نیست. مهم ترین کار این است که فضای سرمایه گذاری کشور را تشویق به صرف هزینه در صنعت بازی کنیم و این نکته را جا بیندازیم که به شرط پیمودن صحیح مسیر، هر یک تومان سرمایه گذاری در صنعت بازی ۱۰ تومان بازگشت سرمایه خواهد داشت.

ما در تلاش هستیم که بازی های خود را طوری بسازیم که قابلیت عرضه در بازارهای خارجی را داشته باشد و رویداد TGC برای رسیدن به این هدف، گام مهمی محسوب می شود. یکی از اهداف ما برای تولید بازی داخلی بهتر این است که شرایط را برای بازی ساز طوری مهیا کنیم که ساخت بازی در داخل برای او، نسبت به وارد کردن بازی و فروش راحت آن، توجیه اقتصادی داشته باشد.

بازی خارجی به یک اسب زین کرده و آماده شیبه است که یک شرکت می تواند آن را خریداری کند و داخل کشور به صورت راحت و آماده به فروش برساند و مطمئن باشد که سود خوبی از این کار به دست می آورد. در مقابل برای شرکتی که قصد بازی سازی دارد شرایط به گونه ای است که باید مقدار زیادی پول خرج کند و زمان زیادی بگذارد تا اینکه بازی خود را عرضه کند، اما باز هم این تضمین برایش ایجاد نمی شود که می تواند بازی را به راحتی به (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) فروش رساننده و به سود نسبی برسد.

از طرفی ما قصد نداریم یک بازار انحصاری برای بازی های داخلی ایجاد کنیم، هدف ما این است که بازی های ایرانی در کنار بازی های خارجی رشد کنند به این معنی که بازی های خارجی نیز در کشور عرضه شوند و بازی های داخلی با آنها رقابت کنند؛ اما به هر صورت باید یک مزیت نسبی برای حمایت از بازی های داخلی قائل بشویم.

به نظر شما مهم ترین نقاط قوت و ضعف صنعت بازی های رایانه ای چیست؟

نقطه قوت این صنعت بازار مصرف بسیار بزرگ آن است و نقطه ضعفش کمبود سرمایه و نیز کمبود منابع انسانی آموزش دیده است. شفاف نبودن نحوه حمایت از تولیدات بومی و نیز موانع قانونی از دیگر مشکلات این صنعت هستند.

هرچند هنوز فاصله زیادی با استانداردهای جهانی داریم اما به سرعت در حال کم کردن این فاصله هستیم. در سال های اخیر شاهد رشد تعداد بازی های ساخته شده در ایران بوده ایم که این مسئله نشان می دهد پس از گذشت بیش از ده سال صنعت بازی سازی ما به بلوغ نزدیک شده است.

چشم انداز این صنعت را چگونه می بینید؟

آمارها می گوید که حدود ۲ هزار نفر در صنعت بازی سازی کشور مشغول به کار هستند و با ۲۲ میلیون کاربر ایرانی، بازار این صنعت سرشار از فرصت هاست. امروزه وضعیت داخلی ما به گونه ای است که شرکت های بین المللی به صورت رسمی بازی های خود را در کشور عرضه می کنند و در واقع از درآمدی که از بازار داخلی کسب می شود، سودی نیز به آنها خواهد رسید البته شرایط حاکم بر کسب و کار داخلی ما به شکلی است که بازی ایرانی نسبت به بازی خارجی هیچ مزیتی در زمینه عرضه ندارد. این حرف به معنای آن است که زمانی که یک بازی در داخل کشور تولید می شود، در هنگام عرضه همان مالیات، ارزش افزوده و ترفه ها را پرداخت می کند که بازی خارجی پرداخت می کند. از نقطه نظر دیگر؛ ما دنبال این هستیم که در منطقه در بخش بازی سازی حرفی برای گفتن داشته باشیم، کما اینکه در حال حاضر نیز داریم و به بیان بهتر فقط کشور ترکیه است که رقیب ما محسوب می شود؛ اما باز هم جای پیشرفت وجود دارد و ما به آینده روشن تری نگاه می کنیم.

آینده این صنعت به فضای دیجیتالی وابسته است زیرا بازی های آینده بیشتر به صورت آنلاین ارائه خواهند شد.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای در حال حاضر تلاش می کند که به بخش عرضه بازی در فضای مجازی پرداخته و این حوزه را ساماندهی کند. پیش از این ما به ساماندهی بازی های رایانه ای در فضای فیزیکی پرداخته ایم و سیاست مشخصی ارائه دادیم تحت این عنوان که بازی هایی در کشور رسمی هستند که هولوگرام داشته باشند و بنیاد به آنها مجوز داده باشد.

چشم انداز نهایی صنعت بازی های رایانه ای این است که متصل به بازارهای جهانی می شود و هیچ گریزی از این امر نیست. بنابراین سیاست های این صنعت باید با توجه به این نکته مهم تعیین شوند.

به عنوان حرف آخر...

صنعت بازی قابلیت صادرات بالایی دارد و در نتیجه ارزآوری بسیار خوبی برای کشور خواهد داشت؛ این صنعت صنعتی چندوجهی است و رونق آن به معنای رونق صنایع زیرساختی ارتباطات و فناوری اطلاعات است و در نتیجه رشد صنعت بازی افزون بر این که تابعی از رشد دیگر صنایع است، خودش نیز موجب رشد دیگر صنایع فناورانه می شود. دولت در این بخش احتیاج به تصدی گری ندارد و وظیفه اش محدود به نظارت و کنترل محتوایی و البته تأمین سرمایه اولیه می شود. در این میان، سیاست قطعی بنیاد ملی بازی های رایانه ای حمایت از فعالیت شرکت های خصوصی دانش بنیان کوچک و بزرگ با اتخاذ رویکردهای ایجابی به جای استراتژی های سلبی است. ما جلوگیری بی هدف و چشم بسته از ورود بازی های خارجی را به صلاح این صنعت نمی دانیم بلکه معتقدیم اتصال این صنعت به بازارهای جهانی به بهترین وجه می تواند بقا و پیشرفت آن را تضمین کند.



## ناشران بین المللی بازی در راه ایران (۱۳۹۴-۱۳۹۵-۱۳۹۶)

ارتقای دانش بازی سازان داخلی و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی سازان بوده است و حضور ناشران و خریدارانی که در رویداد تی جی سی حضور می یابند، می تواند تاثیر به سزایی در این اهداف داشته باشد.

به گزارش شفاف، در حالی که بازی سازان ایرانی روز به روز تجربیات ارزشمند بیشتری به دست می آورند و به تعداد بازی های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می شود، لزوم گسترش تعاملات بین المللی، اهمیتی دو چندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملا هزینه های حضور در رویدادهای مهم بین المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت های جوان بازی سازی را از پذیرش ریسک سرمایه گذاری بین المللی، ناتوان کند.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری گیم کانکشن (Game Connection)، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در TGC ۲۰۱۸ - رویداد بین المللی Tehran Game Convention که رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی سازان ایرانی فرصت تعاملات بین المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن هاست و از ناشران تخصصی کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جست و جوی بازی های ایرانی، به متابجه گنجی کشف نشده به ایران می آیند.

کدام شرکت ها میهمان تی جی سی هستند؟

بدون شک پرواوزه ترین ناشر میهمان تی جی سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت (Sony Interactive Entertainment) در سال ۱۳۹۳ به عنوان یکی از زیرمجموعه های گروه سونی، در توکیو تاسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی استیشن و بازی های ویدئویی است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی های ماین کرافت (Mine Craft)، گاد آف وار (God of War) و تکن (Tekken)، از جمله معروف ترین بازی های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می شود.

شرکت الکترونیک آرتز (Electronic Arts)، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می فرستد. شرکت EA سازنده و توزیع کننده بازی های محبوبی مانند فیفا (FIFA) و سیمز (The Sims) برای کنسول های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۲۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی ها و استعداد های ناب بوده است.

هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت (Tencent) یک شرکت چند ملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنزن چین است و در سال گذشته ۲۶ میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت فرم های بازی های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنرز (League of Legends)، آرنا آف والر (Arena of Valor) و دانگون فایتر (Dungeon Fighter) است.

شرکت گامیگو (Gamingo)، یک شرکت فعال در زمینه بازی های آنلاین در هامبورگ است. بازی های آیرون سایت (Iron Sight)، گانز اند روباتز (Guns and Robots) و دراگون پرافت (Dragon's Prophet)، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است.

شرکت آرتیک گیمز (Articgames) از بازی سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می رود. محصولات اسپلشی کتز (SPLASHY CATS)، کریستال راش (CRYSTAL RUSH) و تاور بیلدر (TOWER BUILDER) چند نمونه از بازی های تحت اندروید و آی او اس آرتیک هستند.

گیم پلن (Gameplan)، یک شرکت مشاوره در حوزه ROI صنایع دیجیتال است. گیم پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، IGN و آریاگیمز همکاری داشته است.

شرکت playarabi یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می شود. این شرکت که دفترش در دلوور آمریکا قرار دارد، به بازار ۲۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیفیشنت (The Magnificent)، هاییدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارز آف نالج (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم رایج موبایلی منتشر کرده است.

بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرضه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباط اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی اندز (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ تأسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (Herocraft)، ناشر دیگری است که به تی جی سی ۲۰۱۸ می آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فرنزی (Farm Frenzy)، ترژر آف ماتزوما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (Warhammer ۴۰,۰۰۰) سه نمونه از بازی های منتشر شده آن است.

شرکت میل رو (mail.ru) که در دوره گذشته تی جی سی نیز حضور فعالی داشت، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes) از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د راب (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند اپل، EA، نامکو، سونی، آمازون و کوانامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و توزیع ۱۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری ایتو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشر کننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ از استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۲۰۰ میلیون بازیکن (گیمز) در اروپای شمالی است. آلکمی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO NATION) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است.

شرکت ایت المنتز (AElements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است.

کنگا (Cenega) یک پخش کننده با سابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آناری، کومودور، پلی استیشن و امیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است.

هاکلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درک بازار بازی است. بازی های معمایی پلاس (Pluszle) و ورد آن (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynogame) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم میلیون کاربر سرویس می دهد. بازی های تحت استیم مانند کانتر استریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسپوردها، فورتنایت، تراوین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می شود.

شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی های موبایلی اندرویدی و آی او اس است. سل کانکت (Cell Connect)، تاینی گلادیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایونینگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی های (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در کشورهای آسیایی، آفریقای و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی های Virat Star Cricket, ChhotaBheem, Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است.

شرکت Kunlun Wanwei-Koramgame یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم های شبکه های اجتماعی و پلت فرم بازی های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است.

شرکت کلاباتر (Klabater) یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی های ویدیویی فعال است. بازی های آلیس وی آر (ALICE VR)، روار (ROARR) و رولوشن (WE. THE REVOLUTION) از بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت لوکوم گیمز (Lokum Games) شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه ای، بازی های آنلاینی از جمله بیلارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری cloudii را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا (connectvmedia) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی هایشان مشاوره می دهد. این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA، اکتیویژن (Activision) و کونامی (Konami) را دارد. شرکت CyM همچنین در زمینه عیب یابی، نگاه اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی سازها مشاوره می دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی های ۳۶۵ پازل کلاب (Puzzle Club ۳۶۵)، بی ام دبلیو ریسینگ (BMW Racing) و کانترا (Contra ۴) از بازی های منتشرشده توسط این شرکت است.

شرکت وارگیمینگ (Wargaming) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی های آنلاین مجموعه ی ورد آف تانکز World of Tanks و World of Tanks Blitz را منتشر کرده است.

دومین رویداد تی جی سی (Tehran Game Convention) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مهم ترین اهداف این رویداد را می توان ارتقای دانش بازی سازان داخلی یا حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت های خارجی حاصل می شود.



## جمعیت گیمرهای کشور ۲۸ میلیونی شد (۱۳۹۵-۹۶-۹۷-۹۸)

وزیرفرهنگ و ارشاد اسلامی در صفحه شخصی خود در توییتر با اشاره به جدیدترین آمار وضعیت استفاده از بازی های رایانه ای در ایران اعلام کرد بر اساس جدیدترین آمار بازی های رایانه ای، در ایران ۲۸ میلیون نفر با متوسط ۹۰ دقیقه بازی در روز و میانگین سنی ۱۹ سال بازی رایانه ای انجام می دهند. سید عباس صالحی همچنین نوشت: بازاربازی در ایران در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان و سهم بازی های بومی ۱۴ درصد بوده است.

این آمار که بخشی از آن توسط وزیر ارشاد منتشر شده، اطلاعاتی است که از گزارش نهایی پیمایش دوسالانه مرکز پژوهش های بنیاد ملی بازی های رایانه ای با عنوان «تمای باز ۱۳۹۶» شامل داده های آماری بازار مصرف بازی های دیجیتال در ایران، استخراج شده است.

بر اساس این گزارش که جزئیات آن روز گذشته در نشست خبری مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (ناپراک) اعلام شد، نرخ رشد مرکب تعداد بازیکنان نسبت به دوره پیمایشی گذشته ۱۲ درصد بوده است که این رشد طی دوسال می تواند بیانگر گسترش استفاده از گوشی های هوشمند و تبلت و دسترسی ساده تر به بازی ها باشد.

حسن کریمی قدوسی با اشاره به این که پیمایش وضعیت مصرف بازی ها در کشور هر دوسال یک بار انجام می شود، گفت: طی سال گذشته هم پیمایش جدید با استفاده از هشت هزار پرسش نامه تبلتی و غیرکاغذی در سراسر کشور و حتی شهرهای کوچک و روستاها صورت گرفت که براساس شاخص های مهم آماری ارائه شده در این گزارش، از مجموع ۲۸ میلیون گیمر ایرانی در سال ۹۶، ۷۴ درصد مبتدی، ۱۸ درصد نیمه حرفه ای و ۸ درصد حرفه ای محسوب می شوند.

خداحافظی گیمرها از رایانه های شخصی

کریمی قدوسی در ادامه این گزارش از کاهش نرخ رشد استفاده از رایانه های شخصی در قیاس با دو پلتفرم دیگر یعنی «گوشی های هوشمند» و «کنسول های خانگی» خبر داد و گفت: در میان سه پلتفرم بازی، در این دو سال شاهد رشد ۱۹ درصدی استفاده از کنسول های خانگی هستیم که سهم بیشتر در این رشد را هم آقایان داشته اند و این به معنای مردانه بودن بازار استفاده از کنسول های خانگی است.

میانگین سنی بازیکنان از ۲۱ به ۱۹ سال رسیده است

کریمی قدوسی همچنین به تغییر میانگین سنی بازیکنان بازی های رایانه ای در کشور اشاره کرد و افزود: تغییر مهمی که در ترکیب گیمرها شاهد بوده ایم، میانگین سنی بازیکنان است که در سال ۹۴، ۲۱ سال بود اما در سال ۹۶ به ۱۹ سال رسیده که برخلاف روند جهانی و یک تهدید است. در آمریکا این میانگین ۲۵ سال است. هرچه میانگین سنی کمتر باشد، سود بازی برای انتخاب آگاهانه نیز کمتر خواهد بود.

۹۲۰ میلیارد تومان حجم بازار بازی های رایانه ای ایران در سال ۹۶

کریمی قدوسی حجم گردش مالی بازار بازی های رایانه ای ایران را در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان اعلام کرد و افزود: این رقم در سال ۹۴، ۴۶۰ میلیارد تومان بوده که بیش از دو برابر رشد داشته است و بیشترین سهم در این بازار مربوط به خرید سخت افزار و به طور خاص پلی استیشن ۴ بوده که متأسفانه (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) اکثر این کنسول ها به صورت قاچاقی به بازار عرضه شده است. سهم ۵۸ درصدی بازی های موبایلی در بازار بازی های دیجیتال وی به سهم ۵۸ درصدی بازی های موبایلی در بازار بازی های دیجیتال هم اشاره کرد و گفت: در سال ۹۶ حدود ۱۴ درصد درآمد بازی ها مربوط به بازی های بومی بوده است که نسبت به آمار ۱۱ درصدی سال ۹۴ شاهد رشد ۳ درصدی بوده ایم - رشد ۱۴۰ درصدی درآمد بازی های بومی وی همچنین افزود: رشد ۳ درصدی مربوط به حجم بازار بازی های رایانه ای از نظر درآمد ریالی، باعث رشد ۱۴۰ درصدی درآمد بازی های بومی شده است. سرانه مطالعه ۱۲ دقیقه؛ سرانه بازی ۳۱ دقیقه سیدحسینی و مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال نیز در این نشست با اشاره به رشد خیره کننده بازی های رایانه ای در قیاس با دیگر رسانه ها در جهان گفت تاگر بخواهیم آمار ۳۱ دقیقه ای سرانه استفاده از بازی های رایانه ای را با سرانه مطالعه که به تازگی از سوی وزارت ارشاد ۱۲ دقیقه اعلام شد مقایسه کنیم، شاهد تفاوت چشمگیری خواهیم بود. به گفته وی هم اکنون از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر استفاده کننده بازی های رایانه ای هستند که از این جمعیت ۶۶ درصد زیردبلم هستند و تنها یک درصد تحصیلات دکترا و بالاتر دارند. کدام استان ها بیشترین گیمر را دارند؟ مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای همچنین چهار استان تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس را استان های دارای بیشترین گیمر در ایران معرفی کرد. وی همچنین افزود: از میان گیمرها ۷۸ درصد مجرد، ۱۵ درصد متأهل با فرزند و ۷ درصد متأهل بدون فرزند بوده اند و نکته جالب این که در میان متأهلان با فرزند، درصد مادران بازیکن بیشتر از پدران بوده است. همچنین طبق آمار ها، از مجموع ۲۸ میلیون بازیکن ایرانی در سال ۸۶، ۱۸ درصد بازی را خرید و بقیه از بازی های رایگان استفاده کرده اند.



## ناشران بین المللی بازی در راه ایران

بازی های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می شود، لزوم گسترش تعاملات بین المللی، اهمیتی دو چندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملا هزینه های حضور در رویدادهای مهم بین المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت های جوان بازی سازی را از پذیرش ریسک سرمایه گذاری بین المللی، ناتوان کند.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری گیمر کانکشن (Game Connection)، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در TGC ۲۰۱۸ - رویداد بین المللی Tehran Game Convention که رویداد تجاری (BrB) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی سازان ایرانی فرصت تعاملات بین المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن هاست و از ناشران تخصصی کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جست وجوی بازی های ایرانی، به منابه گنجی کشف نشده به ایران می آیند. کدام شرکت ها میهمان تی جی سی هستند؟

بدون شک پرآوازه ترین ناشر میهمان تی جی سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت (Sony Interactive Entertainment) در سال ۱۳۹۳ به عنوان یکی از زیرمجموعه های گروه سونی، در توکیو تاسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی استیشن و بازی های ویدئویی است. تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی های ماین کرافت (Minecraft)، گاد آف وار (God of War) و تکن (Tekken) از جمله معروف ترین بازی های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می شود.

شرکت الکترونیک آرتز (Electronic Arts)، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می فرستد. شرکت EA سازنده و توزیع کننده بازی های محبوبی مانند فیفا (FIFA) و سیمز (The Sims) برای کنسول های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۳۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی ها و استعدادهای ناب بوده است.

هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت (Tencent) یک شرکت چندملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنزن چین است و در سال گذشته ۲۶ میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت فرم های بازی های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنرز (League of Legends)، آرنا آف والر (Arena of Valor) و دانگون فایتز (Dungeon Fighter) است.

شرکت گامیگو (GamiGo)، یک شرکت فعال در زمینه بازی های آنلاین در هامبورگ است. بازی های آیرون سایت (IronSight)، گانز اند روباتز (Guns and Robots) و دراگون پرافت (Dragon's Prophet)، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است. شرکت آرتیک گیمرز (ArticGames) از بازی سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می رود. محصولات اسپلشی کتز (SPLASHY CATS)، کریستال راش (CRYSTAL RUSH) و تاور بیلدر (TOWER BUILDER) چند نمونه از بازی های تحت اندروید و آی او اس آرتیک هستند. گیمر پلن (Gameplan)، یک شرکت مشاوره در حوزه ROI صنایع دیجیتال است. گیمر پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، IGN و آتریگیمز همکاری داشته است.

شرکت playvarabi یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می شود. این شرکت که دفترش در دلوور آمریکا قرار دارد، به بازار ۳۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیشنت (The Magnificent)، هایدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارز آف نالج (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ... راجع موبایلی منتشر کرده است.

بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرصه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباط اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی اندز (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ تاسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (Herocraft)، ناشر دیگری است که به تی جی سی ۲۰۱۸ می آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فرنزی (Farm Frenzy)، ترژر آف مانتروما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (۴۰,۰۰۰ Warhammer)، سه نمونه از بازی های منتشرشده آن است.

شرکت میل رو (mail.ru) که در دوره گذشته تی جی سی نیز حضور فعالی داشت، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes)، از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د روپ (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند اپل، EA، تامکو، سونی، آمازون و کوتامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و توزیع ۱۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری ایتو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشرکننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ در استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۳۰۰ میلیون بازیکن (گیمر) در اروپای شمالی است. آلکمی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO NATION) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است.

شرکت ایت المنتز (AElements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است. کنگا (Cenega) یک پخش کننده با سابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آتاری، کومودور، پلی استیشن و امیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است. هاکلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درک بازار بازی است. بازی های معمایی پلاس (Pluszle) و وردان (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynoga) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم میلیون کاربر سرویس می دهد. بازی های تحت استیم مانند کانتراستریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسطوره ها، فورتن نایت، تراوین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می شود. شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی های موبایلی اندرویدی و آی او اس است. سل کانکت (Cell Connect)، تاینی گلادیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایونگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در کشورهای آسیایی، آفریقای و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی های Virat Star Cricket، ChhotaBheem، Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است.

شرکت Kunlun Wanwei-Koramgame یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم های شبکه های اجتماعی و پلت فرم بازی های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است.

شرکت کلاباتر (Klabater) یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی های ویدئویی فعال است. بازی های آیس وی آر (ALICE VR)، روار (ROARR) و رولوشن (WE. THE REVOLUTION) از بازی های توزیع شده توسط این شرکت است. شرکت لوکوم گیمز (Lokum Games) شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه ای، بازی های آنلاینی از جمله بیلارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری cloudii را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا (connectmedia) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی هایشان مشاوره می دهد. این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA، اکتیویژن (Activision) و کونامی (Konami) را دارد. شرکت CyM همچنین در زمینه عیب یابی، نگاه اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی سازها مشاوره می دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی های ۳۶۵ پازل کلاب (Puzzle Club ۳۶۵)، بی ام دبلیو ریسینگ (BMW Racing) و کانترا (Contra ۴) از بازی های منتشرشده توسط این شرکت است.

شرکت وارگیمینگ (Wargaming) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی های آنلاین مجموعه ی ورد آف تانکز World of Tanks، World of Tanks Blitz و World of Tanks (ادامه دارد ...)



## عصر اقتصاد

(ادامه خبر ... Generals را منتشر کرده است.

دومین رویداد تی جی سی (Tehran Game Convention) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مهم ترین اهداف این رویداد را می توان ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت های خارجی حاصل می شود.

منبع: ایسنا



## خابل خبر

## ابراهیمی مطرح کرد: بازار ۲۵ میلیون نفری ایران برای بازی های رایانه ای / بازی سازان خارجی جوان های ایرانی هستند (۱۳/۰۹/۹۵-۱۳۹۴)

عضو هیات ریسه کمیسیون فرهنگی مجلس می گوید در نمایشگاه بازی های دیجیتال و رایانه ای در آلمان، جوانان ایرانی زیادی حضور داشتند که برای شرکت های خارجی تولید برنامه کرده بودند.

علیرضا ابراهیمی در گفت و گو با خبرنگار خبرگزاری خانه ملت با بیان اینکه ۲۵ میلیون ایرانی روزانه مشغول بازی های رایانه ای و دیجیتال هستند، گفت: بودجه ۱۲ میلیاردی بنیاد ملی بازی های رایانه ای رقمی ناچیز و اندک برای رقابت با بازی های خارجی و قاچاق است.

نماینده مردم آزادشهر و رامیان در مجلس شورای اسلامی با یادآوری سفر خود به آلمان برای حضور در نمایشگاه بازی های دیجیتال و رایانه ای، گفت: در این نمایشگاه جوانان ایرانی زیادی حضور داشتند که برای شرکت های خارجی تولید برنامه کرده بودند و این نشانه عدم حمایت مناسب از جوانان بازی ساز و ناچار شدن آنها برای مهاجرت است.

وی افزود: در تولید و ساخت بازی های دیجیتال جزو کشورهای مطرح در آسیا و دنیا هستیم؛ بنابراین در این حوزه می توان بسیار موفق عمل کرد. این نماینده مردم در مجلس دهم با یادآوری اینکه بنیاد ملی در تلاش برای افزایش تولید بازی های دیجیتال است، تصریح کرد: تیم جوان و متخصصی در بنیاد مشغول فعالیت هستند و انتظار می رود بتوان با تولید و محتوای مناسب با بازی های خارجی رقابت کرد و از این فرصت برای شکوفایی صنعت بازی سازی و افزایش اشتغال گام برداشت.

ابراهیمی قاچاق بازی های رایانه ای را چالشی جدی در مسیر تولیدکنندگان داخلی دانست و گفت: متأسفانه این بازی ها خشونت و مسائل جنسی را ترویج می دهند؛ در این رابطه می طلبد مسئولان در حوزه مبارزه با قاچاق به صورت جدی تر گام برداشته، نظارت ها را تشدید کرده و از سویی حمایت مناسب از تولیدکنندگان داخلی و اختصاص بودجه کافی در دستور کار قرار گیرد.

نماینده مردم آزادشهر و رامیان در مجلس دهم با تأکید بر اینکه با بودجه فعلی نمی توان با تولیدکنندگان خارجی رقابت کرد، تصریح کرد: با کمبود بودجه زیادی در این حوزه مواجه هستیم؛ این در حالی بوده که به سیستم های پیشرفته ای برای تولید بازی نیاز داریم و خرید آنها نیز نیازمند صرف هزینه گزاف است. عضو هیات ریسه کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی افزود: با رفع کمبود بودجه در این حوزه تولیدکنندگان داخلی به سمت تولید برنامه های مناسب با مضامین ایرانی و اسلامی گام برداشته و از روی آوردن نوجوانان و جوانان به سمت بازی های خارجی و قاچاق که خشونت را ترویج می دهند، جلوگیری شود؛ از سویی با تولید این برنامه ها می توان فرهنگ ایرانی را به دنیا معرفی کرد.

پایان پیام



## 3aziCenter.com

## بزرگترین رقابت بازی سازی مستقل برای رایانه های شخصی (۱۳/۰۹/۹۵-۱۳۹۴)

دومین دوره ی رویداد لول آپ (Level Up)، با هدف تولید و ساخت بازی های کامپیوتری برای رایانه های شخصی و با تمرکز با فرهنگ بازی سازی مستقل برگزار می شود.

در این رویداد که از همین امروز ثبت نام آن آغاز می شود و تا ۲۲ تیر ماه هم ادامه پیدا می کند، به گفته امیرحسین قصبی، مدیرعامل شرکت فن افزار، در امتداد شعار جهانی سازی دوره گذشته، عبارت «تیم بساز، بازی بساز» برای معرفی خط مشی برگزیده شده است تا اهمیت تیم سازی و نگرش گروهی را برای بازی سازان جوان پر رنگ کند.

او در توضیح تغییر نگاه این رویداد محبوب به سمت بازی های رایانه ای گفت: «باور داریم که علی رغم توجه مضاعف به بازی های موبایل، هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد. از سوی دیگر، امسال، شرکت فن افزار در کنار خود هیولا، پلتفرم عرضه دیجیتال بازی های کامپیوتری را نیز به عنوان بازوی برگزار کننده رویداد می بیند و از همین رو تصمیم گرفته است که در این دوره روی بازی های کامپیوتری (PC Games) و فرهنگ بازی سازی مستقل تمرکز شود.»

محتوای ایرانی برای بازارهای جهانی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) اولین دوره این رویداد دو سال پیش با شعار «در مسیر جهانی شدن» برگزار شد که در طی آن، ۱۷۴ تیم از اقصی نقاط ایران به رقابت پرداختند و ۶۴ محصول وارد مرحله داوری شدند. تفاوت عمده این دوره نسبت به دوره پیشین بها دادن به «قالب (Theme)» در بازی سازی است. امیرحسین فصیحی درباره چارچوب های بازی سازی در این دوره از رویداد **level up** چنین می گوید: «امسال، تم ساختاری و تم محتوایی برای بازی های در نظر گرفته شده است. تم ساختاری، نوع بازی را مشخص می کند و تم محتوایی نیز با تکیه بر فرهنگ و هنر ایرانی، حال و هوای کلی بازی را روایت می کند.»

او در این مراسم از جای خالی بازی های رقابتی چندنفره در بازار ایران سخن گفت و اضافه کرد: «بازی هایی که ساخته می شوند باید از نوع چندنفره رقابتی (Competitive Multiplayer) باشند. چنین سبک بازی های در بازار ایران کمتر یافت می شوند و در بازارهای جهانی نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند و طرفداران بسیاری دارند. ساخت بازی های چندنفره رقابتی با الهام گرفتن از فرهنگ غنی و هنر ایرانی می تواند مخاطب های داخلی و خارجی را به سمت بازی های مستقل ایرانی بکشاند.»

او همچنین درباره تمرکز این رویداد برای تولید بازی روی کامپیوترهای شخصی سخن گفت: «بستر ایده آل برای این دست بازی ها، رایانه های شخصی است. به همین منظور تصمیم گرفتیم امسال تمرکز را روی این بخش از صنعت بازی بگذاریم و تیم های مستقل را تشویق کنیم تا در این راه قدم بگذارند.»

ثبت نام در رویداد کسری تهرانی، مدیر توسعه تجاری هیولا، در توضیح روند برگزاری رویداد گفت: «تیم های علاقه مند به شرکت در رویداد **Level Up** فرصت دارند در بازه ی زمانی ۱۱ تا ۲۲ تیر در وب سایت [levelup.fanafzar.com](http://levelup.fanafzar.com) مشخصات خود را ثبت کنند. البته تدابیری نیز اتخاذ شده است تا کسانی که تیم کامل ندارند بتوانند تیم سازی و در این رویداد شرکت کنند.»

به گفته این مدیر هیولا، تیم ها پس از تأیید و ورود به رویداد می توانند از بین مربیان (Mentor) یکی را به عنوان مربی خود انتخاب کنند تا در طول این دوره از تجربه های او استفاده کنند و هنگام ساخت بازی از راهنمایی های او کمک بگیرند.

او از علاقه مندان دعوت کرد برای اطلاعات بیشتر به صفحه های اجتماعی رویداد لول آپ و هیولا در توئیتر و اینستاگرام یا [Hayoola.com](http://Hayoola.com) مراجعه کنند. تهرانی همچنین به روند برگزاری رویداد و مراحل آن اشاره کرد و افزود: «تیم های ثبت نامی ۸ هفته فرصت دارند تا پروژه خود را بسازند. این رویداد در سه مرحله برگزار خواهد شد. شرکت کنندگان باید برای عبور از هر مرحله، موارد خواسته شده از آن ها را ارسال کنند. آخرین مرحله یا همان مرحله سوم، ارسال خروجی بازی است که باید نسخه آزمایشی قابل بازی (Playable Demo) باشد به طوری که جذابیت و حس و حال بازی را کاملاً به نمایش بگذارد. در واقع، به اصطلاح بازی سازان باید برشی عمودی (Vertical Slice) از بازی باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر ویدئو آموزشی فن افزار درباره برش عمودی را در آپارات ببینید.»

جوایز و داوری مسابقه

یاسر ژبان، یکی از مربیان رویداد، با اعلام آنکه بخشی از جوایز مسابقه به ترتیب مبلغ ۳۰، ۱۵ و ۷ میلیون تومانی برای تیم های اول تا سوم است گفت: «با حمایت هیولا از این رویداد، بازی سازان در این دوره می توانند محصول تولیدی شان را تحت عنوان «دسترسی سریع» (Early Access) که روشی مرسوم در بازی سازی مستقل برای تأمین سرمایه جمعی است در این پلتفرم عرضه کنند. به این ترتیب تیم ها می توانند از این فرصت و سرمایه ای که به دست می آورند برای تکمیل محصول خود استفاده کنند.»

او تأکید کرد تیم ها باید بتوانند بر اساس شرایطی که در وب سایت توضیح داده شده است محصولی قابل بازی تا هیئت داوران این رویداد آن را در روز قضاوت ارزشگذاری کنند. همچنین در ادامه افزود: «**Level Up** در تلاش است تا فضایی پدید آورد که علاقه مندان و تیم های بازی سازی بیشتری به سمت توسعه بازی های مستقل قدم بردارند. با افزایش بازی های مستقل و کیفیت آن ها، صنعت بازی سازی ایران می تواند قدم های بهتر و بیشتری رو به جلو بردارد.»

در مراسم افتتاحیه رویداد، حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز حضور داشت و در سخنان خود به نقش حمایتی بنیاد اشاره کرد و گفت: «صنعت بازی یکی از صنایع پرسود دنیاست. این بخش از صنعت پتانسیل بسیاری برای صادرات دارد و تاکنون چند تیم بازی سازی نشان داده اند که بازی ایرانی می تواند مخاطبان بین المللی جذب کند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای از هر رویداد باکیفیتی که باعث رشد صنعت و تیم های بازی سازی ایرانی شود حمایت می کند. همچنین، بنیاد از برگزیدگان این رویداد نیز حمایت کافی برای ورود به بازار تجاری خواهد کرد.»

تمرکز مثبت مجموعه هایی مانند هیولا منجر به توسعه فرهنگ بازی سازی دانش محور به خصوص در زمینه های مهجوری مانند بازی های رایانه ای خواهد شد که برای بخش حرفه ای تر و کارگشته تر بازار سرگرمی های دیجیتال به شدت جذاب هستند.

رویداد بازی سازی **Level Up** برآمده از تفکر و اندیشه یک تیم بازی سازی مستقل است که توانسته با تکیه بر ارزش های فرهنگی و هنری ایرانی محصولاتی را تولید کند که در بازارهای جهانی نیز مخاطبان بسیاری داشته باشند. برگزارکنندگان این رویداد تلاش می کنند تا فرهنگ و شجاعت ساخت بازی مستقل را در ایران تقویت کنند تا صنعت بازی سازی در ایران غنای بیشتری پیدا کند.



## آغاز دومین دوره رویداد Level Up با تمرکز روی بازی های پی سی رقابتی (۱۳۹۶-۱۳۹۷-۰۷/۱۱)

روز گذشته، در نشست خبری با حضور مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و اعضای استودیو فن افزار، دومین دوره رویداد Level Up معرفی و آغاز شد.

دومین دوره رویداد لول آپ، روز گذشته با حضور اعضای استودیو فن افزار و اصحاب رسانه به طور رسمی معرفی شد و ثبت نام در این دوره آغاز شد. دومین دوره رویداد Level Up با هدف تولید و ساخت بازی های ویدیویی برای رایانه های شخصی و با تمرکز بر فرهنگ بازی سازی مستقل برگزار می شود. ثبت نام در این رویداد از دیروز، یازدهم تیر ماه آغاز شد و تا ۲۲ تیر نیز ادامه می کند. شمار دومین دوره این رویداد «تیم بساز، بازی بساز» است که خط مشی این دوره را که تمرکز بر تیم سازی و بهبود دادن نگرش گروهی توسعه دهندگان جوان است به خوبی نشان می دهد.

امیرحسین فصیحی، مدیرعامل شرکت فن افزار، شرکتی که برگزار کننده این رویداد است، در توضیح تمرکز دوره دوم Level Up روی بازی های پی سی گفت:

ماور داریم که علی رغم توجه مضاعف به بازی های موبایل، هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد. از سوی دیگر، امسال، شرکت فن افزار در کنار خود هیولا، پلتفرم عرضه دیجیتال بازی های کامپیوتری را نیز به عنوان بازوی برگزار کننده رویداد می بیند و از همین رو تصمیم گرفته است که در این دوره روی بازی های کامپیوتری (PC Games) و فرهنگ بازی سازی مستقل تمرکز شود.

اولین دوره این رویداد دو سال پیش با شمار «در مسیر جهانی شدن» برگزار شد که در طی آن، ۱۷۴ تیم از اقصی نقاط ایران به رقابت پرداختند و ۶۴ محصول وارد مرحله داوری شدند. تفاوت عمده این دوره نسبت به دوره پیشین بها دادن به تیم در بازی سازی است. امیرحسین فصیحی درباره چارچوب های بازی سازی در این دوره از رویداد افزود چنین می گوید:

امسال، تیم ساختاری و تیم محتوایی برای بازی های در نظر گرفته شده است. تیم ساختاری، نوع بازی را مشخص می کند و تیم محتوایی نیز با تکیه بر فرهنگ و هنر ایرانی، حال و هوای کلی بازی را روایت می کند.

او در این مراسم از جای خالی بازی های رقابتی چندنفره در بازار ایران سخن گفت و اضافه کرد:

بازی هایی که ساخته می شوند باید از نوع چندنفره رقابتی (Competitive Multiplayer) باشند. چنین سبک بازی های در بازار ایران کمتر یافت می شوند و در بازارهای جهانی نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند و طرفداران بسیاری دارند. ساخت بازی های چندنفره رقابتی با الهام گرفتن از فرهنگ غنی و هنر ایرانی می تواند مخاطب های داخلی و خارجی را به سمت بازی های مستقل ایرانی بکشاند. بستر ایده آل برای این دست بازی ها، رایانه های شخصی است. به همین منظور تصمیم گرفتیم امسال تمرکز را روی این بخش از صنعت بازی بگذاریم و تیم های مستقل را تشویق کنیم تا در این راه قدم بگذارند.

در ادامه مراسم، کسری تهرانی، مدیر توسعه تجاری هیولا، در توضیح روند برگزاری رویداد گفت:

تیم های علاقه مند به شرکت در رویداد Level Up فرصت دارند در بازه ی زمانی ۱۱ تا ۲۲ تیر در وب سایت این رویداد مشخصات خود را ثبت کنند و در آن شرکت کنند. البته تنابیری نیز اتخاذ شده است تا کسانی که تیم کامل ندارند بتوانند تیم سازی و در این رویداد شرکت کنند.

به گفته تهرانی، تیم ها پس از تأیید و ورود به رویداد می توانند از بین مریبان یکی را به عنوان مربی خود انتخاب کنند تا در طول این دوره از تجربه های او استفاده کرده و هنگام ساخت بازی از راهنمایی های او کمک بگیرند. تهرانی همچنین به روند برگزاری رویداد و مراحل آن اشاره کرد و افزود:

تیم های ثبت نامی ۸ هفته فرصت دارند تا پروژه خود را بسازند. این رویداد در سه مرحله برگزار خواهد شد. شرکت کنندگان باید برای عبور از هر مرحله، موارد خواسته شده از آن ها را ارسال کنند. آخرین مرحله یا همان مرحله سوم، ارسال خروجی بازی است که باید نسخه آزمایشی قابل بازی (Playable Demo) باشد به طوری که جذابیت و حس و حال بازی را کاملا به نمایش بگذارد. در واقع، به اصطلاح بازی سازان باید برشی عمودی (Vertical Slice) از بازی باشد.

یاسر ژبان، یکی از مریبان رویداد، با اعلام آنکه بخشی از جوایز مسابقه به ترتیب مبلغ ۳۰، ۱۵ و ۷ میلیون تومانی برای تیم های اول تا سوم است گفت: با حمایت هیولا از این رویداد، بازی سازان در این دوره می توانند محصول تولیدی شان را تحت عنوان «دسترسی پیش از موعد» (Early Access) که روشی مرسوم در بازی سازی مستقل برای تأمین سرمایه جمعی است در این پلتفرم عرضه کنند. به این ترتیب تیم ها می توانند از این فرصت و سرمایه ای که به دست می آورند برای تکمیل محصول خود استفاده کنند.

او تأکید کرد تیم ها باید بتوانند بر اساس شرایطی که در وب سایت توضیح داده شده است محصولی قابل بازی تا هیئت داوران این رویداد آن را در روز قضاوت ارزشگذاری کنند. همچنین در ادامه افزود:

Level Up در تلاش است تا فضایی پدید آورد که علاقه مندان و تیم های بازی سازی بیشتری به سمت توسعه بازی های مستقل قدم بردارند. با افزایش بازی های مستقل و کیفیت آن ها، صنعت بازی سازی ایران می تواند قدم های بهتر و بیشتری رو به جلو بردارد.

در مراسم افتتاحیه رویداد، حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز حضور داشت و در سخنان خود به نقش حمایتی بنیاد اشاره کرد و گفت:

دوره اول رویداد لول آپ، چند بازی بسیار خوب را به گیمرهای ایرانی و دنیا معرفی کرد. این رویداد نشان که می توان در قالب یک رویداد بلند مدت، به تعدادی بازی قابل قبول رسید. صنعت بازی یکی از صنایع پرسود دنیاست. این بخش از صنعت پتانسیل بسیاری برای صادرات دارد و تاکنون چند تیم بازی سازی نشان داده اند که بازی ایرانی می تواند مخاطبان بین المللی جذب کند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای از هر رویداد با کیفیتی که باعث رشد صنعت و تیم های بازی سازی ایرانی شود حمایت می کند. همچنین، بنیاد از برگزارندگان این رویداد نیز حمایت کافی برای ورود به بازار تجاری خواهد کرد.

در ادامه کریمی قدوسی تأکید کرد که برگزار کننده ای رویداد، شرکت فن افزار است و بنیاد ملی بازی های رایانه ای از آن حمایت می کند.

## رقابت بزرگ بازی سازی مستقل برای رایانه های شخصی (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

ایتنا - علی رغم توجه مضاعف به بازی های موبایل، هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد.

دومین دوره رویداد لول آپ (Level Up)، با هدف تولید و ساخت بازی های کامپیوتری برای رایانه های شخصی و با تمرکز با فرهنگ بازی سازی مستقل برگزار می

به گارش اینتا در این رویداد که از ۱۰ خرداد آغاز می شود و تا ۲۲ تیر ماه هم ادامه پیدا می کند، به گفته امیرحسین فصیحی، مدیرعامل شرکت فن افزار، در امتداد شعار جهانی سازی دوره گذشته، عبارت «تیم بساز، بازی بساز» برای معرفی خط مشی برگزیده شده است تا اهمیت تیم سازی و نگرش گروهی را برای بازی سازان جوان پر رنگ کند.

او در توضیح تغییر نگاه این رویداد محبوب به سمت بازی های رایانه ای گفت: «باور داریم که علی رغم توجه مضاعف به بازی های موبایل، هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد. از سوی دیگر، امسال، شرکت فن افزار در کنار خود هیولا، پلتفرم عرضه دیجیتال بازی های کامپیوتری را نیز به عنوان بازوی برگزار کننده رویداد می بیند و از همین رو تصمیم گرفته است که در این دوره روی بازی های کامپیوتری (PC Games) و فرهنگ بازی سازی مستقل تمرکز شود.»

محتوای ایرانی برای بازارهای جهانی

اولین دوره این رویداد دو سال پیش با شعار «در مسیر جهانی شدن» برگزار شد که در طی آن، ۱۷۴ تیم از اقصی نقاط ایران به رقابت پرداختند و ۶۴ محصول وارد مرحله داوری شدند. تفاوت عمده این دوره نسبت به دوره پیشین بها دادن به «قالب (Theme)» در بازی سازی است.

امیرحسین فصیحی درباره چارچوب های بازی سازی در این دوره از رویداد level up چنین می گوید: «امسال، تم ساختاری و تم محتوایی برای بازی های در نظر گرفته شده است. تم ساختاری، نوع بازی را مشخص می کند و تم محتوایی نیز با تکیه بر فرهنگ و هنر ایرانی، حال و هوای کلی بازی را روایت می کند.» او در این مراسم از جای خالی بازی های رقابتی چندنفره در بازار ایران سخن گفت و اضافه کرد: «بازی هایی که ساخته می شوند باید از نوع چندنفره رقابتی (Competitive Multiplayer) باشند. چنین سبک بازی های در بازار ایران کمتر یافت می شوند و در بازارهای جهانی نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند و طرفداران بسیاری دارند. ساخت بازی های چندنفره رقابتی با الهام گرفتن از فرهنگ غنی و هنر ایرانی می تواند مخاطب های داخلی و خارجی را به سمت بازی های مستقل ایرانی بکشاند.»

او همچنین درباره تمرکز این رویداد برای تولید بازی روی کامپیوترهای شخصی سخن گفت: «بستر ایده آل برای این دست بازی ها، رایانه های شخصی است. به همین منظور تصمیم گرفتیم امسال تمرکز را روی این بخش از صنعت بازی بگذاریم و تیم های مستقل را تشویق کنیم تا در این راه قدم بگذارند.»

ثبت نام در رویداد

کسری تهرانی، مدیر توسعه تجاری هیولا، در توضیح روند برگزاری رویداد گفت: «تیم های علاقه مند به شرکت در رویداد Level Up فرصت دارند در بازه ی زمانی ۱۱ تا ۲۲ تیر در وب سایت [levelup.fanafzar.com](http://levelup.fanafzar.com) مشخصات خود را ثبت کنند. البته تدابیری نیز اتخاذ شده است تا کسانی که تیم کامل ندارند بتوانند تیم سازی و در این رویداد شرکت کنند.»

به گفته این مدیر هیولا، تیم ها پس از تأیید و ورود به رویداد می توانند از بین مربیان (Mentor) یکی را به عنوان مربی خود انتخاب کنند تا در طول این دوره از تجربه های او استفاده کنند و هنگام ساخت بازی از راهنمایی های او کمک بگیرند.

او از علاقه مندان دعوت کرد برای اطلاعات بیشتر به صفحه های اجتماعی رویداد لول آپ و هیولا در توئیتر و اینستاگرام یا [Hayoola.com](http://Hayoola.com) مراجعه کنند. تهرانی همچنین به روند برگزاری رویداد و مراحل آن اشاره کرد و افزود: «تیم های ثبت نامی هفته فرصت دارند تا پروژه خود را بسازند. این رویداد در سه مرحله برگزار خواهد شد. شرکت کنندگان باید برای عبور از هر مرحله، موارد خواسته شده از آن ها را ارسال کنند. آخرین مرحله یا همان مرحله سوم، ارسال خروجی بازی است که باید نسخه آزمایشی قابل بازی (Playable Demo) باشد به طوری که جذابیت و حس و حال بازی را کاملاً به نمایش بگذارد. در واقع، به اصطلاح بازی سازان باید برشی عمودی (Vertical Slice) از بازی باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر ویدئو آموزشی فن افزار درباره برش عمودی را در آپارات ببینید.

جوایز و داوری مسابقه

یاسر ژبان، یکی از مربیان رویداد، با اعلام آنکه بخشی از جوایز مسابقه به ترتیب مبلغ ۳۰، ۱۵ و ۷ میلیون تومانی برای تیم های اول تا سوم است گفت: «با حمایت هیولا از این رویداد، بازی سازان در این دوره می توانند محصول تولیدی شان را تحت عنوان «دسترسی سریع» (Early Access) که روشی مرسوم در بازی سازی مستقل برای تأمین سرمایه جمعی است در این پلتفرم عرضه کنند. به این ترتیب تیم ها می توانند از این فرصت و سرمایه ای که به دست می آورند برای تکمیل محصول خود استفاده کنند.»

او تأکید کرد تیم ها باید بتوانند بر اساس شرایطی که در وب سایت توضیح داده شده است محصولی قابل بازی تا هشت داوران این رویداد آن را در روز قضاوت ارزشگذاری کنند. همچنین در ادامه افزود: «Level Up در تلاش است تا فضایی پدید آورد که علاقه مندان و تیم های بازی سازی بیشتری به سمت توسعه بازی های مستقل قدم بردارند. با افزایش بازی های مستقل و کیفیت آن ها، صنعت بازی سازی ایران می تواند قدم های بهتر و بیشتری رو به جلو بردارد.»

در مراسم افتتاحیه رویداد، حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز حضور داشت و در سخنان خود به نقش حمایتی بنیاد اشاره کرد و گفت: «صنعت بازی یکی از صنایع پرسود دنیاست. این بخش از صنعت پتانسیل بسیاری برای صادرات دارد و تاکنون چند تیم بازی سازی نشان داده اند که بازی ایرانی می تواند مخاطبان بین المللی جذب کند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای از هر رویداد با کیفیتی که باعث رشد صنعت و تیم های بازی سازی ایرانی شود حمایت می کند. همچنین، بنیاد از برگزارکنندگان این رویداد نیز حمایت کافی برای ورود به بازار تجاری خواهد کرد.»

تمرکز مثبت مجموعه هایی مانند هیولا منجر به توسعه فرهنگ بازی سازی دانش محور به خصوص در زمینه های مهجوری مانند بازی های (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) رایانه ای خواهد شد که برای بخش حرفه ای تر و کارکنان تر بازار سرگرمی های دیجیتال به شدت جذاب هستند. رویداد بازی سازی Level Up برآمده از تفکر و اندیشه یک تیم بازی سازی مستقل است که توانسته با تکیه بر ارزش های فرهنگی و هنری ایرانی محصولاتی را تولید کند که در بازارهای جهانی نیز مخاطبان بسیاری داشته باشند. برگزارکنندگان این رویداد تلاش می کنند تا فرهنگ و شجاعت ساخت بازی مستقل را در ایران تقویت کنند تا صنعت بازی سازی در ایران غنای بیشتری پیدا کند.



## آغاز دومین دوره رویداد Level Up با تمرکز روی بازی های پی سی رقابتی (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

دومین دوره رویداد لول آپ، روز گذشته با حضور اعضای استودیو فن افزار و اصحاب رسانه به طور رسمی معرفی شد و ثبت نام در این دوره آغاز شد. دومین دوره رویداد Level Up با هدف تولید و ساخت بازی های ویدیویی برای رایانه های شخصی و با تمرکز بر فرهنگ بازی سازی مستقل برگزار می شود. ثبت نام در این رویداد از دیروز، یازدهم تیر ماه آغاز شد و تا ۲۲ تیر نیز ادامه می کند. شمار دومین دوره این رویداد «تیم بساز، بازی بساز» است که خط مشی این دوره را که تمرکز بر تیم سازی و بهبود دانش نگرش گروهی توسعه دهندگان جوان است به خوبی نشان می دهد. امیرحسین فصیحی، مدیرعامل شرکت فن افزار، شرکتی که برگزار کننده این رویداد است، در توضیح تمرکز دوره دوم Level Up روی بازی های پی سی گفت:

باور داریم که علی رغم توجه مضاعف به بازی های موبایل، هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد. از سوی دیگر، امسال، شرکت فن افزار در کنار خود هیولا، پلتفرم عرضه دیجیتال بازی های کامپیوتری را نیز به عنوان بازوی برگزار کننده رویداد می بیند و از همین رو تصمیم گرفته است که در این دوره روی بازی های کامپیوتری (PC Games) و فرهنگ بازی سازی مستقل تمرکز شود.

اولین دوره این رویداد دو سال پیش با شعار «در مسیر جهانی شدن» برگزار شد که در طی آن، ۱۷۴ تیم از اقصی نقاط ایران به رقابت پرداختند و ۶۴ محصول وارد مرحله نوری شدند. تفاوت عمده این دوره نسبت به دوره پیشین بها دادن به تیم در بازی سازی است. امیرحسین فصیحی درباره چارچوب های بازی سازی در این دوره از رویداد افزود چنین می گوید:

امسال، تم ساختاری و تم محتوایی برای بازی های در نظر گرفته شده است. تم ساختاری، نوع بازی را مشخص می کند و تم محتوایی نیز با تکیه بر فرهنگ و هنر ایرانی، حال و هوای کلی بازی را روایت می کند.

او در این مراسم از جای خالی بازی های رقابتی چندنفره در بازار ایران سخن گفت و اضافه کرد:

بازی هایی که ساخته می شوند باید از نوع چندنفره رقابتی (Competitive Multiplayer) باشند. چنین سبک بازی های در بازار ایران کمتر یافت می شوند و در بازارهای جهانی نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند و طرفداران بسیاری دارند. ساخت بازی های چندنفره رقابتی با الهام گرفتن از فرهنگ غنی و هنر ایرانی می تواند مخاطب های داخلی و خارجی را به سمت بازی های مستقل ایرانی بکشاند. بستر ایده آل برای این دست بازی ها، رایانه های شخصی است. به همین منظور تصمیم گرفتیم امسال تمرکز را روی این بخش از صنعت بازی بگذاریم و تیم های مستقل را تشویق کنیم تا در این راه قدم بگذارند.

در ادامه مراسم، کسری تهرانی، مدیر توسعه تجاری هیولا، در توضیح روند برگزاری رویداد گفت:

تیم های علاقه مند به شرکت در رویداد Level Up فرصت دارند در بازه ی زمانی ۱۱ تا ۲۲ تیر در وب سایت این رویداد مشخصات خود را ثبت کنند و در آن شرکت کنند. البته تدابیری نیز اتخاذ شده است تا کسانی که تیم کامل ندارند بتوانند تیم سازی و در این رویداد شرکت کنند.

به گفته تهرانی، تیم ها پس از تأیید و ورود به رویداد می توانند از بین مریبان یکی را به عنوان مربی خود انتخاب کنند تا در طول این دوره از تجربه های او استفاده کرده و هنگام ساخت بازی از راهنمایی های او کمک بگیرند. تهرانی همچنین به روند برگزاری رویداد و مراحل آن اشاره کرد و افزود:

تیم های ثبت نامی ۸ هفته فرصت دارند تا پروژه خود را بسازند. این رویداد در سه مرحله برگزار خواهد شد. شرکت کنندگان باید برای عبور از هر مرحله، موارد خواسته شده از آن ها را ارسال کنند. آخرین مرحله یا همان مرحله سوم، ارسال خروجی بازی است که باید نسخه آزمایشی قابل بازی (Playable Demo) باشد به طوری که جذابیت و حس و حال بازی را کاملاً به نمایش بگذارد. در واقع، به اصطلاح بازی سازان باید برشی عمودی (Vertical Slice) از بازی باشد.

یاسر زین، یکی از مریبان رویداد، با اعلام آنکه بخشی از جوایز مسابقه به ترتیب مبلغ ۴۰، ۱۵ و ۷ میلیون تومانی برای تیم های اول تا سوم است گفت:

با حمایت هیولا از این رویداد، بازی سازان در این دوره می توانند محصول تولیدی شان را تحت عنوان «دسترسی پیش از موعد» (Early Access) که روشی مرسوم در بازی سازی مستقل برای تأمین سرمایه جمعی است در این پلتفرم عرضه کنند. به این ترتیب تیم ها می توانند از این فرصت و سرمایه ای که به دست می آورند برای تکمیل محصول خود استفاده کنند.

او تأکید کرد تیم ها باید بتوانند بر اساس شرایطی که در وب سایت توضیح داده شده است محصولی قابل بازی تا هیئت داوران این رویداد آن را در روز قضاوت ارزشگذاری کنند. همچنین در ادامه افزود:

Level Up در تلاش است تا فضایی پدید آورد که علاقه مندان و تیم های بازی سازی بیشتری به سمت توسعه بازی های مستقل قدم بردارند. با افزایش بازی های مستقل و کیفیت آن ها، صنعت بازی سازی ایران می تواند قدم های بهتر و بیشتری رو به جلو بردارد. در مراسم افتتاحیه رویداد، حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز حضور داشت و در سخنان خود به نقش حمایتی بنیاد اشاره کرد و گفت:

دوره اول رویداد لول آپ، چند بازی بسیار خوب را به گیمرهای ایرانی و دنیا معرفی کرد. این رویداد نشان که می توان در قالب یک رویداد بلند مدت، به تعدادی بازی قابل قبول رسید. صنعت بازی یکی از صنایع پرسود دنیاست. این بخش از صنعت پتانسیل بسیاری برای صادرات دارد و تاکنون چند تیم (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازی سازی نشان داده اند که بازی ایرانی می تواند مخاطبان بین المللی جذب کند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای از هر رویداد باکیفیتی که باعث رشد صنعت و تیم های بازی سازی ایرانی شود حمایت می کند. همچنین، بنیاد از برگزارندگان این رویداد نیز حمایت کافی برای ورود به بازار تجاری خواهد کرد. در ادامه کریمی قدوسی تاکید کرد که برگزار کننده ای رویداد، شرکت فن افزار است و بنیاد ملی بازی های رایانه ای از آن حمایت می کند.



### فرصتی شگفت انگیز برای تیم های بازی سازی مستقل؛ ثبت نام رویداد لول آپ آغاز شد (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

شرکت «فن افزار» دیروز با برگزاری یک نشست خبری، از شروع ثبت نام برای دومین رویداد بازی سازی «لول آپ» (Level Up) خبر داد. مثل سال گذشته قرار است در قالب رویداد لول آپ، تیم های بازی سازی برای ساخت یک نمونه ی اولیه و قابل بازی به رقابت با یکدیگر بپردازند. با این حال، رویداد امسال لول آپ قوانینی متفاوت با دو سال گذشته دارد.

فروشگاه بازی «هیولا» که چند وقت پیش از سوی شرکت فن افزار به عنوان اولین پلتفرم عرضه ی دیجیتال بازی های کامپیوتر معرفی شد، برگزارکنندگان رویداد لول آپ امسال را برانگیخته است تا تمرکز بازی سازی این رویداد را به بازی های کامپیوتر ببرند.

تیم های بازی سازی کشور در چند سال اخیر تمام و کمال روی ساخت بازی های موبایل تمرکز کرده اند و جای خالی بازی های کامپیوتر بسیار در کشور حس می شود. شرکت بازی سازی فن افزار هم از معدود استودیوهای بازی سازی است که هنوز در داخل کشور به ساخت بازی های بزرگ برای کامپیوتر فکر می کنند.

در همین راستا، «امیرحسین قصبیحی» مدیرعامل شرکت فن افزار در نشست خبری رویداد دوم لول آپ گفت: «باور داریم که علیرغم توجه مضاعف به بازی های موبایل هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد. از سوی دیگر، امسال، شرکت فن افزار در کنار خود هیولا، پلتفرم عرضه دیجیتال بازی های کامپیوتری را نیز به عنوان بازوی برگزار کننده رویداد می بیند و از همین رو تصمیم گرفته است که در این دوره روی بازی های کامپیوتر تمرکز شود.»

متأسفانه یا خوشبختانه، صنعت بازی سازی دنیا امروزه تمرکزی جدی روی ساخت بازی های چند نفره و آنلاین دارد؛ حوزه ای که تا به حال جامعه ی بازی سازی کشور به درستی وارد آن نشده است. رویداد لول آپ امسال نه تنها روی بازی های کامپیوتر تمرکز دارد، بلکه بازی هایی که تیم ها می سازند و آرایه می کنند، باید چند نفره ی رقابتی باشند.

طبق آمار و ارقامی که شرکت فن افزار از رویداد دو سال گذشته آرایه داده، ۱۷۴ تیم از تمام استان های کشور برای ساخت بازی های موبایل به رقابت با یکدیگر پرداخته بودند. از این تعداد تیم، ۶۴ محصول برای بررسی به تیم داوری آرایه شده بود و طبق گفته ی برگزارکنندگان رویداد لول آپ، ساخت چند بازی بسیار خوب، نتیجه ی نهایی رویداد لول آپ دو سال گذشته بود.

دومین دوره از رویداد بازی سازی لول آپ نه تنها از تیم های شرکت کننده درخواست می کند که بازی هایی برای کامپیوتر و چند نفره ی رقابتی بسازند، بلکه یک عامل دیگر را هم در بررسی بازی ها در نظر خواهند گرفت: بازی هایی که در قالب رویداد لول آپ امسال ساخته می شوند باید عنصری ایرانی داشته باشند. همانطور که نمی توان ایرانی بودن را در چند عنصر خلاصه و تعریف کرد، هیچ محدودیتی از این نظر برای بازی سازها در نظر گرفته نشده است، به غیر از اینکه بازی ساخته شده بتواند ایرانی بودن خودش را نشان دهد.

«پاسر زیان»، مدیر فنی شرکت فن افزار و یکی از داورهای رویداد لول آپ، درباره ی ایرانی بودن بازی هایی که آرایه می شوند، اشاره ای غیر مستقیم به حجم زیادی از بازی های ساخته شده در کشور داشت و این موضوع را گوشزد کرد که ایرانی بودن به معنای افزودن چند شخصیت «جاهل» یا «سیبیل داشتن» نیست. مدیرعامل شرکت فن افزار هم در این باره اضافه کرد: «هم محتوایی بازی های آرایه شده با تکیه بر فرهنگ و هنر ایرانی حال و هوای کلی بازی را روایت می کند.»

به طور کلی، تیم هایی که می خواهند در رویداد لول آپ امسال شرکت کنند، باید با در نظر گرفتن سه عامل زیر به فکر طراحی بازی خود بیفتند: هیچ محدودیت دیگری گریبان بازی سازها را در ساخت بازی ها نخواهد گرفت. بازی ها می توانند از نظر گرافیکی دو بعدی یا سه بعدی باشند، می توانند در هر سبکی از اکشن گرفته تا استراتژی یا هر چیز دیگری ساخته شوند و می توانند هر قصه ای که می خواهند را روایت کنند.

دومین دوره ی رویداد لول آپ حتما هم از افراد نمی خواهد که یک تیم کامل و بزرگ بازی سازی آرایه دهند. این امکان فراهم شده است تا افرادی که به بازی سازی علاقه دارند هم برای شرکت در رویداد لول آپ امسال ثبت نام کنند. افراد با تخصص های مختلف از زمینه ی طراحی گرافیکی گرفته تا نویسندگی یا برنامه نویسی، می توانند به صورت جداگانه در این رویداد ثبت نام کنند. نهایتاً به کمک شرکت فن افزار، این افراد در کنار یکدیگر قرار خواهند گرفت تا یک تیم بازی سازی تشکیل و مراحل ساخت یک بازی شروع شود.

شرکت فن افزار برای هر تیم بازی سازی که در لول آپ امسال شرکت می کند، یک مربی در نظر خواهد گرفت. خود تیم ها می توانند از بین مربی های در نظر گرفته شده، یکی را به عنوان راهنمای خود در پروژه ی ساخت بازی انتخاب کنند. مربی ها در ساخت بازی به تیم ها کمک خواهند کرد و در طول برگزاری رویداد، در دسترس تیم ها خواهند بود.

تیم های بازی سازی یا افرادی که می خواهند در لول آپ امسال شرکت کنند، ده روز زمان دارد تا مشخصات خود را در وب سایت رسمی این رویداد ثبت کنند. زمان برگزاری ثبت نام و وب سایت رسمی رویداد لول آپ از این قرار است:

برخلاف رویداد دو سال گذشته که یک ماه زمان در اختیار تیم های بازی سازی قرار می داد، ساختار متفاوت بازی هایی که قرار است امسال آرایه شوند، این زمان را دو برابر کرده است.

تیم های بازی سازی ۸ هفته یا همان دو ماه زمان دارند تا یک دموی قابل بازی را برای داوری نهایی آرایه کنند (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) رویداد لول آپ در طول این دو ماه سه مرحله خواهد داشت و در هر مرحله، تیم‌ها باید اطلاعات و گزارشی از وضعیت توسعه‌ی بازی خود ارائه دهند. موارد مورد نیاز برای ارائه در هر بخش پس از شروع رقابت لول آپ اعلام خواهد شد.

با این حال، مرحله‌ی سوم و نهایی که پایان رقابت را رقم می‌زند، ارائه‌ی یک نسخه‌ی اولیه و قابل بازی یا به اصطلاح «دمو» است. این دمو قرار نیست نمایانگر نسخه‌ی نهایی بازی باشد و حتی قابلیت‌ها و گرافیک نهایی بازی را به تصویر بکشد، بلکه نمونه‌ی اولیه‌ی آن را بازی کرد و در عین دیدگاه خوبی از نسخه‌ی نهایی و دیدگاه نهایی بازی از آن گرفت.

پس از بررسی و داوری نهایی پروژه‌های ارسال شده از سوی تیم‌های بازی‌سازی، سه تیم اول جوایز زیر را دریافت خواهند کرد: با این حال، شاید جایزه‌ی بهتری که تیم‌ها با شرکت در لول آپ دریافت می‌کنند، فرصت عرضه‌ی دمو‌ی اولیه‌ی ساخته شده روی پلتفرم هیولا است. تیم‌ها می‌توانند دمو‌ی بازی را روی هیولا عرضه و بازی خود را پیش فروش کنند؛ موضوعی که در حال حاضر روی فروشگاه‌هایی مثل استیم در قالب حرکتی به اسم **Early Access** یا روی فروشگاه ایکس باکس به اسم **Game Preview** انجام می‌شود.

این حرکت به تیم‌های بازی‌سازی اجازه می‌دهد تا بودجه‌ی ساخت بازی خود را به کمک پیش فروش بسیار زودتر آن، جمع‌آوری کنند. «حسن کریمی قدوسی»، مدیر عامل بنیاد مالی بازی‌های رایانه‌ای هم در نشست خبری لول آپ حضور داشت. کریمی قدوسی گفت که اگر پروژه‌های ارائه شده در رویداد لول آپ کیفیت‌های لازم را داشته باشند، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای هم حاضر است به عنوان یک نهاد حمایتی، در تکمیل بازی‌ها به تیم‌ها کمک مالی کند. بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای هم چنین پس از اتمام مراحل ساخت بازی، به تیم‌ها برای عرضه‌ی بازی‌ها در بازار کمک خواهد کرد.

ثبت نام در لول آپ



## ناشران بین‌المللی بازی در راه ایران، جویندگان گنج در تی‌جی‌سی (۱۳۹۶-۹۷/۹۸)

ارتقای دانش بازی‌سازان داخلی و افزایش صادرات بازی‌های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی‌سازان بوده است و حضور ناشران و خریدارانی که در رویداد تی‌جی‌سی حضور می‌یابند، می‌تواند تاثیر به‌سزایی در این اهداف داشته باشد.

اقتصادگردان - در حالی که بازی‌سازان ایرانی روز به روز تجربیات ارزشمند بیشتری به دست می‌آورند و به تعداد بازی‌های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می‌شود، لزوم گسترش تعاملات بین‌المللی، اهمیتی دوچندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملاً هزینه‌های حضور در رویدادهای مهم بین‌المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت‌های جوان بازی‌سازی را از پذیرش ریسک سرمایه‌گذاری بین‌المللی، ناتوان کند. بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با همکاری گیم کانکشن (**Game Connection**)، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در **TGC ۲۰۱۸** - رویداد بین‌المللی **Tehran Game Convention** که رویداد تجاری (**B2B**) صنعت بازی‌های رایانه‌ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی‌سازان ایرانی فرصت تعاملات بین‌المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن‌هاست و از ناشران تخصصی کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جست‌وجوی بازی‌های ایرانی، به مثابه گنجی کشف نشده به ایران می‌آیند.

کدام شرکت‌ها میهمان تی‌جی‌سی هستند؟

بدون شک پرآوازه‌ترین ناشر میهمان تی‌جی‌سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت (**Sony Interactive Entertainment**)، در سال ۱۳۹۳ به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های گروه سونی، در توکیو تاسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی‌استیشن و بازی‌های ویدیویی است. تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی‌های ماین کرافت (**MineCraft**)، گاد آف وار (**God of War**) و تکن (**Tekken**)، از جمله معروف‌ترین بازی‌های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می‌شود.

شرکت الکترونیک آرتز (**Electronic Arts**)، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می‌فرستد. شرکت **EA** سازنده و توزیع‌کننده بازی‌های محبوبی مانند فیفا (**FIFA**) و سیمز (**The Sims**) برای کنسول‌های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۳۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی‌ها و استعدادهای ناب بوده است.

هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت (**Tencent**) یک شرکت چندملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی‌های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنزن چین است و در سال گذشته ۲۶ میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت‌فرم‌های بازی‌های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنرز (**League of Legends**)، آرنای آف والور (**Arena of Valor**) و دانگون فایتز (**Dungeon Fighter**) است.

شرکت گامیگو (**GamiGo**)، یک شرکت فعال در زمینه بازی‌های آنلاین در هامبورگ است. بازی‌های آیرون سایت (**IronSight**)، گانز اند روباتز (**Guns and Robots**) و دراگون پرافت (**Dragon's Prophet**)، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است. شرکت آرتیک گیمز (**ArticGames**) از بازی‌سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می‌رود. محصولات اسپلشی کتز (**SPLASHY CATS**)، کریستال راش (**CRYSTAL RUSH**) و تاور بیلدر (**TOWER BUILDER**) چند نمونه از بازی‌های تحت اندروید و آی‌اواس آرتیک هستند. گیم پلن (**Gameplan**)، یک شرکت مشاوره در حوزه **ROI** صنایع دیجیتال است. گیم پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، **IGN** و آتریگیمز همکاری داشته است.

شرکت **playvarabi** یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می‌شود. این شرکت که دفترش در دلوور آمریکا قرار (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) دارد، به بازار ۳۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیفیشنت (The Magnificent)، هایدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارترز آف نالج (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم رایج موبایلی منتشر کرده است.

بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرصه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباط اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی اندز (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ تاسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (Herocraft)، ناشر دیگری است که به تی جی سی ۲۰۱۸ می آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فرنزی (Farm Frenzy)، ترژر آف مانتروما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (Warhammer ۴۰,۰۰۰) سه نمونه از بازی های منتشرشده آن است.

شرکت میل رو (mail.ru) که در دوره گذشته تی جی سی نیز حضور فعالی داشت، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes) از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د روپ (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند اپل، EA، تامکو، سونی، آمازون و کونامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و توزیع ۱۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری اینیو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشرکننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ در استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۳۰۰ میلیون بازیکن (گیمر) در اروپای شمالی است. آلمکی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO NATION) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است.

شرکت ایت المنتز (AElements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است. کنگا (Cenega) یک پخش کننده باسابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آناری، کومودور، پلی استیشن و آمیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است.

هاکلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درک بازار بازی است. بازی های معمایی پلاس (Pluszle) و وردان (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynogame) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم میلیون کاربر سرویس می دهد. بازی های تحت استیم مانند کانتراستریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسطوره ها، فورتنایت، تراوین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می شود. شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی های موبایلی اندرویدی و آی او اس است. سل کانکت (Cell Connect)، تاینی گلادیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایونینگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در کشورهای آسیایی، آفریقایی و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی های Virat Star Cricket, ChhotaBheem, Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است.

شرکت Kunlun Wanwei-Koramgame یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم های شبکه های اجتماعی و پلت فرم بازی های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است.

شرکت کلاباتر (Klabater) یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی های ویدیویی فعال است. بازی های آیس وی آر (ALICE VR)، روار (ROARR) و رولوشن (WE. THE REVOLUTION) از بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت لوکوم گیمز (Lokum Games) شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه ای، بازی های آنلاینی از جمله بیلارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری cloudii را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا (connectmedia) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی هایشان مشاوره می دهد. این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA، اکتیویژن (Activision) و کونامی (Konami) را دارد. شرکت CyM همچنین در زمینه عیب یابی، نگاه اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی سازها مشاوره می دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی های ۳۶۵ پازل کلاب (Puzzle Club ۳۶۵)، بی ام دبلو ریسینگ (BMW Racing) و کانترا (Contra ۴) از بازی های منتشرشده توسط این شرکت است. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) شرکت وارگیمینگ (Wargaming) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی های آنلاین مجموعه ی ورد آف تانکز World of Tanks, World of Tanks Blitz و World of Tanks Generals را منتشر کرده است.

به گزارش ایسنا، دومین رویداد تی جی سی (Tehran Game Convention) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مهم ترین اهداف این رویداد را می توان ارتقای دانش بازی سازان داخلی یا حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت های خارجی حاصل می شود.



## دومین دوره رویداد بازی سازی Level Up آغاز شد؛ بزرگترین رقابت بازی سازی مستقل برای رایانه های شخصی

شخصی (۱۳۹۵-۱۴/۹/۱۳)

دومین دوره ی رویداد لول آپ (Level Up)، با هدف تولید و ساخت بازی های کامپیوتری برای رایانه های شخصی و با تمرکز با فرهنگ بازی سازی مستقل برگزار می شود.

در این رویداد که از همین امروز ثبت نام آن آغاز می شود و تا ۲۲ تیر ماه هم ادامه پیدا می کند، به گفته امیرحسین فصیحی، مدیرعامل شرکت فن افزار، در امتداد شمار جهانی سازی دوره گذشته، عبارت «تیم بساز، بازی بساز» برای معرفی خط مشی برگزیده شده است تا اهمیت تیم سازی و نگرش گروهی را برای بازی سازان جوان پر رنگ کند.

او در توضیح تغییر نگاه این رویداد محبوب به سمت بازی های رایانه ای گفت: «باور داریم که علی رغم توجه مضاعف به بازی های موبایل، هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد. از سوی دیگر، امسال، شرکت فن افزار در کنار خود هیولا، پلتفرم عرضه دیجیتال بازی های کامپیوتری را نیز به عنوان بازوی برگزار کننده رویداد می بیند و از همین رو تصمیم گرفته است که در این دوره روی بازی های کامپیوتری (PC Games) و فرهنگ بازی سازی مستقل تمرکز شود.»

محتوای ایرانی برای بازارهای جهانی

اولین دوره این رویداد دو سال پیش با شمار «در مسیر جهانی شدن» برگزار شد که در طی آن، ۱۷۴ تیم از اقصی نقاط ایران به رقابت پرداختند و ۶۴ محصول وارد مرحله داوری شدند. تفاوت عمده این دوره نسبت به دوره پیشین بها دادن به «قالب (Theme)» در بازی سازی است. امیرحسین فصیحی درباره چارچوب های بازی سازی در این دوره از رویداد level up چنین می گوید: «امسال، تم ساختاری و تم محتوایی برای بازی های در نظر گرفته شده است. تم ساختاری، نوع بازی را مشخص می کند و تم محتوایی نیز با تکیه بر فرهنگ و هنر ایرانی، حال و هوای کلی بازی را روایت می کند.»

او در این مراسم از جای خالی بازی های رقابتی چندنفره در بازار ایران سخن گفت و اضافه کرد: «بازی هایی که ساخته می شوند باید از نوع چندنفره رقابتی (Competitive Multiplayer) باشند. چنین سبک بازی های در بازار ایران کمتر یافت می شوند و در بازارهای جهانی نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند و طرفداران بسیاری دارند. ساخت بازی های چندنفره رقابتی با الهام گرفتن از فرهنگ غنی و هنر ایرانی می تواند مخاطب های داخلی و خارجی را به سمت بازی های مستقل ایرانی بکشاند.»

او همچنین درباره تمرکز این رویداد برای تولید بازی روی کامپیوترهای شخصی سخن گفت: «بستر ایده آل برای این دست بازی ها، رایانه های شخصی است. به همین منظور تصمیم گرفتیم امسال تمرکز را روی این بخش از صنعت بازی بگذاریم و تیم های مستقل را تشویق کنیم تا در این راه قدم بگذارند.» ثبت نام در رویداد

کسری تهرانی، مدیر توسعه تجاری هیولا، در توضیح روند برگزاری رویداد گفت: «تیم های علاقه مند به شرکت در رویداد Level Up فرصت دارند در بازه ی زمانی ۱۱ تا ۲۲ تیر در وب سایت [levelup.fana.fzar.com](http://levelup.fana.fzar.com) مشخصات خود را ثبت کنند. البته تدابیری نیز اتخاذ شده است تا کسانی که تیم کامل ندارند بتوانند تیم سازی و در این رویداد شرکت کنند.»

به گفته این مدیر هیولا، تیم ها پس از تأیید و ورود به رویداد می توانند از بین مربیان (Mentor) یکی را به عنوان مربی خود انتخاب کنند تا در طول این دوره از تجربه های او استفاده کنند و هنگام ساخت بازی از راهنمایی های او کمک بگیرند.

او از علاقه مندان دعوت کرد برای اطلاعات بیشتر به صفحه های اجتماعی رویداد لول آپ و هیولا در توئیتر و اینستاگرام [Hayoola.com](http://Hayoola.com) مراجعه کنند. تهرانی همچنین به روند برگزاری رویداد و مراحل آن اشاره کرد و افزود: «تیم های ثبت نامی هفته فرصت دارند تا پروژه خود را بسازند. این رویداد در سه مرحله برگزار خواهد شد. شرکت کنندگان باید برای عبور از هر مرحله، موارد خواسته شده از آن ها را ارسال کنند. آخرین مرحله یا همان مرحله سوم، ارسال خروجی بازی است که باید نسخه آزمایشی قابل بازی (Playable Demo) باشد به طوری که جذابیت و حس و حال بازی را کاملاً به نمایش بگذارد. در واقع، به اصطلاح بازی سازان باید برشی عمودی (Vertical Slice) از بازی باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر ویدئو آموزشی فن افزار درباره برش عمودی را در آپارات ببینید.

جوایز و داوری مسابقه

یاسر ژبان، یکی از مربیان رویداد، با اعلام آنکه بخشی از جوایز مسابقه به ترتیب مبلغ ۲۰، ۱۵ و ۷ میلیون تومانی برای تیم های اول تا سوم است گفت: «با حمایت هیولا از این رویداد، بازی سازان در این دوره می توانند محصول تولیدی شان را تحت عنوان «دسترسی سریع» (Early Access) که روشی مرسوم در بازی سازی مستقل برای تأمین سرمایه جمعی است در این پلتفرم عرضه کنند. به این ترتیب تیم ها می توانند از این فرصت و سرمایه (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ای که به دست می آورند برای تکمیل محصول خود استفاده کنند.»

او تاکید کرد تیم ها باید بتوانند بر اساس شرایطی که در وب سایت توضیح داده شده است محصولی قابل بازی تا هشت داوران این رویداد آن را در روز قضاوت ارزشگذاری کنند. همچنین در ادامه افزود: «Level Up در تلاش است تا فضایی پدید آورد که علاقه مندان و تیم های بازی سازی بیشتری به سمت توسعه بازی های مستقل قدم بردارند. با افزایش بازی های مستقل و کیفیت آن ها، صنعت بازی سازی ایران می تواند قدم های بهتر و بیشتری رو به جلو بردارد.»

در مراسم افتتاحیه رویداد، حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز حضور داشت و در سخنان خود به نقش حمایتی بنیاد اشاره کرد و گفت: «صنعت بازی یکی از صنایع پرسود دنیاست. این بخش از صنعت پتانسیل بسیاری برای صادرات دارد و تاکنون چند تیم بازی سازی نشان داده اند که بازی ایرانی می تواند مخاطبان بین المللی جذب کند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای از هر رویداد با کیفیتی که باعث رشد صنعت و تیم های بازی سازی ایرانی شود حمایت می کند. همچنین، بنیاد از برگزارکنندگان این رویداد نیز حمایت کافی برای ورود به بازار تجاری خواهد کرد.»

تمرکز مثبت مجموعه هایی مانند هیولا منجر به توسعه فرهنگ بازی سازی دانش محور به خصوص در زمینه های مهجوری مانند بازی های رایانه ای خواهد شد که برای بخش حرفه ای تر و کارگشته تر بازار سرگرمی های دیجیتال به شدت جذاب هستند.

رویداد بازی سازی Level Up برآمده از تفکر و اندیشه یک تیم بازی سازی مستقل است که توانسته با تکیه بر ارزش های فرهنگی و هنری ایرانی محصولاتی را تولید کند که در بازارهای جهانی نیز مخاطبان بسیاری داشته باشند. برگزارکنندگان این رویداد تلاش می کنند تا فرهنگ و شجاعت ساخت بازی مستقل را در ایران تقویت کنند تا صنعت بازی سازی در ایران غنای بیشتری پیدا کند.



### جویندگان گنج در تی جی سی (۱۳۹۱-۷/۶/۱۳)

ارتقای دانش بازی سازان داخلی و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی سازان بوده است و حضور ناشران و خریدارانی که در رویداد تی جی سی حضور می یابند، می تواند تاثیر به سزایی در این اهداف داشته باشد.

در حالی که بازی سازان ایرانی روز به روز تجربیات ارزشمند بیشتری به دست می آورند و به تعداد بازی های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می شود، لزوم گسترش تعاملات بین المللی، اهمیتی دو چندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملاً هزینه های حضور در رویدادهای مهم بین المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت های جوان بازی سازی را از پذیرش ریسک سرمایه گذاری بین المللی، ناتوان کند.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری گیم کانکشن (Game Connection)، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در TGC ۲۰۱۸ - رویداد بین المللی Tehran Game Convention که رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی سازان ایرانی فرصت تعاملات بین المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن هاست و از ناشران تخصصی کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جست وجوی بازی های ایرانی، به مثابه گنجی کشف نشده به ایران می آیند. کدام شرکت ها میهمان تی جی سی هستند؟

بدون شک پرآوازه ترین ناشر میهمان تی جی سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت (Sony Interactive Entertainment) در سال ۱۳۹۳ به عنوان یکی از زیرمجموعه های گروه سونی، در توکیو تاسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی استیشن و بازی های ویدئویی است. تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی های ماین کرافت (Minecraft)، گاد آف وار (God of War) و تکن (Tekken) از جمله معروف ترین بازی های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می شود.

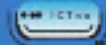
شرکت الکترونیک آرتز (Electronic Arts)، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می فرستد. شرکت EA سازنده و توزیع کننده بازی های محبوبی مانند فیفا (FIFA) و سیمز (The Sims) برای کنسول های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۲۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی ها و استعدادهای ناب بوده است.

هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت (Tencent) یک شرکت چندملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنزن چین است و در سال گذشته ۲۶ میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت فرم های بازی های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنرز (League of Legends)، آرنا آف والر (Arena of Valor) و دانگون فایتر (Dungeon Fighter) است.

شرکت گامیگو (Gamingo)، یک شرکت فعال در زمینه بازی های آنلاین در هامبورگ است. بازی های آیرون سایت (IronSight)، گانز اند روباتز (Guns and Robots) و دراگون پرافت (Dragon's Prophet)، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است. شرکت آرتیک گیمز (Articgames) از بازی سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می رود. محصولات اسپلشی کتز (SPLASHY CATS)، کریستال راش (CRYSTAL RUSH) و تاور بیلدر (TOWER BUILDER) چند نمونه از بازی های تحت اندروید و آی او اس آرتیک هستند.

گیم پلن (Gameplan)، یک شرکت مشاوره در حوزه ROI صنایع دیجیتال است. گیم پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، IGN و آتریگیمز همکاری داشته است.

شرکت playarabi یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می شود. این شرکت که دفترش در دلوور آمریکا قرار دارد، به بازار ۳۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیفیشنت (The Magnificent)، هایدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارتر آف نالج (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم رایج موبایلی منتشر کرده است. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرصه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباط اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی اندز (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ تأسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (Herocraft)، ناشر دیگری است که به تی جی سی ۲۰۱۸ می آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فرنزی (Farm Frenzy)، ترژر آف ماتزوما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (Warhammer ۴۰,۰۰۰)، سه نمونه از بازی های منتشرشده آن است.

شرکت میل رو (mail.ru) که در دوره گذشته تی جی سی نیز حضور فعالی داشت، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes)، از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د روپ (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند اپل، EA، تامکو، سونی، آمازون و کونامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و توزیع ۱۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری ایثو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشرکننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ در استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۲۰۰ میلیون بازیکن (گیمر) در اروپای شمالی است. آلکمی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO NATION) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است.

شرکت ایت المنتز (AElements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است. کنگا (Cenega) یک پخش کننده سابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آتاری، کومودور، پلی استیشن و امیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است. هاکلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درک بازار بازی است. بازی های معمایی پلاس (Puzzle) و ورد آن (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynogame) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم میلیون کاربر سرویس می دهد. بازی های تحت استیم مانند کانتراستریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسطوره ها، فورتنایت، تراوین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می شود. شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی های موبایلی اندرویدی و آی او اس است. سل کانکت (Cell Connect)، تاینی گلادیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایونگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در کشورهای آسیایی، آفریقای و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی های Virat Star Cricket و ChhotaBheem، Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است.

شرکت Kunlun Wanwei-Koramgame یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم های شبکه های اجتماعی و پلت فرم بازی های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است.

شرکت کلاباتر (Klabater) یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی های ویدیویی فعال است. بازی های آلیس وی آر (ALICE VR)، روار (ROARR) و رولوشن (WE. THE REVOLUTION) از بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت لوکوم گیمز (Lokum Games) شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه ای، بازی های آنلاینی از جمله بیلارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری cloudii را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا (connectvmedia) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی هایشان مشاوره می دهد. این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA، اکتیویژن (Activision) و کونامی (Konami) را دارد. شرکت C2M همچنین در زمینه عیب یابی، نگاه اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی سازها مشاوره می دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی های ۲۶۵ پازل کلاب (Puzzle Club ۲۶۵)، بی ام دبلیو ریسینگ (BMW Racing) و کانترا (Contra ۴) از بازی های منتشرشده توسط این شرکت است.

شرکت وارگیمینگ (Wargaming) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی های آنلاین مجموعه ی ورد آف تانکز World of Tanks Blitz و World of Tanks Generals را منتشر کرده است. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) دومین رویداد تی جی سی (Tehran Game Convention) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مهم ترین اهداف این رویداد را می توان ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت های خارجی حاصل می شود.



## ایرانی ها جقدر بازی می کنند؟ (۱۳۰۴-۱۳۰۱)

مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخیراً آماری از وضعیت بازی های رایانه ای در کشور منتشر کرده است که در گزارش پیش رو به این موضوع پرداخته ایم.

به گزارش گروه رسانه های دیگر خبرگزاری آنا، صنایع فرهنگی در کشور نیازمند بازشناسی و بازتعریف مجدد هستند. ایران این ظرفیت را دارد که در آینده ای نزدیک صنایع فرهنگی سهم بزرگی در تولید ناخالص داخلی بیابد. امروز در حوزه های گردشگری، تئاتر، موسیقی، صنایع دستی، هنرهای تجسمی، بازی های رایانه ای و سایر حوزه ها می توانیم افزون بر بازار داخلی، بازار منطقه ای را هم تأمین کنیم و نقش بسزایی در اشتغال ملی نیز ایفا کنیم. در این میان، بازی های رایانه ای یکی از مؤثرترین ها به شمار می آیند تا حدی که در حوزه های متنوع فرهنگ سازی، جامعه پذیری و آموزش، اهداف بزرگی برای آن ها تعریف شده است. بخش مهمی از زندگی فرزندان ما را بازی فراگرفته است؛ فرزندان که در آینده نزدیک سکان کشور را در دست خواهند گرفت.

در حوزه مطالعات پژوهشی بازی های رایانه ای بنیاد ملی بازی های رایانه ای فعالیت هایی را انجام داده و امید می رود تا یک کانون پژوهشی در حوزه بازی های رایانه ای با رویکرد آینده پژوهانه شکل گیرد. با توجه به اقتصاد مقاومتی و لزوم تقویت تولید داخلی، حمایت از بازی سازان داخلی یکی از امور لازم در این راستا خواهد بود. صنعت بازی های رایانه ای نیز یکی از مهم ترین صنایع فناورانه جهان به شمار می آید که همواره نگاهی به آینده دارد. در این میان، کشور ما نیز مصون از این تحولات نیست و به همین خاطر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سال های اخیر طرح ملی پیمایش ملی بازیکنان ایران را به اجرا گذاشته است. بنیاد ملی بازی های رایانه ای بر این باور است که لازم است نتایج این پیمایش به تفصیل مورد بررسی جامعه شناسان، روانشناسان و سیاست گذاران فرهنگی کشور قرار گیرد و نتایج آن جهت گیری دو سال آینده این صنعت را مشخص سازد. همچنین این بنیاد از تمام پژوهشگران و محققان علاقه مند دعوت کرده برای تجزیه و تحلیل کیفی نتایج این پیمایش وارد عمل شوند و این بنیاد را یاری دهند.

چهارمین پیمایش سراسری در حوزه مصرف بازی های دیجیتال در ایران که وضعیت مصرف این بازی ها در سال ۱۳۹۶ را بیان می کند با تحلیل داده های حاصل از پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در جمهوری اسلامی ایران با نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. به منظور اجرای پیمایش، از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای- خوشه ای چندمرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله نخست شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند. طبق آمار این پیمایش از هر ۱۰۰ ایرانی، ۲۵ نفر بازیکن هستند. منظور از «بازیکن بازی دیجیتال» فردی است که حداقل یک ساعت در هفته یا حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی های دیجیتال شامل موبایل، رایانه و کنسول بازی کند. همچنین از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر، بازیکن هستند و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خاتوار ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. از این بازیکنان ۴۷ درصد به رده بندی سنی بازی ها اصلاً توجه نمی کنند. ۲۹ درصد تا حدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی دارند.

۱۰ بازی پرطرفدار در ایران به ترتیب Clash Royale، Call of Duty، Clash of Clans، PES، GTA، Counter Strike، FIFA، Pou و Quiz of Kings هستند. سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران، ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است و بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۸۴ درصد از بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد از بازیکنان به صورت آنلاین بازی می کنند. نگاهی گذرا به نتایج چهارمین دوره این پیمایش کفایت تا روشن شود که عوامل تأثیرگذار و شاخص های این حوزه به سرعت در حال تغییر و تحول است. برای مثال، از زاویه فرهنگ و مؤلفه اوقات فراغت، یافته های این پژوهش نشان می دهد که میانگین مدت زمان بازیکنان از ۷۹ دقیقه در روز در سال ۹۴ به ۹۰ دقیقه در سال ۹۶ رسیده است. این میزان افزایش زمان بازی به طرز معنی داری حاکی از این است که ضریب نفوذ بازی های رایانه ای در میان خانواده ایرانی با سرعت زیاد در حال افزایش است. همچنین، تعداد بازیکنان از ۲۳ میلیون نفر در سال ۹۴ به ۲۸ میلیون نفر افزایش نشان می دهد و میانگین سن بازیکنان نیز از ۲۱ سال به ۱۹ سال کاهش یافته است و بالاخره از منظر بازار و اقتصاد بازی یافته های این پیمایش نشان می دهد که درآمد بازار بازی های دیجیتال از ۴۶۰ میلیارد تومان در سال ۹۴ به ۹۲۰ میلیارد تومان در پایان سال ۹۶ رسیده است.

دو برابر شدن حجم بازار در سال ۹۶ نسبت به حجم بازار در سال ۹۴، از سویی ناشی از افزایش نرخ تورم و ارز است و اثرپذیری بازار کشور از نوسانات اقتصادی و سیاسی را مشخص می کند؛ ولی از سوی دیگر توان صنعت در ایجاد رشدهای چشمگیر را به تصویر می کشد که با افزایش سهم تولیدات داخلی جذابیت بازار بازی را نمایان نموده است.

از طرفی ورود موج جدیدی از بازیکنان کودک و نوجوان است که پس از یک سیر صعودی از سال ۱۳۸۹ با میانگین سنی ۱۶ سال تا سال ۱۳۹۴ با میانگین سنی ۲۱ سال، میانگین سنی را با کاهش مواجه کرده است و می توان آینده ای پرمخاطب تر را برای بازی های دیجیتال متصور شد. نکته دیگر آن است که اثر قابل توجه پلتفرم کنسول در درآمدهای بازار است که به خصوص با استقبال بازیکنان از آخرین (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کنسول سونی، یعنی PS4، تغییرات مشخصی هم در درآمدهای نرم افزاری و هم در درآمدهای سخت افزاری ایجاد کرده است. حداقل مزیت این رخداد، تغییر عادت بازیکنان به خرید بازی های اورجینال است که فرصتی برای ورود جدی به پلتفرم کنسول را فراهم می آورد. صنعت بازی های دیجیتال در ایران به تدریج مسیر پیشرفت خود را پیدا کرده است. رویدادهای بزرگی نظیر TGC، TGF، IGL و TGC و DGRC در ابعاد مختلف، عرصه وسیعی را برای پیشتازی این صنعت در کشور فراهم آورده اند. بازی سازان ایرانی در درخشان ترین دوره رقابت منطقه ای و بین المللی خود تا امروز قرار دارند. ورود و نفوذ به بازارهای بین المللی و تثبیت جایگاه خود در بازار اشیاع نشده داخلی، موتور محرکه بازی سازان برای ساخت بازی هایی با کیفیت بالاتر است. شبکه ای از پژوهشگران از رشته های مختلف دانشگاهی در جهت توسعه این صنعت در حال شکل گیری است. زمینه گسترده ای در جهت آموزش بازی سازی و انتقال دانش و فناوری روز دنیا به بازی سازان ایرانی تدارک دیده شده است.

سرمایه گذاران، رفته رفته مجذوب شتاب رشد و پتانسیل های کشف نشده این صنعت رسانه ای تاثیرگذار می شوند. ژورنالیسم بازی با ظهور برندهای جوان و خلاق، مسوولیت خود را در انعکاس پیشرفت ها و بازخورد دادن درباره تقایص و کمبودهای اکوسیستم بازی های دیجیتال در کشور پذیرفته است. در این شرایط، پیمایش های دوره های و منظم، می تواند زمینه را برای تعیین وضعیت فعلی مصرف بازی های دیجیتال در کشور و همچنین اندازه گیری تغییرات روند مصرف فراهم آورد.

منبع: صبح نو



## کافه بازار: انتقاد کردیم حذفمان کردند / بنیاد ملی بازیهای رایانه ای: کافه بازار دنبال واردات بازی بود

(۱۳۹۵-۰۷/۰۹/۱۳)

ماجرای نزاع بین بنیاد بازی های ملی رایانه ای و کافه بازار از آن جا شروع شد که امین امیرشریفی، مدیرعامل کافه بازار در صفحه توئیتر خود اقدام به انتقاد از نحوه هزینه کرد نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران کرد.

چیزی نگذشته بود که مدیرعامل کافه بازار از دریافت ایمیلی از بنیاد ملی بازی های رایانه ای خبر داد که که حسام آرمندهی، رئیس هیات مدیری کافه بازار بخشی از محتوای آن را منتشر کرد: «از آنجایی که مدیرعامل کافه بازار صریحا با این رویداد و ماهیت آن مخالفت کرده اند... رویداد بین المللی TGC۲۰۱۸ نمی تواند میزبان کافه بازار باشد»

در پی دریافت این ایمیل، کافه بازار نیز اقدام به تحریم نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران TGC۲۰۱۸ کرد. در حالی مدیرعامل کافه بازار دلیل لغو بلیت شرکت کنندگان کافه بازار در TGC را انتقاد صورت گرفته از جانب خود به هزینه کرد این رویداد عنوان می کند که کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای از ارسال ایمیل به کافه بازار ابراز بی اطلاعی کرده و دلیل حذف کافه بازار را قصد کافه بازار برای واردات بازی های خارجی می داند.



## دومین دوره رویداد بازی سازی Level Up آغاز شد (۱۳۹۵-۰۷/۰۹/۱۳)

دومین دوره رویداد لول آپ (Level Up)، با هدف تولید و ساخت بازی های کامپیوتری برای رایانه های شخصی و با تمرکز با فرهنگ بازی سازی مستقل برگزار می شود.

در این رویداد که از همین امروز ثبت نام آن آغاز می شود و تا ۲۲ تیر ماه هم ادامه پیدا می کند، به گفته امیرحسین فصیحی، مدیرعامل شرکت فن افزار، در امتداد شعار جهانی سازی دوره گذشته، عبارت «تیم بساز، بازی بساز» برای معرفی خط مشی برگزیده شده است تا اهمیت تیم سازی و نگرش گروهی را برای بازی سازان جوان پر رنگ کند.

او در توضیح تغییر نگاه این رویداد محبوب به سمت بازی های رایانه ای گفت: «باور داریم که علی رغم توجه مضاعف به بازی های موبایل، هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد. از سوی دیگر، امسال، شرکت فن افزار در کنار خود هیولا، پلتفرم عرضه دیجیتال بازی های کامپیوتری را نیز به عنوان بازی برگزار کننده رویداد می بیند و از همین رو تصمیم گرفته است که در این دوره روی بازی های کامپیوتری (PC Games) و فرهنگ بازی سازی مستقل تمرکز شود»

محتوای ایرانی برای بازارهای جهانی اولین دوره این رویداد دو سال پیش با شعار «در مسیر جهانی شدن» برگزار شد که در طی آن، ۱۷۴ تیم از اقصی نقاط ایران به رقابت پرداختند و ۶۴ محصول وارد مرحله داوری شدند. تفاوت عمده این دوره نسبت به دوره پیشین بها دادن به «قالب (Theme)» در بازی سازی است. امیرحسین فصیحی درباره چارچوب های بازی سازی در این دوره از رویداد level up چنین می گوید: «امسال، تم ساختاری و تم محتوایی برای بازی های در نظر گرفته شده است. تم ساختاری، نوع بازی را مشخص می کند و تم محتوایی نیز با تکیه بر فرهنگ و هنر ایرانی، حال و هوای کلی بازی را روایت می کند» او در این مراسم از جای خالی بازی های رقابتی چندنفره در بازار ایران سخن گفت و اضافه کرد: «بازی هایی که ساخته می شوند باید از نوع چندنفره رقابتی (Competitive Multiplayer) باشند. چنین سبک بازی های در بازار ایران کمتر یافت می شوند و در بازارهای جهانی نیز از اهمیت (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ویژه ای برخوردار هستند و طرفداران بسیاری دارند. ساخت بازی های چند نفره رقابتی با الهام گرفتن از فرهنگ غنی و هنر ایرانی می تواند مخاطب های داخلی و خارجی را به سمت بازی های مستقل ایرانی بکشاند.

او همچنین درباره تمرکز این رویداد برای تولید بازی روی کامپیوترهای شخصی سخن گفت: «بستر ایده آل برای این دست بازی ها، رایانه های شخصی است. به همین منظور تصمیم گرفتیم اسامال تمرکز را روی این بخش از صنعت بازی بگذاریم و تیم های مستقل را تشویق کنیم تا در این راه قدم بگذارند.»

ثبت نام در رویداد کسری تهرانی، مدیر توسعه تجاری هیولا، در توضیح روند برگزاری رویداد گفت: «تیم های علاقه مند به شرکت در رویداد Level Up فرصت دارند در بازه ی زمانی ۱۱ تا ۲۲ تیر در وب سایت [levelup.fanafzarc.com](http://levelup.fanafzarc.com) مشخصات خود را ثبت کنند. البته تاییدیه نیز اتخاذ شده است تا کسانی که تیم کامل ندارند بتوانند تیم سازی و در این رویداد شرکت کنند.»

به گفته این مدیر هیولا، تیم ها پس از تایید و ورود به رویداد می توانند از بین مربیان (Mentor) یکی را به عنوان مربی خود انتخاب کنند تا در طول این دوره از تجربه های او استفاده کنند و هنگام ساخت بازی از راهنمایی های او کمک بگیرند.

او از علاقه مندان دعوت کرد برای اطلاعات بیشتر به صفحه های اجتماعی رویداد لول آپ و هیولا در توئیتر و اینستاگرام یا [Hayoola.com](http://Hayoola.com) مراجعه کنند. تهرانی همچنین به روند برگزاری رویداد و مراحل آن اشاره کرد و افزود: «تیم های ثبت نامی هفته فرصت دارند تا پروژه خود را بسازند. این رویداد در سه مرحله برگزار خواهد شد. شرکت کنندگان باید برای عبور از هر مرحله، موارد خواسته شده از آن ها را ارسال کنند. آخرین مرحله یا همان مرحله سوم، ارسال خروجی بازی است که باید نسخه آزمایشی قابل بازی (Playable Demo) باشد به طوری که جذابیت و حس و حال بازی را کاملا به نمایش بگذارد. در واقع، به اصطلاح بازی سازان باید برشی عمودی (Vertical Slice) از بازی باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر ویدئو آموزشی فن افزار درباره برش عمودی را در آپارات ببینید.

جوایز و دوری مسابقه‌ساز ژان، یکی از مربیان رویداد، با اعلام آنکه بخشی از جوایز مسابقه به ترتیب مبلغ ۳۰، ۱۵ و ۷ میلیون تومانی برای تیم های اول تا سوم است گفت: «با حمایت هیولا از این رویداد، بازی سازان در این دوره می توانند محصول تولیدی شان را تحت عنوان «دسترسی سریع» (Early Access) که روشی مرسوم در بازی سازی مستقل برای تأمین سرمایه جمعی است در این پلتفرم عرضه کنند. به این ترتیب تیم ها می توانند از این فرصت و سرمایه ای که به دست می آورند برای تکمیل محصول خود استفاده کنند.»

او تاکید کرد تیم ها باید بتوانند بر اساس شرایطی که در وب سایت توضیح داده شده است محصولی قابل بازی تا هیئت داوران این رویداد آن را در روز قضاوت ارزشگذاری کنند. همچنین در ادامه افزود: «Level Up در تلاش است تا فضایی پدید آورد که علاقه مندان و تیم های بازی سازی بیشتری به سمت توسعه بازی های مستقل قدم بردارند. با افزایش بازی های مستقل و کیفیت آن ها، صنعت بازی سازی ایران می تواند قدم های بهتر و بیشتری رو به جلو بردارد.»

در مراسم افتتاحیه رویداد، حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز حضور داشت و در سخنان خود به نقش حمایتی بنیاد اشاره کرد و گفت: «صنعت بازی یکی از صنایع پرسود دنیاست. این بخش از صنعت پتانسیل بسیاری برای صادرات دارد و تاکنون چند تیم بازی سازی نشان داده اند که بازی ایرانی می تواند مخاطبان بین المللی جذب کند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای از هر رویداد با کیفیتی که باعث رشد صنعت و تیم های بازی سازی ایرانی شود حمایت می کند. همچنین، بنیاد از برگزارکنندگان این رویداد نیز حمایت کافی برای ورود به بازار تجاری خواهد کرد.»

تمرکز مثبت مجموعه هایی مانند هیولا منجر به توسعه فرهنگ بازی سازی دانش محور به خصوص در زمینه های مهجوری مانند بازی های رایانه ای خواهد شد که برای بخش حرفه ای تر و کارگشته تر بازار سرگرمی های دیجیتال به شدت جذاب هستند.

رویداد بازی سازی Level Up برآمده از تفکر و اندیشه یک تیم بازی سازی مستقل است که توانسته با تکیه بر ارزش های فرهنگی و هنری ایرانی محصولاتی را تولید کند که در بازارهای جهانی نیز مخاطبان بسیاری داشته باشند. برگزارکنندگان این رویداد تلاش می کنند تا فرهنگ و شجاعت ساخت بازی مستقل را در ایران تقویت کنند تا صنعت بازی سازی در ایران غنای بیشتری پیدا کند.

## قوانینوز

### ناشران بین المللی بازی در راه ایران / جویندگان گنج در تی جی سی (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

ارتقای دانش بازی سازان داخلی و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی همواره از اهداف مهم بازی سازان بوده است و حضور ناشران و خریداری که در رویداد تی جی سی حضور می یابند، می تواند تاثیر به سزایی در این اهداف داشته باشد.

به گزارش قوانینوز به نقل از ایسنا، در حالی که بازی سازان ایرانی روز به روز تجربیات ارزشمند بیشتری به دست می آورند و به تعداد بازی های ایرانی در بازارهای جهانی افزوده می شود، لزوم گسترش تعاملات بین المللی، اهمیتی دو چندان یافته است. در این راه اما با افزایش قیمت ارز، عملا هزینه های حضور در رویدادهای مهم بین المللی آن قدر بالا رفته است که شرکت های جوان بازی سازی را از پذیرش ریسک سرمایه گذاری بین المللی، ناتوان کند.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری گیم کانکشن (Game Connection)، زمینه حضور نمایندگان ۲۴ ناشر و خریدار بازی خارجی را در **TGC** ۲۰۱۸ - رویداد بین المللی **Tehran Game Convention** که رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است - فراهم کرده است تا همه بازی سازان ایرانی فرصت تعاملات بین المللی را به دست بیاورند. نکته مهم حضور ناشران، گستره فعالیت آن هاست و از ناشران تخصصی

کشورهای عربی و آمریکایی گرفته، تا فعالان بازارهای آمریکای لاتین، در جست وجوی بازی های ایرانی، به مثابه گنجی کشف نشده به ایران می آیند.

کدام شرکت ها میهمان تی جی سی هستند؟

بدون شک پرآوازه ترین ناشر میهمان تی جی سی، سونی است. شرکت سونی اینتراکتیو انترتینمنت (Sony Interactive Entertainment) در سال ۱۳۹۳ به عنوان یکی از زیرمجموعه های گروه سونی، در توکیو تاسیس شد و مسوول فروش کنسول پلی استیشن و بازی های ویدئویی است. تمرکز فعالیت این شرکت در اروپا، آمریکای شمالی و آسیاست. بازی های ماین کرافت (Mine Craft)، گاد آف وار (God of War) و تکن (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) (Tekken)، از جمله معروف ترین بازی های توزیع شده توسط این شرکت محسوب می شود. شرکت الکترونیک آرتز (Electronic Arts)، ناشر دیگری است که نمایندگانش را به تهران می فرستد. شرکت EA سازنده و توزیع کننده بازی های محبوبی مانند فیفا (FIFA) و سیمز (The Sims) برای کنسول های مختلف از جمله موبایل است. درآمد این شرکت در سال گذشته ۶۳۷ میلیون دلار بوده و البته همواره به دنبال بازی ها و استعداد های ناب بوده است.

هلدینگ محصولات اینترنتی تن سنت (Tencent) یک شرکت چند ملیتی است که در نوامبر ۱۹۹۸ برپا شد. این شرکت در حوزه تکنولوژی، هوش مصنوعی، شبکه اجتماعی، تجارت الکترونیک، سرگرمی و بازی های آنلاین در چین فعال است. مقر این شرکت در شنزن چین است و در سال گذشته ۳۶ میلیارد دلار درآمد داشت که ارزش سهام آن به ۵۸۰ میلیارد دلار رسید. این هلدینگ طراح پلت فرم های بازی های آنلاین پرمخاطبی از جمله لیگ آف لجنندز (League of Legends)، آرنا آف والر (Arena of Valor) و دانگون فایتز (Dungeon Fighter) است.

شرکت گامینگو (Gamingo)، یک شرکت فعال در زمینه بازی های آنلاین در هامبورگ است. بازی های آیرون سایت (Iron Sight)، گانز اند روباتز (Guns and Robots) و دراگون پرافت (Dragon's Prophet)، جدیدترین محصولات عرضه شده این شرکت تحت ویندوز است. شرکت آرتیک گیمز (Articgames) از بازی سازان مشهور موبایل در هلند به شمار می رود. محصولات اسپلشی کتز (SPLASHY CATS)، کریستال راش (CRYSTAL RUSH) و تاور بیلدر (TOWER BUILDER) چند نمونه از بازی های تحت اندروید و آی او اس آرتیک هستند.

گیم پلن (Gameplan)، یک شرکت مشاوره در حوزه ROI صنایع دیجیتال است. گیم پلن در برزیل و کشورهای آمریکای لاتین با برندهای معتبری مانند کوالکام، IGN و آرتیگیمز همکاری داشته است.

شرکت playarabi یکی از مشهورترین ناشران بازی در کشورهای عربی محسوب می شود. این شرکت که دفترش در دلو آمریکا قرار دارد، به بازار ۲۰۰ میلیون نفری از کشورهای عرب زبان دسترسی دارد. مگنیفیشنت (The Magnificent)، هایدی (Heidi: Alpine Adventure)، کینگدم آنلاین (Kingdoms Online)، استارترز آف نالج (Stars Of Knowledge) و ریسینگ عربی بازی هایی که این شرکت تحت دو پلتفرم رایج موبایلی منتشر کرده است.

بلک نات (Blacknut) یک سرویس استریم و پخش بازی است که در سال ۲۰۱۶ پایه عرصه صنعت سرگرمی گذاشت. این شرکت امکان استفاده از جدیدترین بازی ها را بدون نیاز به کنسول یا سیستم های بازی قوی فراهم کرده و تنها به یک خط ارتباط اینترنتی نیاز دارد. این شرکت در حال حاضر بیش از ۸۰ عنوان بازی را در مجموعه خودش گردآوری کرده است.

شرکت پلی اندز (Playades) توزیع کننده بازی های موبایلی در سطح بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ تاسیس شد. این شرکت بلغارستانی بیش از ۱۵۰ عنوان بازی را در اکوسیستم های مشابه گوگل پلی و اپ استور منتشر کرده است.

هیرو کرافت (Herocraft)، ناشر دیگری است که به تی جی سی ۲۰۱۸ می آید. این شرکت از کشور روسیه است و در حوزه ساخت و توزیع بازی تحت سیستم های موبایلی و بازی و کامپیوتری فعال است. هیرو کرافت در سال ۲۰۰۲ در کالینگراد روسیه پایه گذاری شد و فارم فرنزی (Farm Frenzy)، ترژر آف مانتروما (The Treasures of Montezuma ۲) و وارهمر (۴۰,۰۰۰ Warhammer)، سه نمونه از بازی های منتشر شده آن است.

شرکت میل رو (mail.ru) که در دوره گذشته تی جی سی نیز حضور فعالی داشت، یک شرکت روسی در زمینه پشتیبانی سرویس های اینترنتی، ایمیل، پرداخت اینترنتی، موتور جست و جو و بازی های آنلاین است که در سال ۱۹۹۸ فعالیت خود را در مسکو آغاز کرد. شبکه اجتماعی وی کونکت (VK)، پرمخاطب ترین شبکه روسی، از زیرمجموعه های این شرکت است. طبق آمار، این شرکت ۱۷۵ میلیون نصب بازی در شبکه های اجتماعی، ۷۵ میلیون کاربر بازی های موبایلی و ۱۰۰ میلیون کاربر ثبت شده جهانی دارد. ایولوشن (evolution) و پلنت آف هیروز (Planet of Heroes) از بازی های موبایلی اندروید و آی او اس این شرکت است.

شرکت Xendex توسعه دهنده بازی معروف موبایلی کات د روپ (cut the rope) است که در ایران هم طرفداران زیادی دارد. این شرکت اتریشی با شرکت های بزرگی مانند اپل، EA، تامکو، سونی، آمازون و کوتامی همکاری داشته است. شرکت Xendex بیش از ۱۰۰ عنوان بازی و توزیع ۱۰۰۰ بازی موبایلی را در کارنامه خود دارد.

شرکت کری ایتو موبایل (creative-mobile) سازنده و منتشر کننده بازی های موبایلی است که فعالیتش را از سال ۲۰۱۰ در استونی شروع کرده است. این شرکت مدعی سرویس به ۳۰۰ میلیون بازیکن (گیمز) در اروپای شمالی است. آلکمی ژنتیک (Alchemy Genetics)، نیترو نیشن (NITRO) و بی هولدر (Beholder) از محصولات توزیع شده توسط این شرکت است. محصولات این شرکت در ژانرهای اکشن، استراتژی، ورزشی، اول شخص، معمایی و ... است.

شرکت ایت المنتز (AElements)، شرکت توزیع کننده بازی های موبایلی در کشورهای خاور دور و اقیانوسیه است. این شرکت مدعی سرویس دهی به ۲۰۰ میلیون کاربر در آسیای شرقی است. مجموعه بازی معمایی BoBoiBoy تحت دو سیستم عامل موبایلی از بازی های پخش شده توسط این شرکت است. کنگا (Cenega) یک پخش کننده با سابقه بازی در اروپای شرقی و مرکزی است. این شرکت لهستانی از ابتدا در کار پخش بازی تحت پلتفرم های آتاری، کومودور، پلی استیشن و امیگا بوده است. نام این شرکت برگرفته از حروف ابتدایی (Central European Games) است. هاکلبری (Huckleberry) یک شرکت توزیع، مشاوره، به سودرسانی و درک بازار بازی است. بازی های معمایی پلاس (Plusle) و وردان (WordOn) از محصولات این شرکت است.

شرکت باینوگیم (Bynogyne) طی ۱۰ سال گذشته یک پلت فرم آنلاین بازی را اداره کرده است. این شرکت اعلام کرده به بیش از نیم میلیون کاربر سرویس می دهد. بازی های تحت استیم مانند کانتر استریک و دوتا (DOTA)، لیگ اسطوره ها، فورتنایت، تراوین و ... از خدمات این پلت فرم محسوب می شود. شرکت بوم بیت (Boombit) یک شرکت انگلیسی توزیع بازی های موبایلی اندرویدی و آی او اس است. سل کانکت (Cell Connect)، تاینی گلا دیاتورز (Tiny Gladiators)، کار درایونگ (Car Driving School Simulator) و بیلد بریج (Build a Bridge) بازی های توزیع شده توسط این شرکت است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) شرکت نازارا (nazara) یک شرکت هندی طراح بازی های موبایلی است که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد. این شرکت در کشورهای آسیایی، آفریقایی و آمریکای لاتین فعال است. سری بازی های Virat Star Cricket و Chhota Bhe em. Motu Patlu Speed Racing از محصولات این شرکت بازی سازی است.

شرکت Kunlun Wanwei-Koramgame یک شرکت مشاوره، تحقیق و توسعه در زمینه تولید محتوا در پلت فرم های شبکه های اجتماعی و پلت فرم بازی های موبایلی است که در سال ۲۰۰۸ شروع به کار کرده است. این شرکت در آمریکا، روسیه، هند، ژاپن، کره جنوبی، کشورهای جنوب شرقی آسیا و اروپا فعال است.

شرکت کلاباتر (Klabater) یک شرکت لهستانی در زمینه معرفی، انتشار و بازاریابی بازی های ویدئویی فعال است. بازی های آلیس وی آر (ALICE VR)، روار (ROARR) و رولوشن (WE. THE REVOLUTION) از بازی های توزیع شده توسط این شرکت است.

شرکت لوکوم گیمز (Lokum Games) شرکتی است که از سال ۲۰۱۴ شروع به توزیع بازی در بازارهای جهانی کرده است. این توزیع کننده ترکیه ای، بازی های آنلاینی از جمله بیلارد را در کارنامه دارد؛ هم چنین لوکوم گیمز پلت فرم ابری cloudii را برای بازی در اختیار دارد.

شرکت کانکت تو مدیا (connectmedia) از سال ۱۹۹۷ به توسعه دهندگان برای افزایش درآمد و سوددهی بازی هایشان مشاوره می دهد. این شرکت انگلیسی سابقه همکاری با EA، اکتیویژن (Activision) و کونامی (Konami) را دارد. شرکت CyM همچنین در زمینه عیب یابی، نگاه اقتصادی، تطابق محصول با دستگاه اجراکننده و ... به بازی سازها مشاوره می دهد. این شرکت یکی از سه شرکت برتر توزیع بازی در اروپا محسوب می شود و البته در کشورهای آمریکایی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز فعال است. بازی های ۲۶۵ پازل کلاب (Puzzle Club)، بی ام دبلیو ریسینگ (BMW Racing) و کانترا (Contra ۴) از بازی های منتشر شده توسط این شرکت است.

شرکت وارگیمینگ (Wargaming) سرویس دهنده آنلاین بازی است که بیش از ۶۰ میلیون کاربر دارد. این شرکت بلاروسی از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرده و بازی های آنلاین مجموعه ی ورد آف تانکز World of Tanks و World of Tanks Blitz را منتشر کرده است.

به گزارش ایسنا، دومین رویداد تی جی سی (Tehran Game Convention) ۱۴ و ۱۵ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مهم ترین اهداف این رویداد را می توان ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دانست که با حضور شرکت های خارجی حاصل می شود.



## در آخرین گزارش بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ ایران ۲۸ میلیون گیمر با میانگین سنی ۱۹ سال دارد (۱۳۹۶-۱۳۹۷-۱۳۹۸)

انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهشی بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت.

به گزارش اقتصاد آنلاین، در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران است منتشر شد. گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند. از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و ۶ درصد متأهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند! (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی در ایران است. بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوییز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را از آن خود کرده اند.

ژانر پرتعداد بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است.

مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتعداد بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.



## در آخرین گزارش بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ ایران ۲۸ میلیون گیمر با میانگین سنی ۱۹ سال دارد اقتصاد

ایران (۱۳۹۶-۱۷/۰۱/۲۰۲۲)

آریا بازار - انتشار شاخص ترین اطلاعات مصرف بازی های دیجیتال در ایران با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سید محمدعلی سیدحسینی معاون پژوهش بنیاد آخرین آمار مصرف بازی در کشور در اختیار اصحاب رسانه قرار گرفت.

به گزارش آریا بازار، در این نشست اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیمر و گیمرها در ایران است منتشر شد. گفتنی است اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند.

چه کسانی بازی می کنند؟

به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای طبق یافته های گزارش نمای باز سال ۱۳۹۶ از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن هستند. به این ترتیب ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران وجود دارد که از میان آن ها ۶۵ درصد بازیکنان مرد و ۳۵ درصد بازیکنان زن هستند از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر بازیکن و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

در میان بازی کنندگان ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند.

از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. در این میان ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند.

همچنین باید به این نکته هم اشاره کرد که درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است که سخت افزار و نرم افزار را شامل می شود.

پس از پایان سخنان مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید محمدعلی سیدحسینی اطلاعات بیشتری را در اختیار خبرنگاران قرار داد. براساس این اطلاعات با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آن ها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناس ارشد و ۱ درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تاهل بازیکنان ۷۸ درصد آن ها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و ۶ درصد متأهل بدون فرزند هستند.

نیمی از بازیکنان به رده بندی سنی اهمیت نمی دهند! (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در میان بازیکنان ایرانی ۴۷ درصد اصلا به رده بندی سنی بازی ها توجه ندارند، ۲۹ درصد تاحدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی به رده بندی سنی بازی های رایانه ای دارند.

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی در ایران است. بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارد. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوییز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را از آن خود کرده اند.

ژانر پرتعداد بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دوتنده اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است. مصرف بازی های دیجیتال دو برابر سرانه مطالعه کتاب در کشور

سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است. در عین حال بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۵ برند سخت افزاری پرتعداد بین بازیکنان به ترتیب برندهای سامسونگ، سونی، هواوی، لنوو و مایکروسافت است.

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است. در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آن ها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان باید به این نکته اشاره کرد که ۵۹ درصد آن ها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت ADSL، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و ۱ درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

۳۹۵.۱ میلیارد تومان، صرف خرید بازی شده است

حدود ۱۸ درصد از بازیکنان کشور خریدار نرم افزار (بازی) هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.

همچنین از مجموع ۳۹۵.۱ میلیارد تومان سهم بازی از کل درآمد بازار ۱۴ سهم بازی های بومی است که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد ۱۱ درصدی را نمایش می دهد.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

در میان بازی ها نیز بازی های موبایلی با سهم ۲۲۹.۵ میلیارد تومان در رده نخست و پس از آن بازی های کنسولی و بازی های رایانه ای از جمله بازی های هستند که توسط خریداران ایرانی تهیه شده اند.



## در سال ۹۶ و با وجود ۲۸ میلیون گیمر؛ درآمد بازار بازی های دیجیتال به ۹۲۰ میلیارد تومان رسید (۱۳۹۶-۹۷/۰۱/۱۳۹۷)

آمار حاصل از طرح پیمایش بازیکنان دیجیتال ایران که هر دو سال یک بار اجرا می شود نشان می دهد حجم درآمد بازار بازی های دیجیتال در سال ۹۶ به ۹۲۰ میلیارد تومان رسیده است در حالی که این رقم در سال ۹۴ برابر با ۴۶۰ میلیارد تومان بوده است.

ایران آنلاین ۲۸ میلیون گیمر، حجم بازار ۹۲۰ میلیارد تومانی، سهم ۱۴ درصدی بازی های بومی از درآمد این بازار، دسترسی ۷۷ درصد جمعیت گیمرها به بازی از طریق گوشی های هوشمند، رشد ۴۸ درصدی استفاده از بازی آنلاین، رسیدن سرانه مصرف بازی های دیجیتال به ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی و... بخشی از گزارش چهارمین دور طرح ملی پیمایش ملی بازیکنان دیجیتال ایران در سال ۹۶ است که توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای منتشر شده است. این پیمایش که هر دو سال یک بار انجام می شود شامل اطلاعات دقیق و جزئیاتی است که به باور بنیاد ملی بازی های رایانه ای می تواند به تفصیل مورد بررسی جامعه شناسان، روانشناسان و سیاست گذاران فرهنگی کشور قرار گیرد و نتایج آن جهت گیری دو سال آینده این صنعت را مشخص کند.

رشد دوبرابری حجم درآمد بازار بازی های دیجیتال

نتایج چهارمین پیمایش ملی بازیکنان دیجیتال که شاخص ترین اطلاعات مصرف بازیکنان دیجیتال ایرانی تا انتهای سال ۹۶ را نشان می دهد با کمک نمونه آماری ۸ هزار نفری به دست آمده است. همچنین براساس اعلام بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای اجرای این پیمایش نیز از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان، شهر و روستا می شوند. در حالی که در دور چهارم این پیمایش جامعه آماری ۸ هزار نفری انتخاب شده که در پیمایش سال ۹۴ جامعه آماری ۱۵ هزار نفری برای استخراج اطلاعات از میزان مصرف بازی دیجیتال در کشور در نظر گرفته شده بود.

محمدعلی سیدحسینی، مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نشست خبری در خصوص اعلام نتایج این پیمایش در مورد این کاهش جامعه آماری گفت: «در سال ۹۴ یک جامعه آماری ۵ هزار نفره ملی داشتیم. با این حال برای آنکه آمارمان در یازده کلانشهر بزرگ دقت بیشتری داشته باشد، یک جامعه آماری ۱۰ هزار نفره نیز انتخاب کردیم. اما با توجه به افزایش جامعه آماری ملی ما به ۸ هزار نفر در سال ۹۶ دیگر نیازی به اختصاص جامعه آماری ویژه برای کلانشهرها نبود» او همچنین تصریح می کند که جامعه آماری برای این پیمایش با استانداردهای جهانی همخوانی دارد و در تمام روستاها و شهرها به صورت حضوری و با تبلت، این آمار استخراج شده است.

در این پیمایش منظور از بازیکنان بازی دیجیتال یا گیمر نیز فردی است که حداقل یک ساعت در هفته یا حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی یعنی موبایل، رایانه و کنسول بازی کند.

این گزارش نشان می دهد که حجم درآمدی بازار بازی دیجیتال در سال ۹۶ به ۹۲۰ میلیارد تومان رسیده این در حالی است که حجم درآمدی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازار بازی های دیجیتال در سال ۹۴ برابر با ۴۶۰ میلیارد تومان گزارش شده بود. همچنین این گزارش حکایت از رشد ۳ درصدی سهم درآمدی بازی های بومی در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ را می دهد. براساس اعلام گزارش پیمایش ملی بازیکنان دیجیتال، در سال گذشته ۱۴ درصد از حجم درآمدی این بازار مربوط به بازی های بومی بوده که این میزان در سال ۹۴ برابر با ۱۱ درصد بوده است.

از سوی دیگر این گزارش خبر از رشد ۱۲ درصدی بازیکنان بازی های دیجیتال یا گیم‌های ایرانی در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ می دهد. براساس این پیمایش، میزان گیم‌های ایرانی در سال ۲۸.۹۶ میلیون نفر بوده اند و این درحالی است که این میزان در سال ۲۳.۸۴ میلیون بازیکن گزارش شده بود. سرانه ۳۱ دقیقه مصرف بازی دیجیتال

بخش دیگری از این گزارش به سن و جنسیت بازیکنان دیجیتالی کشور و سرانه مصرف بازی در کشور اختصاص یافته است. براساس این پیمایش از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن بازی های دیجیتال هستند از سوی دیگر ۶۵ درصد از جامعه ۲۸ میلیون گیم‌ر در کشور را مردان و ۳۵ درصد را زنان تشکیل می دهند. همچنین در هر خانوار ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد که متوسط سن بازیکنان بازی دیجیتال در ایران نیز به ۱۹ سال رسیده است. این میزان سن نسبت به سال ۹۴ که ۲۱ سال بوده کاهش پیدا کرده و بر خلاف روند های جهانی نیز هست، چرا که برای مثال میانگین سنی گیم‌رها در کشور آمریکا ۳۵ سال است. اما سرانه مصرف بازی های دیجیتال ایران در سال ۳۱.۹۶ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی بوده است. براساس این گزارش، بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. از سوی دیگر، این گزارش به میزان تحصیلات گیم‌های ایرانی نیز توجه داشته است. بر این اساس با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آنها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناسی، ۲ درصد کارشناسی ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تأهل بازیکنان نیز ۷۸ درصد آنها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و ۶ درصد متأهل بدون فرزند هستند. همچنین بیشترین تعداد گیم‌های کشور نیز به ترتیب در استان های تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس حضور دارند.

گوشی های هوشمند محبوب

این گزارش آمارهای جالبی هم از میزان استفاده دستگاه هایی که گیم‌های ایرانی برای بازی دیجیتال خود انتخاب می کنند دارد. از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم گوشی های تلفن همراه، ۲۵ درصد از رایانه شخصی، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین براساس نتایج این پیمایش از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم اپلیکیشن یا نرم افزار بازی است. دستگاه کنسول یا ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

به گفته بنیاد ملی بازی های رایانه ای، نکته جالب در پیمایش اطلاعات مصرف بازی های دیجیتالی نشان می دهد که نرخ رشد استفاده از پلتفرم رایانه های شخصی در سال گذشته نسبت به سال ۹۴ رشد منفی ۲۲ درصدی داشته است. به گفته حسن کریمی قدوسی، رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای، رشد استفاده از اینترنت و مخصوصاً همراه در کشور باعث این تغییرات شده است. در این پیمایش نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است که در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آنها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان هم ۵۹ درصد آنها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت پرسرعت ثابت (ADSL)، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و جالبتر اینکه یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

بازی های محبوب گیم‌های ایرانی

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی ایران در سال ۹۶ است. بعد از این بازی به ترتیب بازی PES و بازی GTA در رده های دوم تا سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارند. بازی های کاتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوپیز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را در اختیار دارند. ژانر پرتعداد بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دهنده اسکوپازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است. از میان جمعیت ۲۸ میلیون گیم‌ر های ایرانی تنها حدود ۱۸ درصد از این گیم‌رها خریدار نرم افزار یا اپلیکیشن های بازی هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.



## بازار ۲۵ میلیون نفری برای بازی های پارانه ای

عضو هیأت رئیسه کمیسیون فرهنگی مجلس گفت: در نمایشگاه بازی های دیجیتالی و رایانه ای در آلمان، جوانان ایرانی زیادی حضور داشتند که برای شرکت های خارجی تولید برنامه می کردند که نشانه عدم حمایت مناسب از جوانان بازی ساز و ناچار شدن آنها برای مهاجرت است.

علیرضا ابراهیمی در گفت و گو با خانه ملت با بیان اینکه ۲۵ میلیون ایرانی روزانه مشغول بازی های رایانه ای و دیجیتالی هستند، اظهار کرد: بودجه ۱۲ میلیاردی بنیاد ملی بازی های رایانه ای رقمی ناچیز و اندک برای رقابت با بازی های خارجی و قاچاق است.

نماینده مردم آزادشهر و رامیان افزود: در تولید و ساخت بازی های دیجیتالی جزو کشورهای مطرح در آسیا و دنیا هستیم؛ بنابراین در این حوزه می توان بسیار موفق عمل کرد.

این نماینده مجلس دهم با یادآوری اینکه بنیاد ملی در تلاش برای افزایش تولید بازی های دیجیتالی است، تصریح کرد: تیم جوان و متخصصی در بنیاد مشغول فعالیت هستند و انتظار می رود بتوان با تولید و محتوای مناسب با بازی های خارجی رقابت کرد و از این فرصت برای شکوفایی صنعت بازی سازی و افزایش اشتغال گام برداشت. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) ابراهیمی، قاچاق بازی های رایانه ای را چالشی جدی در مسیر تولیدکنندگان داخلی دانست و گفت: متأسفانه این بازی ها خشونت و مسائل جنسی را ترویج می دهند؛ در این رابطه می طلبد مسئولان در حوزه مبارزه با قاچاق به صورت جدی تر گام برداشته، نظارت ها را تشدید کرده و از سویی حمایت مناسب از تولیدکنندگان داخلی و اختصاص بودجه کافی در دستور کار قرار گیرد.



## ایران

### در سال ۹۶ و با وجود ۲۸ میلیون گیم؛ در آمد بازار بازی های دیجیتال به ۹۲۰ میلیارد تومان رسید

مانی آشتیانی

خبرنگار

۲۸ میلیون گیم، حجم بازار ۹۲۰ میلیارد تومانی، سهم ۱۴ درصدی بازی های بومی از درآمد این بازار، دسترسی ۷۷ درصد جمعیت گیمرها به بازی از طریق گوشی های هوشمند، رشد ۴۸ درصدی استفاده از بازی آنلاین، رسیدن سرانه مصرف بازی های دیجیتال به ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی و... بخشی از گزارش چهارمین دور طرح ملی پیمایش ملی بازیکنان دیجیتال ایران در سال ۹۶ است که توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای منتشر شده است. این پیمایش که هر دو سال یک بار انجام می شود شامل اطلاعات دقیقی و جزئیاتی است که به باور بنیاد ملی بازی های رایانه ای می تواند به تفصیل مورد بررسی جامعه شناسان، روانشناسان و سیاست گذاران فرهنگی کشور قرار گیرد و نتایج آن جهت گیری دو سال آینده این صنعت را مشخص کند.

رشد دوبرابری حجم درآمد بازار بازی های دیجیتال

نتایج چهارمین پیمایش ملی بازیکنان دیجیتال که شاخص ترین اطلاعات مصرف بازیکنان دیجیتال ایرانی تا انتهای سال ۹۶ را نشان می دهد با کمک نمونه آماری ۸ هزار نفری به دست آمده است. همچنین براساس اعلام بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای اجرای این پیمایش نیز از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای - خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان، شهر و روستا می شوند. در حالی که در دور چهارم این پیمایش جامعه آماری ۸ هزار نفری انتخاب شده که در پیمایش سال ۹۴ جامعه آماری ۱۵ هزار نفری برای استخراج اطلاعات از میزان مصرف بازی دیجیتال در کشور در نظر گرفته شده بود. محمدعلی سیدحسینی، مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نشست خبری در خصوص اعلام نتایج این پیمایش در مورد این کاهش جامعه آماری گفت: «در سال ۹۴ یک جامعه آماری ۵ هزار نفره ملی داشتیم. با این حال برای آنکه آمارمان در یازده کلانشهر بزرگ دقت بیشتری داشته باشد، یک جامعه آماری ۱۰ هزار نفره نیز انتخاب کردیم. اما با توجه به افزایش جامعه آماری ملی ما به ۸ هزار نفر در سال ۹۶ دیگر نیازی به اختصاص جامعه آماری ویژه برای کلانشهرها نبود.» او همچنین تصریح می کند که جامعه آماری برای این پیمایش با استانداردهای جهانی همخوانی دارد و در تمام روستاها و شهرها به صورت حضوری و با تبلت، این آمار استخراج شده است. در این پیمایش منظور از بازیکن بازی دیجیتال یا گیم نیز فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی یعنی موبایل، رایانه و کنسول بازی کند. این گزارش نشان می دهد که حجم درآمدی بازار بازی دیجیتال در سال ۹۶ به ۹۲۰ میلیارد تومان رسیده این در حالی است که حجم درآمدی بازار بازی های دیجیتال در سال ۹۴ برابر با ۴۶۰ میلیارد تومان گزارش شده بود.

همچنین این گزارش حکایت از رشد ۳ درصدی سهم درآمدی بازی های بومی در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ را می دهد. براساس اعلام گزارش پیمایش ملی بازیکنان دیجیتال، در سال گذشته ۱۴ درصد از حجم درآمدی این بازار مربوط به بازی های بومی بوده که این میزان در سال ۹۴ برابر با ۱۱ درصد بوده است. از سوی دیگر این گزارش خبر از رشد ۱۲ درصدی بازیکنان بازی های دیجیتال یا گیمهای ایرانی در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ می دهد. براساس این پیمایش، میزان گیمهای ایرانی در سال ۲۸،۹۶ میلیون نفر بوده اند و این درحالی است که این میزان در سال ۲۳،۸۴ میلیون بازیکن گزارش شده بود. سرانه ۳۱ دقیقه مصرف بازی دیجیتال

بخش دیگری از این گزارش به سن و جنسیت بازیکنان دیجیتالی کشور و سرانه مصرف بازی در کشور اختصاص یافته است. براساس این پیمایش از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن بازی های دیجیتال هستند. از سوی دیگر ۶۵ درصد از جامعه ۲۸ میلیون گیم در کشور را مردان و ۳۵ درصد را زنان تشکیل می دهند. همچنین در هر خانواده ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد که متوسط سن بازیکنان بازی دیجیتال در ایران نیز به ۱۹ سال رسیده است. این میزان سن نسبت به سال ۹۴ که ۲۱ سال بوده کاهش پیدا کرده و بر خلاف روند های جهانی نیز هست، چرا که برای مثال میانگین سنی گیمرها در کشور آمریکا ۳۵ سال است. اما سرانه مصرف بازی های دیجیتال ایران در سال ۳۱،۹۶ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی بوده است. براساس این گزارش، بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. از سوی دیگر، این گزارش به میزان تحصیلات گیمهای ایرانی نیز توجه داشته است. بر این اساس با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آنها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناس، ۲ درصد کارشناس ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تأهل بازیکنان نیز ۷۸ درصد آنها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و ۶ درصد متأهل بدون فرزند هستند. همچنین بیشترین تعداد گیمهای کشور نیز به ترتیب در استان های تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس حضور دارند.

گوشی های هوشمند محبوب

این گزارش آمارهای جالبی هم از میزان استفاده دستگاه هایی که گیمهای ایرانی برای بازی دیجیتال خود انتخاب می کنند دارد. از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم گوشی های تلفن همراه، ۲۵ درصد از رایانه شخصی، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین براساس نتایج این پیمایش از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۹۶ حدود ۲۵۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم اپلیکیشن یا نرم افزار بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸،۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. به گفته بنیاد ملی بازی های رایانه ای، نکته جالب در پیمایش اطلاعات مصرف بازی های دیجیتالی نشان می دهد که نرخ رشد استفاده از (ادامه دارد ...)

## ایران

(ادامه خبر ...) پلتفرم رایانه های شخصی در سال گذشته نسبت به سال ۹۴ رشد منفی ۲۲ درصدی داشته است. به گفته حسن کریمی قدوسی، رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای، رشد استفاده از اینترنت و مخصوصاً همراه در کشور باعث این تغییرات شده است. در این پیمایش نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است که در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آنها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان هم ۵۹ درصد آنها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت پرسرعت ثابت (ADSL)، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و جالبتر اینکه یک درصد از اینترنت

Dial Up استفاده می کنند.

بازی های محبوب گیمزهای ایرانی

براساس این گزارش بازی

Clash of Clans پرطرفدارترین بازی ایران در سال ۹۶ است. بعد از این بازی به ترتیب بازی PES و GT A در رده های دوم تا سوم بازی های پرطرفدار در ایران قرار دارند. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلتش رویال، کال آو دیوتی، پو و کوییز آو کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرطرفدار ایرانی را در اختیار دارند. ۵ ژانر پرطرفدار بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دونه اسکویازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است. از میان جمعیت ۲۸ میلیون گیمز های ایرانی تنها حدود ۱۸ درصد از این گیمزها خریدار نرم افزار یا اپلیکیشن های بازی هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۶ درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.



## نشرنامه دیجیتال ایران

## ایرانی ها چقدر بازی می کنند؟ (۲۰۱۴-۲۰۱۵)

مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخیراً آماری از وضعیت بازی های رایانه ای در کشور منتشر کرده است که در گزارش پیش رو به این موضوع پرداخته ایم.

به گزارش «خبرنامه دانشجویان ایران» به نقل از صبح نو؛ صنایع فرهنگی در کشور نیازمند بازشناسی و بازتعریف مجدد هستند. ایران این ظرفیت را دارد که در آینده ای نزدیک صنایع فرهنگی سهم بزرگی در تولید ناخالص داخلی بیابد. امروز در حوزه های گردشگری، تئاتر، موسیقی، صنایع دستی، هنرهای تجسمی، بازی های رایانه ای و سایر حوزه ها می توانیم افزون بر بازار داخلی، بازار منطقه ای را هم تأمین کنیم و نقش بسزایی در اشتغال ملی نیز ایفا کنیم. در این میان، بازی های رایانه ای یکی از مؤثرترین ها به شمار می آیند تا حدی که در حوزه های متنوع فرهنگ سازی، جامعه پذیری و آموزش، اهداف بزرگی برای آن ها تعریف شده است. بخش مهمی از زندگی فرزندان ما را بازی فراگرفته است؛ فرزندان که در آینده نزدیک سکان کشور را در دست خواهند گرفت. در حوزه مطالعات پژوهشی بازی های رایانه ای بنیاد ملی بازی های رایانه ای فعالیت هایی را انجام داده و امید می رود تا یک کانون پژوهشی در حوزه بازی های رایانه ای با رویکرد آینده پژوهانه شکل گیرد. با توجه به اقتصاد مقاومتی و لزوم تقویت تولید داخلی، حمایت از بازی سازان داخلی یکی از امور لازم در این راستا خواهد بود. صنعت بازی های رایانه ای نیز یکی از مهم ترین صنایع فناورانه جهان به شمار می آید که همواره نگاهی به آینده دارد. در این میان، کشور ما نیز مصون از این تحولات نیست و به همین خاطر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سال های اخیر طرح ملی پیمایش ملی بازیکنان ایران را به اجرا گذاشته است. بنیاد ملی بازی های رایانه ای بر این باور است که لازم است نتایج این پیمایش به تفصیل مورد بررسی جامعه شناسان، روانشناسان و سیاست گذاران فرهنگی کشور قرار گیرد و نتایج آن جهت گیری دو سال آینده این صنعت را مشخص سازد. همچنین این بنیاد از تمام پژوهشگران و محققان علاقه مند دعوت کرده برای تجزیه و تحلیل کیفی نتایج این پیمایش وارد عمل شوند و این بنیاد را یاری دهند.

چهارمین پیمایش سراسری در حوزه مصرف بازی های دیجیتال در ایران که وضعیت مصرف این بازی ها در سال ۱۳۹۶ را بیان می کند با تحلیل داده های حاصل از پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در جمهوری اسلامی ایران با نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. به منظور اجرای پیمایش، از روش نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله نخست شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند. طبق آمار این پیمایش از هر ۱۰۰ ایرانی، ۳۵ نفر بازیکن هستند. منظور از «بازیکن بازی دیجیتال» فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی های دیجیتال شامل موبایل، رایانه و کنسول بازی کند. همچنین از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر، بازیکن هستند و از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر بازیکن هستند. در هر خانواده ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. از این بازیکنان ۴۷ درصد به رده بندی سنی بازی ها اصلاً توجه نمی کنند. ۲۹ درصد تا حدودی توجه می کنند و ۲۴ درصد توجه زیادی دارند.

۱۰ بازی پرطرفدار در ایران به ترتیب Clash Royale، Call of Duty، باقلوا، Clash of Clans، PES، GTA، Counter Strike، FIFA، Quiz of Kings و Pou هستند. سرانه مصرف بازی های دیجیتال در ایران، ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است و بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. ۸۴ درصد از بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد از بازیکنان به صورت آنلاین بازی می کنند. نگاهی گذرا به نتایج چهارمین دوره این پیمایش کفایت تا روشن شود که عوامل تأثیرگذار و شاخص های این حوزه به سرعت در حال تغییر و تحول است. برای مثال، از زاویه فرهنگ و مؤلفه اوقات فراغت، یافته های این پژوهش نشان می دهد که میانگین مدت زمان بازیکنان از ۷۹ دقیقه در روز در سال ۹۴ به ۹۰ دقیقه در سال ۹۶ رسیده است. این میزان افزایش زمان بازی به طرز معنی داری حاکی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) از این است که ضریب نفوذ بازی های رایانه ای در میان خانواده ایرانی با سرعت زیاد در حال افزایش است. همچنین، تعداد بازیکنان از ۲۳ میلیون نفر در سال ۹۴ به ۲۸ میلیون نفر افزایش نشان می دهد و میانگین سن بازیکنان نیز از ۲۱ سال به ۱۹ سال کاهش یافته است و بالاخره از منظر بازار و اقتصاد بازی یافته های این پیمایش نشان می دهد که درآمد بازار بازی های دیجیتال از ۴۶۰ میلیارد تومان در سال ۹۴ به ۹۲۰ میلیارد تومان در پایان سال ۹۶ رسیده است. دو برابر شدن حجم بازار در سال ۹۶ نسبت به حجم بازار در سال ۹۴، از سویی ناشی از افزایش نرخ تورم و ارز است و اثرپذیری بازار کشور از نوسانات اقتصادی و سیاسی را مشخص می کند؛ ولی از سوی دیگر توان صنعت در ایجاد رشد های چشمگیر را به تصویر می کشد که با افزایش سهم تولیدات داخلی جذابیت بازار بازی را نمایان نموده است. از طرفی ورود موج جدیدی از بازیکنان کودک و نوجوان است که پس از یک سیر صعودی از سال ۱۳۸۹ با میانگین سنی ۱۶ سال تا سال ۱۳۹۴ با میانگین سنی ۲۱ سال، میانگین سنی را با کاهش مواجه کرده است و می توان آینده ای پرمخاطب تر را برای بازی های دیجیتال متصور شد. نکته دیگر آن است که اثر قابل توجه پلتفرم کنسول در درآمدهای بازار است که به خصوص با استقبال بازیکنان از آخرین کنسول سونی، یعنی PS۴، تغییرات مشخصی هم در درآمدهای نرم افزاری و هم در درآمدهای سخت افزاری ایجاد کرده است. حداقل مزیت این رخداد، تغییر عادت بازیکنان به خرید بازی های اورجینال است که فرصتی برای ورود جدی به پلتفرم کنسول را فراهم می آورد. صنعت بازی های دیجیتال در ایران به تدریج مسیر پیشرفت خود را پیدا کرده است. رویدادهای بزرگی نظیر TGC، TGF، IGL و DGRC در ابعاد مختلف، عرصه وسیعی را برای پیشتازی این صنعت در کشور فراهم آورده اند. بازی سازان ایرانی در درخشان ترین دوره رقابت منطقه ای و بین المللی خود تا امروز قرار دارند. ورود و نفوذ به بازارهای بین المللی و تثبیت جایگاه خود در بازار اشیاع تشده داخلی، موتور محرکه بازی سازان برای ساخت بازی هایی با کیفیت بالاتر است. شبکه ای از پژوهشگران از رشته های مختلف دانشگاهی در جهت توسعه این صنعت در حال شکل گیری است. زمینه گسترده ای در جهت آموزش بازی سازی و انتقال دانش و فناوری روز دنیا به بازی سازان ایرانی تدارک دیده شده است. سرمایه گذاران، رفته رفته مجذوب شتاب رشد و پتانسیل های کشف نشده این صنعت رسانه ای تاثیرگذار می شوند. ژورنالیسم بازی با ظهور برندهای جوان و خلاق، مسوولیت خود را در انعکاس پیشرفت ها و بازخورد دادن درباره نقایص و کمبودهای اکوسیستم بازی های دیجیتال در کشور پذیرفته است. در این شرایط، پیمایش های دوره های و منظم، می تواند زمینه را برای تعیین وضعیت فعلی مصرف بازی های دیجیتال در کشور و همچنین اندازه گیری تغییرات روند مصرف فراهم آورد.



### درخشش بازی ایرانی Flipping Filip در رویداد وایت نایتز سن پترزبورگ (۲۰۱۸-۱۷/۰۹/۲۰۱۸)

بازی ایرانی Flipping Filip موفق شد در رویداد وایت نایتز ۲۰۱۸ جوایز بهترین قصه گویی و جایزه بزرگ بخش Indie Game Cup را به خود اختصاص دهد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، کنفرانس وایت نایتز یک کنفرانس تجاری بین المللی در صنعت بازی های ویدیویی است که چهار بار در سال در پراگ، قبرس، سن پترزبورگ و مسکو برگزار می شود. هر سال بیش از ۴۰۰۰ نفر در این رویداد حضور می یابند در حالی که افراد موثر و مهم صنعت گیم نیز در این کنفرانس شرکت می کنند. یکی از بخش های این رویداد Indie Game Cup است که برای توسعه دهندگان برگزار می شود و در آن بازی های ویدیویی در حوزه های مختلف با یکدیگر به رقابت می پردازند. امسال نیز طیفی روال همیشگی، این جشنواره برگزار شد و بازی ایرانی Flipping Filip نیز در میان ۱۵ کاندیدای نهایی جوایز بخش Indie حضور داشت. وایت نایتز که در روزهای پنجشنبه و جمعه، هفتم و هشتم تیرماه برگزار شد نهایتاً برندگان بخش Indie Game Cup را اعلام کرد و مشخص شد بازی Flipping Filip موفق شده جایزه بهترین قصه گویی و همچنین جایزه بزرگ این بخش را تصاحب کند. بازی Flipping Filip یک بازی ماجراجویی دوبعدی است که در آن المان های اکشن به کار رفته است. این عنوان ماجرای فردی به نام فلیپ را روایت می کند که درون خود دو شخصیت کاملاً متفاوت دارد؛ یک مرد کسل کننده و منظم در کنار یک ابرقهرمان جذاب.



### بزرگترین رقابت بازی سازی مستقل برای رایانه های شخصی (۲۰۱۸-۱۷/۰۹/۲۰۱۸)

دومین دوره ی رویداد لول آپ (Level Up)، با هدف تولید و ساخت بازی های کامپیوتری برای رایانه های شخصی و با تمرکز با فرهنگ بازی سازی مستقل برگزار می شود. در این رویداد که از همین امروز ثبت نام آن آغاز می شود و تا ۲۲ تیر ماه هم ادامه پیدا می کند، به گفته امیرحسین فصیحی، مدیرعامل شرکت فن افزار، در امتداد شعار جهانی سازی دوره گذشته، عبارت «تیم بساز، بازی بساز» برای معرفی خط مشی برگزیده شده است تا اهمیت تیم سازی و نگرش گروهی را برای بازی سازان جوان پر رنگ کند. او در توضیح تغییر نگاه این رویداد محبوب به سمت بازی های رایانه ای گفت: «ماور داریم که علی رغم توجه مضاعف به بازی های موبایل، هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد. از سوی دیگر، امسال، شرکت فن افزار در کنار خود هیولا، پلتفرم عرضه دیجیتال بازی های کامپیوتری را نیز به عنوان بازوی برگزار کننده رویداد می بیند و از همین رو تصمیم گرفته است که در این دوره روی بازی های (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ... کامپیوتری (PC Games) و فرهنگ بازی سازی مستقل تمرکز شود.

محتوای ایرانی برای بازارهای جهانی

اولین دوره این رویداد دو سال پیش با شمار «در مسیر جهانی شدن» برگزار شد که در طی آن، ۱۷۴ تیم از اقصی نقاط ایران به رقابت پرداختند و ۶۴ محصول وارد مرحله داوری شدند. تفاوت عمده این دوره نسبت به دوره پیشین بها دادن به «قالب (Theme)» در بازی سازی است. امیرحسین فصیحی درباره چارچوب های بازی سازی در این دوره از رویداد **level up** چنین می گوید: «امسال، تم ساختاری و تم محتوایی برای بازی های در نظر گرفته شده است. تم ساختاری، نوع بازی را مشخص می کند و تم محتوایی نیز با تکیه بر فرهنگ و هنر ایرانی، حال و هوای کلی بازی را روایت می کند.»

او در این مراسم از جای خالی بازی های رقابتی چندنفره در بازار ایران سخن گفت و اضافه کرد: «بازی هایی که ساخته می شوند باید از نوع چندنفره رقابتی (Competitive Multiplayer) باشند. چنین سبک بازی های در بازار ایران کمتر یافت می شوند و در بازارهای جهانی نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند و طرفداران بسیاری دارند. ساخت بازی های چندنفره رقابتی با الهام گرفتن از فرهنگ غنی و هنر ایرانی می تواند مخاطب های داخلی و خارجی را به سمت بازی های مستقل ایرانی بکشاند.»

او همچنین درباره تمرکز این رویداد برای تولید بازی روی کامپیوترهای شخصی سخن گفت: «بستر ایده آل برای این دست بازی ها، رایانه های شخصی است. به همین منظور تصمیم گرفتیم امسال تمرکز را روی این بخش از صنعت بازی بگذاریم و تیم های مستقل را تشویق کنیم تا در این راه قدم بگذارند.»

ثبت نام در رویداد

کسری تهرانی، مدیر توسعه تجاری هیولا، در توضیح روند برگزاری رویداد گفت: «تیم های علاقه مند به شرکت در رویداد **Level Up** فرصت دارند در بازه ی زمانی ۱۱ تا ۲۲ تیر در وب سایت [levelup.fanafzar.com](http://levelup.fanafzar.com) مشخصات خود را ثبت کنند. البته تدابیری نیز اتخاذ شده است تا کسانی که تیم کامل ندارند بتوانند تیم سازی و در این رویداد شرکت کنند.»

به گفته این مدیر هیولا، تیم ها پس از تایید و ورود به رویداد می توانند از بین مربیان (Mentor) یکی را به عنوان مربی خود انتخاب کنند تا در طول این دوره از تجربه های او استفاده کنند و هنگام ساخت بازی از راهنمایی های او کمک بگیرند.

او از علاقه مندان دعوت کرد برای اطلاعات بیشتر به صفحه های اجتماعی رویداد لول آپ و هیولا در توئیتر و اینستاگرام یا [Hayoola.com](http://Hayoola.com) مراجعه کنند. تهرانی همچنین به روند برگزاری رویداد و مراحل آن اشاره کرد و افزود: «تیم های ثبت نامی هفته فرصت دارند تا پروژه خود را بسازند. این رویداد در سه مرحله برگزار خواهد شد. شرکت کنندگان باید برای عبور از هر مرحله، موارد خواسته شده از آن ها را ارسال کنند. آخرین مرحله یا همان مرحله سوم، ارسال خروجی بازی است که باید نسخه آزمایشی قابل بازی (Playable Demo) باشد به طوری که جذابیت و حس و حال بازی را کاملا به نمایش بگذارد. در واقع، به اصطلاح بازی سازان باید برشی عمودی (Vertical Slice) از بازی باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر ویدئو آموزشی فن افزار درباره برش عمودی را در آپارات ببینید.»

جوایز و داوری مسابقه

یاسر زیان، یکی از مربیان رویداد، با اعلام آنکه بخشی از جوایز مسابقه به ترتیب مبلغ ۳۰، ۱۵ و ۷ میلیون تومانی برای تیم های اول تا سوم است گفت: «با حمایت هیولا از این رویداد، بازی سازان در این دوره می توانند محصول تولیدی شان را تحت عنوان «دسترسی سریع» (Early Access) که روشی مرسوم در بازی سازی مستقل برای تأمین سرمایه جمعی است در این پلتفرم عرضه کنند. به این ترتیب تیم ها می توانند از این فرصت و سرمایه ای که به دست می آورند برای تکمیل محصول خود استفاده کنند.»

او تأکید کرد تیم ها باید بتوانند بر اساس شرایطی که در وب سایت توضیح داده شده است محصولی قابل بازی تا هشت داوران این رویداد آن را در روز قضاوت ارزشگذاری کنند. همچنین در ادامه افزود: «**Level Up** در تلاش است تا فضایی پدید آورد که علاقه مندان و تیم های بازی سازی بیشتری به سمت توسعه بازی های مستقل قدم بردارند. با افزایش بازی های مستقل و کیفیت آن ها، صنعت بازی سازی ایران می تواند قدم های بهتر و بیشتری رو به جلو بردارد.»

در مراسم افتتاحیه رویداد، حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز حضور داشت و در سخنان خود به نقش حمایتی بنیاد اشاره کرد و گفت: «صنعت بازی یکی از صنایع پرسود دنیاست. این بخش از صنعت پتانسیل بسیاری برای صادرات دارد و تاکنون چند تیم بازی سازی نشان داده اند که بازی ایرانی می تواند مخاطبان بین المللی جذب کند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای از هر رویداد با کیفیتی که باعث رشد صنعت و تیم های بازی سازی ایرانی شود حمایت می کند. همچنین، بنیاد از برگزارکنندگان این رویداد نیز حمایت کافی برای ورود به بازار تجاری خواهد کرد.»

تمرکز مثبت مجموعه هایی مانند هیولا منجر به توسعه فرهنگ بازی سازی دانش محور به خصوص در زمینه های مهجوری مانند بازی های رایانه ای خواهد شد که برای بخش حرفه ای تر و کارکننده تر بازار سرگرمی های دیجیتال به شدت جذاب هستند.

رویداد بازی سازی **Level Up** برآمده از تفکر و اندیشه یک تیم بازی سازی مستقل است که توانسته با تکیه بر ارزش های فرهنگی و هنری ایرانی محصولاتی را تولید کند که در بازارهای جهانی نیز مخاطبان بسیاری داشته باشند. برگزارکنندگان این رویداد تلاش می کنند تا فرهنگ و شجاعت ساخت بازی مستقل را در ایران تقویت کنند تا صنعت بازی سازی در ایران غنای بیشتری پیدا کند.

## برگزاری دومین دور "TGC" فرصت یا تهدید / باز هم بای "فرانسویها" در میان است (۱۳۹۶/۰۷/۰۹-۱۳۹۶/۰۷/۰۹)

دومین دور از رویداد TGC از فردا به مدت دو روز آغاز به کار می کند و در حالیکه مسئولان برگزاری آن با شمار تحقق بخشی به شاخصهای اقتصاد مقاومتی به استقبال آن می روند اما منتقدان معتقدند که رویکرد مسئولان بنیاد ملی بازرگانی رایانه ای معایر چنین ادعایی است.

به گزارش خبرنگار علمی باشگاه خبرنگاران پویا؛ تقویم اجرایی بنیاد ملی بازرگانی رایانه ای حاکی از آن است که دومین دور نمایشگاه و همایش بین المللی TGC از فردا به مدت دو روز در سالن همایشهای صدا و سیما آغاز به کار خواهد کرد.

با توجه به تمدید قرارداد شرکت فرانسوی گیم کانکشن به عنوان شریک تجاری بنیاد ملی بازرگانی رایانه ای در برگزاری این رویداد، فرانسویها متعهد شده اند TGC را تا سال ۲۰۲۰ در تهران برگزار کنند که البته به گفته رسانه ای شده کریمی قدوسی؛ مدیر عامل بنیاد ملی بازرگانی رایانه ای تاکنون شرایط تحریم مشکلی برای گیم کانکشن ایجاد نکرده و آنها قادر به اجرای تعهدات خود باقی مانده اند.

در حالیکه این بنیاد در نظر دارد برای تحقق بخشیدن به شعار اقتصاد مقاومتی که به دنبال «درونزا و برونزرا بودن» است، نمایشگاه اسامال را به نحوی برگزار کند تا ناشران بین المللی بیش از آنکه به فکر وارد کردن بازرگانی خود به ایران باشند، به دنبال نشر بازرگانی ایرانی در بازارهای بین المللی باشند اما انتقادات بسیاری از سوی کارشناسان حوزه گیم به نحوه برگزاری TGC وارد است که بخشهایی از آن را تسنیم در مصاحبه ای با یکی از تولیدکنندگان بازی مطرح کرد. پیش از این بابک کرباسی در گفت و گویی با تسنیم عنوان کرده بود که «موضوع اقتصاد مقاومتی و نگاه به تولیدات داخلی که بارها در سخنان و دستور جلسات مسئولان، متولیان کشور و در اسناد بالا دستی به آن تأکید شده در رویکرد مسئولان بنیاد ملی بازرگانی رایانه ای به عنوان متولیان این بخش نمودی ندارد».

وی متذکر شده بود «قطعا برگزاری نمایشگاهی که برخلاف شعارش منتج به واردات بیشتر به کشور می شود و صادراتی هم در پی ندارد، در تضاد با سیاستهایی است که اشاره کردید؛ نکته جالبتر اینکه برای برگزاری TGC بودجه هنگفت چند میلیاردی خرج می کنند در حالیکه نمایشگاه گیم تهران را به دلیل مباحث مالی با بودجه ای خیلی کمتر از TGC تعطیل کردند؛ نگرانی زمانی بیشتر می شود که نمایشگاهی بین المللی با رویکرد تجاری و صادراتی به جای نمایشگاه ملی که می توانست خریدار خارجی هم در آن شرکت کند، گذاشتند در حالیکه به دلیل تحریمهای های تک و نرم افزاری امریکا علیه ایران، هیچگاه نمی توانیم صادرکننده رسمی با نام جمهوری اسلامی ایران در این بازار بین المللی باشیم؛ در اجرای این رویداد و برنامه به قدری سهل انگاری شده که نه تنها عایدی نخواهیم داشت بلکه اجازه تحلیل بازار را به کشورهای خارجی حاضر در آن می دهیم».

برای اشراف به دیدگاه های این تولیدکننده منتقد بازرگانی رایانه ای می توانید از این لینک «TGC مانند برجام است/ مدعوین غربی در یک قدمی شکار نخبگان گیم ایران» به اظهارات وی دسترسی داشته باشید.

کرباسی در بخش دیگری از صحبتهای خود که در بخش دوم گفت و گوی تسنیم با وی منتشر شد تأکید داشت «دولتپها و مسئولان بنیاد ملی بازرگانی رایانه ای در پاسخ به بی توجهی خارجیها که میلی به بازرگانی ایرانی نشان ندادند، گفتند مشکلی نیست، حالا که بازرگانی ما را نمی خرید ما می آوریمتان ایران و در نمایشگاه TGC تهران تولیدات را ببینید و بخرید!»؛ برای دسترسی به این مطلب می توانید از این لینک (مدیریت بنیاد ملی بازرگانی رایانه ای صرفاً به سیاست چسبیده) استفاده کنید.

با توجه به اینکه تجربه کشور نشان می دهد شرایط تحریم، تأثیر خود را به آرامی بر تمامی بخشها می گذارد و شرکای فرانسوی ایران در تمامی بخشها از جمله ی بد قول ترینها در این شرایط به حساب می آیند، انتظار می رفت با تمامی انتقاداتی که به برگزاری این رویداد وجود دارد، بنیاد ملی بازرگانی رایانه ای چاره ای برای تغییر ساختار اجرایی TGC می اندیشید.



## پروژه همگرا کردن بازی های رایانه ای اواخر تیر رونمایی می شود (۱۳۹۶/۰۷/۰۹-۱۳۹۶/۰۷/۰۹)

تهران- ایرنا- مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اولویت نخست این بنیاد را حمایت از تولیدات داخلی و تجمیع و همگرا کردن حمایت های مختلف عنوان کرد و از رونمایی یک پروژه همگرا در همین رابطه از اواخر تیرماه خبر داد.

حسن کریمی قدوسی روز چهارشنبه در گفت و گو با خبرنگار فرهنگی ایرنا اظهار داشت: بنیاد ملی بازی های رایانه ای به دنبال فراهم کردن زیر ساخت ها و برای یکپارچه کردن حمایت ها از بازی سازان و بحث آموزش، جوایز، وام و سایر حمایت ها یک پروژه همگرا را برنامه ریزی کرده است. وی ادامه داد: بازی سازان در این پروژه ثبت نام می کنند و همه حمایت ها زیر این محور بر مبنای شایسته سالاری، رتبه بندی شده و امتیاز می گیرند که بر اساس آن امتیاز تا یک سقفی حمایت می گیرند که ۲۰ تا ۳۰ ردیف حمایتی وجود دارد و خرید تجهیزات، استقرار کار، بیمه نیروهای کمکی مشاور و گرفتن برند را شامل می شود.

کریمی قدوسی درباره دیگر برنامه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای اظهار داشت: اسامال به دنبال آموزش های بین المللی هستیم و با دانشگاه های مختلف مذاکره کردیم و ساماندهی بازی ها در عرصه دیجیتال نیز در دستور کار ماست.

وی با اشاره به دومین همایش و نمایشگاه تی جی سی گفت: این همایش به دنبال تحقق سه هدف اصلی انتقال دانش به داخل کشور، تبدیل ایران به هاب منطقه در بحث بازی های رایانه ای و همچنین تقویت صادرات بازی های رایانه ای در بازار جهانی برگزار می شود. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) کریمی قدوسی افزود: سال گذشته با آوردن ۲۰ ناشر بین المللی به کشور این همایش را شروع کردیم که بازی سازان از آن استقبال خوبی داشتند و جلسات متعدد خوبی برگزار و به انعقاد دو قرارداد همکاری منجر شد و امسال این همایش، هدفمند تر و با برنامه ریزی بیشتر و توجه به صادرات بازی برگزار می شود.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: امسال سعی کردیم سطح اطلاعات و دانش بازی سازان برای مذاکره با ناشران خارجی را بالا ببریم در این راستا کتاب هایی برای بازی سازان تدارک و معرفی کردیم.

وی ادامه داد: در افتتاحیه این برنامه ۱۱ تن از بهترین بازی سازان ایرانی در سه دقیقه به معرفی بازی می پردازند که قبل از آن آوا گیمز را مورد بررسی و تایید قرار داده و ایرادها را اصلاح کرده است تا بتوانیم یک پروفایل خوب از بازی های ایرانی را به خارجی ها بدهیم.

نخستین همایش تی جی سی (TGC) در جولای ۲۰۱۷ با حضور بازی سازان ایرانی و بین المللی در تهران برگزار شد و دومین دوره این رویداد فردا و پس فردا ۱۴ و ۱۵ تیرماه در سالن همایش های صدا و سیما برگزار می شود.

رویداد بین المللی Tehran Game Convention بزرگ ترین رویداد تجاری (BrB) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه محسوب می شود. این رویداد با همکاری بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و مجموعه Game Connection فرانسه برگزار می شود.

فرانگ ۱۰۵۵۰۰۹۳۳۸۰۰



## رشد دوبرابری حجم در آمد بازار بازی های دیجیتال (۱۳۹۴-۹۷-۱۳۹۵)

شفا رسانه- ۲۸ میلیون گیمز، حجم بازار ۹۲۰ میلیارد تومانی، سهم ۱۴ درصدی بازی های بومی از درآمد این بازار، دسترسی ۷۷ درصد جمعیت گیمرها به بازی از طریق گوشی های هوشمند، رشد ۴۸ درصدی استفاده از بازی آنلاین، رسیدن سرانه مصرف بازی های دیجیتال به ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی و... بخشی از گزارش چهارمین دور طرح ملی پیمایش ملی بازیکنان دیجیتال ایران در سال ۹۶ است که توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای منتشر شده است.

به گزارش ایران، این پیمایش که هر دو سال یک بار انجام می شود شامل اطلاعات دقیق و جزئیاتی است که به باور بنیاد ملی بازی های رایانه ای می تواند به تفصیل مورد بررسی جامعه شناسان، روانشناسان و سیاست گذاران فرهنگی کشور قرار گیرد و نتایج آن جهت گیری دو سال آینده این صنعت را مشخص کند.

نتایج چهارمین پیمایش ملی بازیکنان دیجیتال که شاخص ترین اطلاعات مصرف بازیکنان دیجیتال ایرانی تا انتهای سال ۹۶ را نشان می دهد با کمک نمونه آماری ۸ هزار نفری به دست آمده است. همچنین براساس اعلام بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای اجرای این پیمایش نیز از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای- خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان، شهر و روستا می شوند. در حالی که در دور چهارم این پیمایش جامعه آماری ۸ هزار نفری انتخاب شده که در پیمایش سال ۹۴ جامعه آماری ۱۵ هزار نفری برای استخراج اطلاعات از میزان مصرف بازی دیجیتال در کشور در نظر گرفته شده بود. محمدعلی سیدحسینی، مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نشست خبری در خصوص اعلام نتایج این پیمایش در مورد این کاهش جامعه آماری گفت: «در سال ۹۴ یک جامعه آماری ۵ هزار نفره ملی داشتیم. با این حال برای آنکه آمارمان در یازده کلانشهر بزرگ دقت بیشتری داشته باشد، یک جامعه آماری ۱۰ هزار نفره نیز انتخاب کردیم. اما با توجه به افزایش جامعه آماری ملی ما به ۸ هزار نفر در سال ۹۶ دیگر نیازی به اختصاص جامعه آماری ویژه برای کلانشهرها نبود.» او همچنین تصریح می کند که جامعه آماری برای این پیمایش با استانداردهای جهانی همخوانی دارد و در تمام روستاها و شهرها به صورت حضوری و با تبلت، این آمار استخراج شده است. در این پیمایش منظور از بازیکن بازی دیجیتال یا گیمز نیز فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی یعنی موبایل، رایانه و کنسول بازی کند. این گزارش نشان می دهد که حجم درآمدی بازار بازی دیجیتال در سال ۹۶ به ۹۲۰ میلیارد تومان رسیده این در حالی است که حجم درآمدی بازار بازی های دیجیتال در سال ۹۴ برابر با ۴۶۰ میلیارد تومان گزارش شده بود.

همچنین این گزارش حکایت از رشد ۳ درصدی سهم درآمدی بازی های بومی در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ را می دهد. براساس اعلام گزارش پیمایش ملی بازیکنان دیجیتال، در سال گذشته ۱۴ درصد از حجم درآمدی این بازار مربوط به بازی های بومی بوده که این میزان در سال ۹۴ برابر با ۱۱ درصد بوده است. از سوی دیگر این گزارش خبر از رشد ۱۲ درصدی بازیکنان بازی های دیجیتال یا گیمرهای ایرانی در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ می دهد. براساس این پیمایش، میزان گیمرهای ایرانی در سال ۲۸،۹۶ میلیون نفر بوده اند و این درحالی است که این میزان در سال ۲۳،۹۴ میلیون بازیکن گزارش شده بود.

سرانه ۳۱ دقیقه مصرف بازی دیجیتال

بخش دیگری از این گزارش به سن و جنسیت بازیکنان دیجیتالی کشور و سرانه مصرف بازی در کشور اختصاص یافته است. براساس این پیمایش از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن بازی های دیجیتال هستند. از سوی دیگر ۶۵ درصد از جامعه ۲۸ میلیون گیمز در کشور را مردان و ۳۵ درصد را زنان تشکیل می دهند. همچنین در هر خانوار ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد که متوسط سن بازیکنان بازی دیجیتال در ایران نیز به ۱۹ سال رسیده است. این میزان سن نسبت به سال ۹۴ که ۲۱ سال بوده کاهش پیدا کرده و بر خلاف روند های جهانی نیز هست، چرا که برای مثال میانگین سنی گیمرها در کشور آمریکا ۲۵ سال است. اما سرانه مصرف بازی های دیجیتال ایران در سال ۳۱،۹۶ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی بوده است. براساس این گزارش، بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. از سوی دیگر، این گزارش به میزان تحصیلات گیمرهای ایرانی نیز توجه داشته است. بر این اساس با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آنها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، ۶ درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناس، ۲ درصد کارشناس ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکترا و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تأهل بازیکنان نیز ۷۸ درصد آنها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و ۶ درصد متأهل بدون فرزند هستند. همچنین بیشترین تعداد گیمرهای کشور نیز به ترتیب در استان های تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس حضور دارند (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) گوشی های هوشمند محبوب

این گزارش آمارهای جالبی هم از میزان استفاده دستگاه هایی که گیم‌های ایرانی برای بازی دیجیتال خود انتخاب می کنند دارد. از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم گوشی های تلفن همراه، ۲۵ درصد از رایانه شخصی، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین براساس نتایج این پیمایش از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۹۶ حدود ۲۵۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم اپلیکیشن یا نرم افزار بازی است. دستگاه کنسول یا ۴۲۸۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. به گفته بنیاد ملی بازی های رایانه ای، نکته جالب در پیمایش اطلاعات مصرف بازی های دیجیتالی نشان می دهد که نرخ رشد استفاده از پلتفرم رایانه های شخصی در سال گذشته نسبت به سال ۹۴ رشد منفی ۲۲ درصدی داشته است. به گفته حسن کریمی قدوسی، رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای، رشد استفاده از اینترنت و مخصوصاً همراه در کشور باعث این تغییرات شده است. در این پیمایش نرخ دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است که در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آنها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان هم ۵۹ درصد آنها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت پرسرعت ثابت (ADSL)، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و جالبتر اینکه یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

بازی های محبوب گیم‌های ایرانی

براساس این گزارش بازی

**Clash of Clans** پرتیرترین بازی ایران در سال ۹۶ است. بعد از این بازی به ترتیب بازی **PES** و بازی **GT A** در رده های دوم تا سوم بازی های پرتیر در ایران قرار دارند. بازی های کانتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلتش رویال، کال آو دیوتی، بو و کوئیز او کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتیر ایرانی را در اختیار دارند. ۵ ژانر پرتیر بازی ایرانی نیز به ترتیب ژانر معمایی، دونه/اسکوبازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است. از میان جمعیت ۲۸ میلیون گیم‌های ایرانی تنها حدود ۱۸ درصد از این گیم‌ها خریدار نرم افزار یا اپلیکیشن های بازی هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود ۵ درصد به سهم بازی های بومی اختصاصی دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.



### برگزاری دومین دور "TGC" فرصت یا تهدید؟ (۱۳۹۶-۱۳۹۷/۱۳۹۸)

دومین دور از رویداد **TGC** از فردا به مدت دو روز آغاز به کار می کند و در حالیکه مسئولان برگزاری آن با شمار تحقق بخشی به شاخصهای اقتصاد مقاومتی به استقبال آن می روند اما منتقدان معتقدند که رویکرد مسئولان بنیاد ملی بازیهای رایانه ای مغایر چنین ادعایی است.

به گزارش تسنیم تقویم اجرایی بنیاد ملی بازیهای رایانه ای حاکی از آن است که دومین دور نمایشگاه و همایش بین المللی **TGC** از فردا به مدت دو روز در سالن همایشهای صدا و سیما آغاز به کار خواهد کرد.

با توجه به تمدید قرارداد شرکت فرانسوی گیم کانکشن به عنوان شریک تجاری بنیاد ملی بازیهای رایانه ای در برگزاری این رویداد، فرانسویها متعهد شده اند **TGC** را تا سال ۲۰۲۰ در تهران برگزار کنند که البته به گفته رسانه ای شده کریمی قدوسی؛ مدیر عامل بنیاد ملی بازیهای رایانه ای تاکنون شرایط تحریم مشکلی برای گیم کانکشن ایجاد نکرده و آنها قادر به اجرای تعهدات خود باقی مانده اند.

در حالیکه این بنیاد در نظر دارد برای تحقق بخشیدن به شعار اقتصاد مقاومتی که به دنبال «درونزا و برونزرا بودن» است، نمایشگاه امسال را به نحوی برگزار کند تا ناشران بین المللی بیش از آنکه به فکر وارد کردن بازیهای خود به ایران باشند، به دنبال نشر بازیهای ایرانی در بازارهای بین المللی باشند اما انتقادات بسیاری از سوی کارشناسان حوزه گیم به نحوه برگزاری **TGC** وارد است که بخشهایی از آن را تسنیم در مصاحبه ای با یکی از تولیدکنندگان بازی مطرح کرد. پیش از این بابک کرباسی در گفت و گویی با تسنیم عنوان کرده بود که «موضوع اقتصاد مقاومتی و نگاه به تولیدات داخلی که بارها در سخنان و دستور جلسات مسئولان، متولیان کشور و در اسناد بالا دستی به آن تأکید شده در رویکرد مسئولان بنیاد ملی بازیهای رایانه ای به عنوان متولیان این بخش نمودی ندارد».

وی متذکر شده بود «قطعا برگزاری نمایشگاهی که برخلاف شعارش منتج به واردات بیشتر به کشور می شود و صادراتی هم در پی ندارد، در تضاد با سیاستهایی است که اشاره کردید؛ نکته جالبتر اینکه برای برگزاری **TGC** بودجه هنگفت چند میلیاردی خرج می کنند در حالیکه نمایشگاه گیم تهران را به دلیل مباحث مالی با بودجه ای خیلی کمتر از **TGC** تعطیل کردند؛ نگرانی زمانی بیشتر می شود که نمایشگاهی بین المللی با رویکرد تجاری و صادراتی به جای نمایشگاه ملی که می توانست خریدار خارجی هم در آن شرکت کند، گذاشتند در حالیکه به دلیل تحریمهای های تک و نرم افزاری امریکا علیه ایران، هیچگاه نمی توانیم صادرکننده رسمی یا نام جمهوری اسلامی ایران در این بازار بین المللی باشیم؛ در اجرای این رویداد و برنامه به قدری سهل انگاری شده که نه تنها عایدی نخواهیم داشت بلکه اجازه تحلیل بازار را به کشورهای خارجی حاضر در آن می دهیم».

برای اشراف به دیدگاه های این تولیدکننده منتقد بازیهای رایانه ای می توانید از این لینک **TGC** مانند برجرام است/ مدعوین غربی در یک قدمی شکار نخیکنان گیم ایران» به اظهارات وی دسترسی داشته باشید.

کرباسی در بخش دیگری از صحبتهای خود که در بخش دوم گفت و گویی تسنیم با وی منتشر شد تأکید داشت «دولتپها و مسئولان بنیاد ملی بازیهای رایانه ای در پاسخ به بی توجهی خارجیا که میلی به بازیهای ایرانی نشان ندادند، گفتند مشکلی نیست، حالا که بازیهای ما را نمی خرید ما می آوریمتان ایران و در نمایشگاه **TGC** تهران تولیدات را ببینید و بخرید»؛ برای دسترسی به این مطلب می توانید از این لینک (مدیریت بنیاد ملی بازیهای رایانه ای صرفاً به سیاست چسبیده) استفاده کنید.

با توجه به اینکه تجربه کشور نشان می دهد شرایط تحریم، تأثیر خود را به آرامی بر تمامی بخشها می گذارد و شرکای فرانسوی ایران در (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) تمامی بخشها از جمله ی بد قول ترینها در این شرایط به حساب می آیند، انتظار می رفت با تمامی انتقاداتی که به برگزاری این رویداد وجود دارد، بنیاد ملی بازیهای رایانه ای چاره ای برای تغییر ساختار اجرایی TGC می اندیشید.



## اهداف TGC چه اندازه محقق شد؟! مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟! (۱۳/۰۵/۹۶-۱۳/۰۶/۹۶)

اگرچه درباره نتایج رویداد صنعت گیم در ایران (TGC) گمانه زنی هایی وجود دارد، اما کارشناسان بر این نکته تاکید دارند که باید توجه داشت صنعت بازی سازی داخلی ما برای صادرات و حضور در مجامع بین المللی نیازمند تقویت است و با توجه به سابقه یک ساله ی این رویداد نمی توان از آن توقع زیادی داشت.

به گزارش ایستاد تی جی سی (Tehran Game Convention) یک رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است که از سال گذشته با همکاری شرکت گیم کانکشن فرانسه برگزار شده و امسال نیز با هدف ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دومین رویداد آن برگزار می شود. با وجود این، برخی معتقدند این رویداد از سال گذشته نتوانسته هدف صادرات بازی را به خوبی محقق کند.

در این باره امین امیرشریفی - مدیرعامل یک مارکت آنلاین داخلی - معتقد است: حمایت دولتی از بازی سازی باید در دانشگاه و آموزش و پرورش پیگیری و جدی گرفته شود. مشکل منابع انسانی است که ریشه در آموزش دارد و برنامه ریزی بلندمدت می طلبد و نه رشد آمیولی. برای محدود بازی سازان فعلی هم کمک به حضورشان در دوره های آموزشی بین المللی مفید است و همایش ۴۸ ساعته، کم بازده ترین شیوه آموزش است.

در حالی که یکی از اهداف تی جی سی کمک به صادرات بازی های داخلی عنوان شده، امیرشریفی می گوید: در خصوص صادرات، ما شرایط را مناسب نمی بینیم. وقتی تولید جدی نداشته باشیم، اپ استورهای بین المللی از پذیرفتن ما امتناع کنند و شرکت های خارجی هم حاضر به عقد قرارداد نباشند، هزینه های میلیاردی برگزاری یک همایش با ادعای کمک به عقد قرارداد صادراتی، بیشتر توهم و اسراف منابع است.

وی با بیان اینکه برخی از بازی سازان می گویند جایزه هایی که در این دست رویدادها داده می شود، با صادرات بازی و موفقیت در فروش متفاوت است، گفت: سوال ما این است که نتیجه و خروجی تی جی سی سال گذشته کجاست؟ کدام بازی شاخص ایرانی در فضای بین المللی به واسطه ی آن رویداد منتشر شد؟ آیا حتی به اندازه درصدی از هزینه های آن همایش، صادرات بازی داشتیم؟ معدود بازی های موفق هم که ما از انتشار جهانی شان خبر داریم، عمدتاً با تلاش های خود و خارج از این رویداد موفق به پیشبرد مذاکرات خود شده اند.

امیرشریفی درباره علت حضور این مارکت در همایش تی جی سی نیز بیان کرد: علت حضور تیم ما در همایش تی جی سی ارتباط با بازی ساز و ناشر داخلی و خارجی است. هم برای نشر قانونی و شفاف بازی خارجی برای کاربران ایرانی و هم برای سایر همکاری ها از جمله بررسی امکان انتشار برترین هایمان در مارکت های بین المللی. این مارکت فعال جدی در این صنعت است و شناخت خوبی از بازار داخلی دارد، به همین دلیل، برای معرفی صنعت داخلی به شرکت های خارجی و کمک به توسعه دهندگان کوچک هم پیش قدم می شود. در هر حال، حضور در این رویداد می توانست به صنعت کمک کند اما در عین حال معتقد بوده ایم و هستیم که هزینه ی هنگفت این رویداد باید جای بهتری صرف می شد.

از اینکه به دنبال نتیجه رویداد هستند، خوشحالییم

اما مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه نتیجه رویداد تی جی سی در سال گذشته چه بوده است، گفت: خوشحالم رویدادی برگزار کردیم که بلافاصله پس از رویداد افرادی به دنبال نتیجه رویداد بودند. سال پیش اولین دوره این رویداد برگزار شد و برخی به دنبال این بودند که نتیجه آن چه شد. یکی از خروجی های این رویداد این بود که یک شرکت چینی برای انتشار یکی از بازی های ما ایمیل زد؛ بازی های ایرانی در نمایشگاه های خارجی دو جایزه بردند، همچنین یک شرکت آلمانی می خواهد ۱۰ هزار یورو پول اسپانسرینگ رویداد را بدهد.

حسن کریمی قدوسی با بیان اینکه در شرایط موجود، هر شرکت و مارکت یا استور بازی خارجی وارد کشور می کند و پولش را به خارج حواله می کند، افزود: در حال حاضر مشکلات کمبود ارز وجود دارد و دولت واردات ۱۳۰۰ کالا را ممنوع کرده است، با وجود این، ما نمی خواهیم جلوی واردات را بگیریم اما این رویداد برای صادرات است نه واردات.

کریمی در ادامه درباره علت معانعت از حضور برخی از ناشران از حضور در رویداد تی جی سی توضیح داد: این ناشران صرفاً برای واردات بازی شرکت کردند شرکت هایی که کار نشر می کنند دنبال واردات بازی هستند و می توانند در رویدادهای خارجی برای واردات شرکت کنند. در حالی که ناشران خارجی که در این رویداد شرکت می کنند، خریدار بازی های ایرانی هستند نه منتشر کننده بازی های خود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای همچنین خاطر نشان کرد: اگر با تمهیداتی که اندیشیدیم موفق شدیم چند نمونه صادرات انجام دهیم، هزینه ناشران را برای سال های بعد می دهیم. در غیر این صورت شاید برای سال های آینده تنها برای برگزاری کنفرانس ها هزینه بپردازیم و دیگر دیگر هزینه ناشران را ندهیم. نباید توقعات را از یک رویداد بالا برد

اما امیرحسین فصیحی - مدیرعامل یک شرکت بازی سازی و ناشر بازی - با بیان اینکه تاثیراتی که در صنعت رخ می دهد، مجموعه اتفاقات مختلفی است که نتیجه را رقم می زند و نمی توان انتظار داشت برگزاری نمایشگاه، خروجی های مشخصی داشته باشد و صنعت ما را چند مرحله جلو ببرد، گفت: صرف نظر از اینکه چه هزینه ای برای این رویدادها شده و چه کارهای دیگری می توان با این هزینه کرد، چنین رویدادها و نمایشگاه هایی مثبت هستند.

وی با بیان اینکه در صورت نداشتن دغدغه مالی، اینکه دولت پول خود را در این زمینه خرج کند، کار مثبتی است، گفت: اگر هیچ تعاملی هم با (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازی ساز ایرانی نشود، همینکه بازی ساز ایرانی آن ها را می بیند، روی کارهایش بازخورد می گیرد و حرف هایشان را می شنود، مثبت است. زیرا بازی سازهای ما نمی توانند خیلی راحت به خارج از کشور بروند. اما اینکه همه توقع را بگذاریم روی یک رویداد در سال، شاید توقع خیلی بالا برود که حتما باید اتفاق بزرگی بعد از آن بیفتد. اما بازی سازی ما متأسفانه اکنون آن جایگاه را ندارد که بتوان گفت صادرات جدی بازی سازی داریم.

فصیحی درباره راه حل جایگزین برگزاری رویدادهای بزرگی مانند تی جی سی بیان کرد: بازی سازی ما باید بهتر و تیم هایمان قوی تر شوند. به جای اینکه تعداد زیادی بازی ساز و ناشر خارجی در یک رویداد حضور پیدا کنند، می توانند به رویدادهای مختلف و در زمان های مختلف بیایند؛ متخصص ها حضور پیدا کنند و تیم ها به رویدادهای خارجی اعزام شوند. البته این کارها همین حالا هم انجام می شود، اما مجموعه اینها هم می تواند تأثیرات خوبی بگذارد. حتی خود تیم های داخلی هم اگر به یکدیگر متصل شوند، موارد خوبی را برای یادگیری از هم دارند.

این بازی ساز با ابراز مخالفت درباره این دید کلی که واردات بد و صادرات خوب است، گفت: این موضوع یک تعامل دوطرفه است. واردات برای ما ارزش دارد؛ ما باید به جوانان خود نگاه کنیم که می خواهند بازی های خوب و رسمی بگیرند و پشتیبانی ناشرها را می خواهند. این بد نیست که یک ناشر بازی خود را برای ایرانی ها فارسی کند. ما بازی ساز هستیم و از آن ها و نحوه بازاریابی شان، یاد می گیریم و قوی می شویم.

ممنوعیت واردات بازی در این رویداد باید اطلاع رسانی می شد

وی با بیان اینکه در حال حاضر بسیاری از شرکت ها به تی جی سی می روند که بازی های خارجی را بیاورند و خارجی ها هم با امید صادرات آمده اند، گفت: اگر به هر دلیلی قوانین این رویداد این باشد که افراد حاضر، تنها باید بازی های ایرانی را بخرند، این موضوع باید لحظه ثبت نام به خارجی ها و ناشران داخلی اعلام و اطلاع رسانی شود. در صورتی که این موضوع نه سال گذشته و نه امسال به درستی مطرح نشده است. برخی آمدند بازار ایران را بررسی کنند و محصول خود را بفروشند که طبیعی است. آن ها ایران را اول به عنوان بازار می بینند و حقیقت هم این است که ایران در حال حاضر به عنوان بازی ساز مطرح نیست.

فصیحی درباره تأکید بنیاد ملی بازی های رایانه ای به ضرورت صادرات بازی به جای واردات بیان کرد: این موضوع به حساسیت های موجود برمی گردد. نام گذاری سال به حمایت از محصولات داخلی و از طرفی تحریم ها، این ذهنیت را ایجاد کرده که اینجا بازی فروخته نشود و بنیاد هم از همه طرف زیر تیغ انتقادات است و تصور می کند در این باره باید پاسخگو باشد. در صورتی که بنیاد هم باید این موضوع را مطرح کند که بازی سازی یک صنعت دوطرفه است، اگر می خواهیم بازی بفروشیم، باید ابتدا بازی بخریم.

این ناشر بازی های داخلی همچنین خاطرنشان کرد: بازی سازهای ما در حال حاضر مشکلات جدی دارند و دولت نمی تواند به دلیل بودجه محدود از آن ها حمایت کند. اما به صورت کلی اگر قرار است صنعت بازی را بسازیم نباید این اندازه سخت گیری کرد، باید به آن ها فرصت داد. با برگزاری یک نمایشگاه نمی توان انتظار نتیجه داشت. باید از بنیاد پرسید چشم انداز ۱۰ ساله اش چیست؟ کدام کشور را الگو قرار داده است و هر کدام از آن ها چند سال طول کشیده که اتفاقی در صنعت بازی شان بیفتد. مجموعه الزاماتی که ما را به آن سمت می برد، چیست؟

انتهای پیام



## مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟! (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

فصل اقتصاد - اگرچه درباره نتایج رویداد صنعت گیم در ایران (TGC) گزارشی وجود دارد، اما کارشناسان بر این نکته تأکید دارند که باید توجه داشت صنعت بازی سازی داخلی ما برای صادرات و حضور در مجامع بین المللی نیازمند تقویت است و با توجه به سابقه یک ساله ی این رویداد نمی توان از آن توقع زیادی داشت.

تی جی سی (Tehran Game Convention) یک رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است که از سال گذشته با همکاری شرکت گیم کانکشن فرانسه برگزار شده و امسال نیز با هدف ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دومین رویداد آن برگزار می شود. با وجود این، برخی معتقدند این رویداد از سال گذشته نتوانسته هدف صادرات بازی را به خوبی محقق کند.

در این باره امین امیرشریفی - مدیرعامل یک مارکت آنلاین داخلی - معتقد است: حمایت دولتی از بازی سازی باید در دانشگاه و آموزش و پرورش پیگیری و جدی گرفته شود. مشکل منابع انسانی است که ریشه در آموزش دارد و برنامه ریزی بلندمدت می طلبد و نه رشد آمپولی. برای محدود بازی سازان فعلی هم کمک به حضورشان در دوره های آموزشی بین المللی مفید است و همایش ۴۸ ساعته، کم یازده ترین شیوه آموزش است. در حالی که یکی از اهداف تی جی سی کمک به صادرات بازی های داخلی عنوان شده، امیرشریفی می گویند: در خصوص صادرات، ما شرایط را مناسب نمی بینیم. وقتی تولید جدی نداشته باشیم، اپ استورهای بین المللی از پذیرفتن ما امتناع کنند و شرکت های خارجی هم حاضر به عقد قرارداد نباشند، هزینه های میلیاردی برگزاری یک همایش با ادعای کمک به عقد قرارداد صادراتی، بیشتر توهّم و اسراف منابع است.

وی با بیان اینکه برخی از بازی سازان می گویند جایزه هایی که در این دست رویدادها داده می شود، با صادرات بازی و موفقیت در فروش متفاوت است، گفت: سوال ما این است که نتیجه و خروجی تی جی سی سال گذشته کجاست؟ کدام بازی شاخص ایرانی در فضای بین المللی به واسطه ی آن رویداد منتشر شد؟ آیا حتی به اندازه درصدی از هزینه های آن همایش، صادرات بازی داشتیم؟ معدود بازی های موفق هم که ما از انتشار جهانی شان خبر داریم، عمدتاً با تلاش های خود و خارج از این رویداد موفق به پیشبرد مذاکرات خود شده اند.

امیرشریفی درباره علت حضور این مارکت در همایش تی جی سی نیز بیان کرد: علت حضور تیم ما در همایش تی جی سی ارتباط با بازی ساز و ناشر داخلی و خارجی است. هم برای نشر قانونی و شفاف بازی خارجی برای کاربران ایرانی و هم برای سایر همکاری ها از جمله بررسی امکان انتشار برترین هایمان در مارکت های بین المللی. این مارکت فعال جدی در این صنعت است و شناخت خوبی از بازار داخلی دارد، به همین دلیل، برای معرفی صنعت داخلی به (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) شرکت های خارجی و کمک به توسعه دهندگان کوچک هم پیش قدم می شود. در هر حال، حضور در این رویداد می توانست به صنعت کمک کند اما در عین حال معتقد بوده ایم و هستیم که هزینه ی هنگفت این رویداد باید جای بهتری صرف می شد.

از اینکه به دنبال نتیجه رویداد هستند، خوشحالییم

اما مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه نتیجه رویداد تی جی سی در سال گذشته چه بوده است، گفت: خوشحالم رویدادی برگزار کردیم که بلافاصله پس از رویداد افرادی به دنبال نتیجه رویداد بودند. سال پیش اولین دوره این رویداد برگزار شد و برخی به دنبال این بودند که نتیجه آن چه شد. یکی از خروجی های این رویداد این بود که یک شرکت چینی برای انتشار یکی از بازی های ما ایمیل زد؛ بازی های ایرانی در نمایشگاه های خارجی دو جایزه بردند. همچنین یک شرکت آلمانی می خواهد ۱۰ هزار یورو پول اسپانسرینگ رویداد را بدهد.

حسن کریمی قدوسی با بیان اینکه در شرایط موجود، هر شرکت و مارکت یا استور بازی خارجی وارد کشور می کند و پولش را به خارج حواله می کند، افزود: در حال حاضر مشکلات کمبود ارز وجود دارد و دولت واردات ۱۳۰۰ کالا را ممنوع کرده است، با وجود این، ما نمی خواهیم جلوی واردات را بگیریم اما این رویداد برای صادرات است نه واردات.

کریمی در ادامه درباره علت ممنوعت از حضور برخی از ناشران از حضور در رویداد تی جی سی توضیح داد: این ناشران صرفاً برای واردات بازی شرکت کردند شرکت هایی که کار نشر می کنند دنبال واردات بازی هستند و می توانند در رویدادهای خارجی برای واردات شرکت کنند. در حالی که ناشران خارجی که در این رویداد شرکت می کنند، خریدار بازی های ایرانی هستند نه منتشر کننده بازی های خود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای همچنین خاطرنشان کرد: اگر با تمهیداتی که اندیشیدیم موفق شدیم چند نمونه صادرات انجام دهیم، هزینه ناشران را برای سال های بعد می دهیم. در غیر این صورت شاید برای سال های آینده تنها برای برگزاری کنفرانس ها هزینه بپردازیم و دیگر دیگر هزینه ناشران را ندهیم. نباید توقعات را از یک رویداد بالا برد

اما امیرحسین فصیحی - مدیرعامل یک شرکت بازی سازی و ناشر بازی - با بیان اینکه تاثیراتی که در صنعت رخ می دهد، مجموعه اتفاقات مختلفی است که نتیجه را رقم می زند و نمی توان انتظار داشت برگزاری نمایشگاه، خروجی های مشخصی داشته باشد و صنعت ما را چند مرحله جلو ببرد، گفت: صرف نظر از اینکه چه هزینه ای برای این رویدادها شده و چه کارهای دیگری می توان با این هزینه کرد، چنین رویدادها و نمایشگاه هایی مثبت هستند.

وی با بیان اینکه در صورت نداشتن دغدغه مالی، اینکه دولت پول خود را در این زمینه خرج کند، کار مثبتی است، گفت: اگر هیچ تعاملی هم با بازی ساز ایرانی نشود، همینکه بازی ساز ایرانی آن ها را می بیند، روی کارهایش بازخورد می گیرد و حرف هایشان را می شنود، مثبت است. زیرا بازی سازهای ما نمی توانند خیلی راحت به خارج از کشور بروند. اما اینکه همه توقع را بگذاریم روی یک رویداد در سال، شاید توقع خیلی بالا برود که حتماً باید اتفاق بزرگی بعد از آن بیفتد. اما بازی سازی ما متأسفانه اکنون آن جایگاه را ندارد که بتوان گفت صادرات جدی بازی سازی داریم.

فصیحی درباره راه حل جایگزین برگزاری رویدادهای بزرگی مانند تی جی سی بیان کرد: بازی سازی ما باید بهتر و تیم هایمان قوی تر شوند. به جای اینکه تعداد زیادی بازی ساز و ناشر خارجی در یک رویداد حضور پیدا کنند، می توانند به رویدادهای مختلف و در زمان های مختلف بیایند؛ متخصص ها حضور پیدا کنند و تیم ها به رویدادهای خارجی اعزام شوند. البته این کارها همین حالا هم انجام می شود، اما مجموعه اینها هم می تواند تاثیرات خوبی بگذارد. حتی خود تیم های داخلی هم اگر به یکدیگر متصل شوند، موارد خوبی را برای یادگیری از هم دارند.

این بازی ساز با ابراز مخالفت درباره این دید کلی که واردات بد و صادرات خوب است، گفت: این موضوع یک تعامل دوطرفه است. واردات برای ما ارزش دارد؛ ما باید به جوانان خود نگاه کنیم که می خواهند بازی های خوب و رسمی بگیرند و پشتیبانی ناشرها را می خواهند. این بد نیست که یک ناشر بازی خود را برای ایرانی ها فارسی کند. ما بازی ساز هستیم و از آن ها و نحوه بازاریابی شان، یاد می گیریم و قوی می شویم.

ممنوعیت واردات بازی در این رویداد باید اطلاع رسانی می شد

وی با بیان اینکه در حال حاضر بسیاری از شرکت ها به تی جی سی می روند که بازی های خارجی را بیاورند و خارجی ها هم با امید صادرات آمده اند، گفت: اگر به هر دلیلی قوانین این رویداد این باشد که افراد حاضر، تنها باید بازی های ایرانی را بخرند، این موضوع باید لحظه ثبت نام به خارجی ها و ناشران داخلی اعلام و اطلاع رسانی شود. در صورتی که این موضوع نه سال گذشته و نه امسال به درستی مطرح نشده است. برخی آمدند بازار ایران را بررسی کنند و محصول خود را بفروشند که طبیعی است. آن ها ایران را اول به عنوان بازار می بینند و حقیقت هم این است که ایران در حال حاضر به عنوان بازی ساز مطرح نیست.

فصیحی درباره تاکید بنیاد ملی بازی های رایانه ای به ضرورت صادرات بازی به جای واردات بیان کرد: این موضوع به حساسیت های موجود برمی گردد. نام گذاری سال به حمایت از محصولات داخلی و از طرفی تحریم ها، این ذهنیت را ایجاد کرده که اینجا بازی فروخته نشود و بنیاد هم از همه طرف زیر تیغ انتقادات است و تصور می کند در این باره باید پاسخگو باشد. در صورتی که بنیاد هم باید این موضوع را مطرح کند که بازی سازی یک صنعت دوطرفه است، اگر می خواهیم بازی بفروشیم، باید ابتدا بازی بخریم.

این ناشر بازی های داخلی همچنین خاطرنشان کرد: بازی سازهای ما در حال حاضر مشکلات جدی دارند و دولت نمی تواند به دلیل بودجه محدود از آن ها حمایت کند. اما به صورت کلی اگر قرار است صنعت بازی را بسازیم نباید این اندازه سخت گیری کرد، باید به آن ها فرصت داد. با برگزاری یک نمایشگاه نمی توان انتظار نتیجه داشت. باید از بنیاد پرسید چشم انداز ۱۰ ساله اش چیست؟ کدام کشور را الگو قرار داده است و هر کدام از آن ها چند سال طول کشیده که اتفاقی در صنعت بازی شان بیفتد. مجموعه الزاماتی که ما را به آن سمت می برد، چیست؟

انتهای پیام

## مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟! (۱۳۸۵-۱۳۸۶)

اگرچه درباره نتایج رویداد صنعت گیم در ایران (TGC) گمانه زنی هایی وجود دارد، اما کارشناسان بر این نکته تاکید دارند که باید توجه داشت صنعت بازی سازی داخلی ما برای صادرات و حضور در مجامع بین المللی نیازمند تقویت است و با توجه به سابقه یک ساله ی این رویداد نمی توان از آن توقع زیادی داشت. به گزارش پایگاه خبری ارمان اقتصادی، تی جی سی (Tehran Game Convention) یک رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است که از سال گذشته با همکاری شرکت گیم کانکشن فرانسه برگزار شده و امسال نیز با هدف ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دومین رویداد آن برگزار می شود. با وجود این، برخی معتقدند این رویداد از سال گذشته نتوانسته هدف صادرات بازی را به خوبی محقق کند.

در این باره امین امیرشریفی - مدیرعامل یک مارکت آنلاین داخلی - معتقد است: حمایت دولتی از بازی سازی باید در دانشگاه و آموزش و پرورش پیگیری و جدی گرفته شود. مشکل منابع انسانی است که ریشه در آموزش دارد و برنامه ریزی بلندمدت می طلبد و نه رشد آمپولی. برای معدود بازی سازان فعلی هم کمک به حضورشان در دوره های آموزشی بین المللی مفید است و همایش ۴۸ ساعته، کم بازده ترین شیوه آموزش است.

در حالی که یکی از اهداف تی جی سی کمک به صادرات بازی های داخلی عنوان شده، امیرشریفی می گوید: در خصوص صادرات، ما شرایط را مناسب نمی بینیم. وقتی تولید جدی نداشته باشیم، اپ استورهای بین المللی از پذیرفتن ما امتناع کنند و شرکت های خارجی هم حاضر به عقد قرارداد نباشند، هزینه های میلیاردی برگزاری یک همایش با ادعای کمک به عقد قرارداد صادراتی، بیشتر توهم و اسراف منابع است.

وی با بیان اینکه برخی از بازی سازان می گویند جایزه هایی که در این دست رویدادها داده می شود، با صادرات بازی و موفقیت در فروش مغفول است، گفت: سوال ما این است که نتیجه و خروجی تی جی سی سال گذشته کجاست؟ کدام بازی شاخص ایرانی در فضای بین المللی به واسطه ی آن رویداد منتشر شد؟ آیا حتی به اندازه درصدی از هزینه های آن همایش، صادرات بازی داشتیم؟ معدود بازی های موفق هم که ما از انتشار جهانی شان خبر داریم، عمدتاً با تلاش های خود و خارج از این رویداد موفق به پیشبرد مذاکرات خود شده اند.

امیرشریفی درباره علت حضور این مارکت در همایش تی جی سی نیز بیان کرد: علت حضور تیم ما در همایش تی جی سی ارتباط با بازی ساز و ناشر داخلی و خارجی است. هم برای نشر قانونی و شفاف بازی خارجی برای کاربران ایرانی و هم برای سایر همکاری ها از جمله بررسی امکان انتشار برترین هایمان در مارکت های بین المللی. این مارکت فعال جدی در این صنعت است و شناخت خوبی از بازار داخلی دارد، به همین دلیل، برای معرفی صنعت داخلی به شرکت های خارجی و کمک به توسعه دهندگان کوچک هم پیش قدم می شود. در هر حال، حضور در این رویداد می توانست به صنعت کمک کند اما در عین حال معتقد بوده ایم و هستیم که هزینه ی هنگفت این رویداد باید جای بهتری صرف می شد.

از اینکه به دنبال نتیجه رویداد هستیم، خوشحالیم

اما مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه نتیجه رویداد تی جی سی در سال گذشته چه بوده است، گفت: خوشحالم رویدادی برگزار کردیم که بلافاصله پس از رویداد افرادی به دنبال نتیجه رویداد بودند. سال پیش اولین دوره این رویداد برگزار شد و برخی به دنبال این بودند که نتیجه آن چه شد. یکی از خروجی های این رویداد این بود که یک شرکت چینی برای انتشار یکی از بازی های ما ایمیل زد؛ بازی های ایرانی در نمایشگاه های خارجی دو جایزه بردند، همچنین یک شرکت آلمانی می خواهد ۱۰ هزار یورو پول اسپانسرینگ رویداد را بدهد.

حسن کریمی قدوسی با بیان اینکه در شرایط موجود، هر شرکت و مارکت یا استور بازی خارجی وارد کشور می کند و پولش را به خارج حواله می کند، افزود: در حال حاضر مشکلات کمبود ارز وجود دارد و دولت واردات ۱۳۰۰ کالا را ممنوع کرده است، با وجود این، ما نمی خواهیم جلوی واردات را بگیریم اما این رویداد برای صادرات است نه واردات.

کریمی در ادامه درباره علت ممانعت از حضور برخی از ناشران از حضور در رویداد تی جی سی توضیح داد: این ناشران صرفاً برای واردات بازی شرکت کردند. شرکت هایی که کار نشر می کنند دنبال واردات بازی هستند و می توانند در رویدادهای خارجی برای واردات شرکت کنند. در حالی که ناشران خارجی که در این رویداد شرکت می کنند، خریدار بازی های ایرانی هستند نه منتشر کننده بازی های خود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای همچنین خاطرنشان کرد: اگر با تمهیداتی که اندیشیدیم موفق شدیم چند نمونه صادرات انجام دهیم، هزینه ناشران را برای سال های بعد می دهیم. در غیر این صورت شاید برای سال های آینده تنها برای برگزاری کنفرانس ها هزینه بپردازیم و دیگر دیگر هزینه ناشران را ندهیم. نباید توقعات را از یک رویداد بالا برد.

اما امیرحسین فصیحی - مدیرعامل یک شرکت بازی سازی و ناشر بازی - با بیان اینکه تأییداتی که در صنعت رخ می دهد، مجموعه اتفاقات مختلفی است که نتیجه را رقم می زند و نمی توان انتظار داشت برگزاری نمایشگاه، خروجی های مشخصی داشته باشد و صنعت ما را چند مرحله جلو ببرد، گفت: صرف نظر از اینکه چه هزینه ای برای این رویدادها شده و چه کارهای دیگری می توان با این هزینه کرد، چنین رویدادها و نمایشگاه هایی مثبت هستند.

وی با بیان اینکه در صورت نداشتن دغدغه مالی، اینکه دولت پول خود را در این زمینه خرج کند، کار مثبتی است، گفت: اگر هیچ تعاملی هم با بازی ساز ایرانی نشود، همینکه بازی ساز ایرانی آن ها را می بیند، روی کارهایش بازخورد می گیرد و حرف هایشان را می شنود، مثبت است. زیرا بازی سازهای ما نمی توانند خیلی راحت به خارج از کشور بروند. اما اینکه همه توقع را بگذاریم روی یک رویداد در سال، شاید توقع خیلی بالا برود که حتماً باید اتفاق بزرگی بعد از آن بیفتد. اما بازی سازی ما متأسفانه اکنون آن جایگاه را ندارد که بتوان گفت صادرات جدی بازی سازی داریم.

فصیحی درباره راه حل جایگزین برگزاری رویدادهای بزرگی مانند تی جی سی بیان کرد: بازی سازی ما باید بهتر و تیم هایمان قوی تر شوند. به جای اینکه تعداد زیادی بازی ساز و ناشر خارجی در یک رویداد حضور پیدا کنند، می توانند به رویدادهای مختلف و در زمان های مختلف بیایند؛ متخصص ها حضور پیدا کنند و تیم ها به رویدادهای خارجی اعزام شوند البته این کارها همین حالا هم انجام می شود، اما مجموعه اینها هم می تواند تأثیرات خوبی بگذارد. حتی خود تیم های داخلی هم اگر به یکدیگر متصل شوند، موارد خوبی را برای یادگیری از هم دارند.

این بازی ساز با ابراز مخالفت درباره این دید کلی که واردات بد و صادرات خوب است، گفت: این موضوع یک تعامل دوطرفه است. واردات برای ما ارزش دارد؛ ما باید به جوانان خود نگاه کنیم که می خواهند بازی های خوب و رسمی بگیرند و پشتیبانی ناشرها را می خواهند. این بد نیست که یک ناشر (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازی خود را برای ایرانی ها فارسی کند. ما بازی ساز هستیم و از آن ها و نحوه بازاریابی شان، یاد می گیریم و قوی می شویم. ممنوعیت واردات بازی در این رویداد باید اطلاع رسانی می شد

وی با بیان اینکه در حال حاضر بسیاری از شرکت ها به تی جی سی می روند که بازی های خارجی را بیاورند و خارجی ها هم با امید صادرات آمده اند، گفت: اگر به هر دلیلی قوانین این رویداد این باشد که افراد حاضر، تنها باید بازی های ایرانی را بخرند، این موضوع باید لحظه ثبت نام به خارجی ها و ناشران داخلی اعلام و اطلاع رسانی شود. در صورتی که این موضوع نه سال گذشته و نه امسال به درستی مطرح نشده است. برخی آمدند بازار ایران را بررسی کنند و محصول خود را بفروشند که طبیعی است. آن ها ایران را اول به عنوان بازار می بینند و حقیقت هم این است که ایران در حال حاضر به عنوان بازی ساز مطرح نیست. قضیحی درباره تاکید بنیاد ملی بازی های رایانه ای به ضرورت صادرات بازی به جای واردات بیان کرد: این موضوع به حساسیت های موجود برمی گردد. نام گذاری سال به حمایت از محصولات داخلی و از طرفی تحریم ها، این ذهنیت را ایجاد کرده که اینجا بازی فروخته نشود و بنیاد هم از همه طرف زیر تیغ انتقادات است و تصور می کند در این باره باید پاسخگو باشد. در صورتی که بنیاد هم باید این موضوع را مطرح کند که بازی سازی یک صنعت دوطرفه است، اگر می خواهیم بازی بفروشیم، باید ابتدا بازی بخریم.

این ناشر بازی های داخلی همچونین خاطرنشان کرد: بازی سازهای ما در حال حاضر مشکلات جدی دارند و دولت نمی تواند به دلیل بودجه محدود از آن ها حمایت کند. اما به صورت کلی اگر قرار است صنعت بازی را بسازیم نباید این اندازه سخت گیری کرد، باید به آن ها فرصت داد. با برگزاری یک نمایشگاه نمی توان انتظار نتیجه داشت. باید از بنیاد پرسید چشم انداز ۱۰ ساله اش چیست؟ کدام کشور را الگو قرار داده است و هر کدام از آن ها چند سال طول کشیده که اتفاقی در صنعت بازی شان بیفتد. مجموعه الزاماتی که ما را به آن سمت می برد، چیست؟

انتهای پیام



## مذاکره برای واردات یا صادرات بازی!! (۱۳۹۶-۱۳۹۷)

اگرچه درباره نتایج رویداد صنعت گیم در ایران (TGC) گمانه زنی هایی وجود دارد، اما کارشناسان بر این نکته تاکید دارند که باید توجه داشت صنعت بازی سازی داخلی ما برای صادرات و حضور در مجامع بین المللی نیازمند تقویت است و با توجه به سابقه یک ساله ی این رویداد نمی توان از آن توقع زیادی داشت.

به گزارش ایسنا، تی جی سی (Tehran Game Convention) یک رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است که از سال گذشته با همکاری شرکت گیم کانکشن فرانسه برگزار شده و امسال نیز با هدف ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دومین رویداد آن برگزار می شود. با وجود این، برخی معتقدند این رویداد از سال گذشته نتوانسته هدف صادرات بازی را به خوبی محقق کند.

در این باره امین امیرشریفی - مدیرعامل یک مارکت آنلاین داخلی - معتقد است: حمایت دولتی از بازی سازی باید در دانشگاه و آموزش و پرورش پیگیری و جدی گرفته شود. مشکل منابع انسانی است که ریشه در آموزش دارد و برنامه ریزی بلندمدت می طلبد و نه رشد آمپولی. برای معدود بازی سازان فعلی هم کمک به حضورشان در دوره های آموزشی بین المللی مفید است و همایش ۴۸ ساعته، کم بازده ترین شیوه آموزش است.

در حالی که یکی از اهداف تی جی سی کمک به صادرات بازی های داخلی عنوان شده، امیرشریفی می گوید: در خصوص صادرات، ما شرایط را مناسب نمی بینیم. وقتی تولید جدی نداشته باشیم، اپ استورهای بین المللی از پذیرفتن ما امتناع کنند و شرکت های خارجی هم حاضر به عقد قرارداد نباشند، هزینه های میلیاردی برگزاری یک همایش با ادعای کمک به عقد قرارداد صادراتی، بیشتر توهم و اسراف منابع است.

وی با بیان اینکه برخی از بازی سازان می گویند جایزه هایی که در این دست رویدادها داده می شود، با صادرات بازی و موفقیت در فروش متفاوت است، گفت: سوال ما این است که نتیجه و خروجی تی جی سی سال گذشته کجاست؟ کدام بازی شاخص ایرانی در فضای بین المللی به واسطه ی آن رویداد منتشر شد؟ آیا حتی به اندازه درصدی از هزینه های آن همایش، صادرات بازی داشتیم؟ معدود بازی های موفق هم که ما از انتشار جهانی شان خیر داریم، عمدتاً با تلاش های خود و خارج از این رویداد موفق به پیشبرد مذاکرات خود شده اند.

امیرشریفی درباره علت حضور این مارکت در همایش تی جی سی نیز بیان کرد: علت حضور تیم ما در همایش تی جی سی ارتباط با بازی ساز و ناشر داخلی و خارجی است. هم برای نشر قانونی و شفاف بازی خارجی برای کاربران ایرانی و هم برای سایر همکاری ها از جمله بررسی امکان انتشار برترین هایمان در مارکت های بین المللی. این مارکت فعال جدی در این صنعت است و شناخت خوبی از بازار داخلی دارد، به همین دلیل، برای معرفی صنعت داخلی به شرکت های خارجی و کمک به توسعه دهندگان کوچک هم پیش قدم می شود. در هر حال، حضور در این رویداد می توانست به صنعت کمک کند اما در عین حال معتقد بوده ایم و هستیم که هزینه ی هنگفت این رویداد باید جای بهتری صرف می شد.

از اینکه به دنبال نتیجه رویداد هستند، خوشحالییم اما مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه نتیجه رویداد تی جی سی در سال گذشته چه بوده است، گفت: خوشحالم رویدادی برگزار کردیم که بلافاصله پس از رویداد افرادی به دنبال نتیجه رویداد بودند. سال پیش اولین دوره این رویداد برگزار شد و برخی به دنبال این بودند که نتیجه آن چه شد. یکی از خروجی های این رویداد این بود که یک شرکت چینی برای انتشار یکی از بازی های ما آمیبل زد؛ بازی های ایرانی در نمایشگاه های خارجی دو جایزه بردند، همچنین یک شرکت آلمانی می خواهد ۱۰ هزار یورو پول اسپانسرینگ رویداد را بدهد. حسن کریمی قنوسی با بیان اینکه در شرایط موجود، هر شرکت و مارکت یا استور بازی خارجی وارد کشور می کند و پولش را به خارج حواله می (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) کند، افزود: در حال حاضر مشکلات کمبود ارز وجود دارد و دولت واردات ۱۳۰۰ کالا را ممنوع کرده است، با وجود این، ما نمی‌خواهیم جلوی واردات را بگیریم اما این رویداد برای صادرات است نه واردات.

کریمی در ادامه درباره علت معامنت از حضور برخی از ناشران از حضور در رویداد تی جی سی توضیح داد: این ناشران صرفاً برای واردات بازی شرکت کردند شرکت هایی که کار نشر می‌کنند دنبال واردات بازی هستند و می‌توانند در رویدادهای خارجی برای واردات شرکت کنند. در حالی که ناشران خارجی که در این رویداد شرکت می‌کنند، خریدار بازی های ایرانی هستند نه منتشر کننده بازی های خود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای همچنین خاطر نشان کرد: اگر با تمهیداتی که اندیشیدیم موفق شدیم چند نمونه صادرات انجام دهیم، هزینه ناشران را برای سال های بعد می‌دهیم. در غیر این صورت شاید برای سال های آینده تنها برای برگزاری کنفرانس ها هزینه بپردازیم و دیگر دیگر هزینه ناشران را ندهیم. نباید توقعات را از یک رویداد بالا برد اما امیرحسین فصیحی - مدیرعامل یک شرکت بازی سازی و ناشر بازی - با بیان اینکه تائیراتی که در صنعت رخ می‌دهد مجموعه اتفاقات مختلفی است که نتیجه را رقم می‌زند و نمی‌توان انتظار داشت برگزاری نمایشگاه، خروجی های مشخصی داشته باشد و صنعت ما را چند مرحله جلو ببرد، گفت: صرف نظر از اینکه چه هزینه ای برای این رویدادها شده و چه کارهای دیگری می‌توان با این هزینه کرد، چنین رویدادها و نمایشگاه هایی مثبت هستند.

وی با بیان اینکه در صورت نداشتن دغدغه مالی، اینکه دولت پول خود را در این زمینه خرج کند، کار مثبتی است، گفت: اگر هیچ تاملی هم با بازی ساز ایرانی نشود، همینکه بازی ساز ایرانی آن ها را می‌بیند، روی کارهایش بازخورد می‌گیرد و حرف هایشان را می‌شنود، مثبت است. زیرا بازی سازهای ما نمی‌توانند خیلی راحت به خارج از کشور بروند. اما اینکه همه توقع را بگذاریم روی یک رویداد در سال، شاید توقع خیلی بالا برود که حتما باید اتفاق بزرگی بعد از آن بیفتد. اما بازی سازی ما متأسفانه اکنون آن جایگاه را ندارد که بتوان گفت صادرات جدی بازی سازی داریم.

فصیحی درباره راه حل جایگزین برگزاری رویدادهای بزرگی مانند تی جی سی بیان کرد: بازی سازی ما باید بهتر و تیم هایمان قوی تر شوند. به جای اینکه تعداد زیادی بازی ساز و ناشر خارجی در یک رویداد حضور پیدا کنند، می‌توانند به رویدادهای مختلف و در زمان های مختلف بیایند؛ متخصص ها حضور پیدا کنند و تیم ها به رویدادهای خارجی اعزام شوند البته این کارها همین حالا هم انجام می‌شود، اما مجموعه اینها هم می‌تواند تاثیرات خوبی بگذارد. حتی خود تیم های داخلی هم اگر به یکدیگر متصل شوند، موارد خوبی را برای یادگیری از هم دارند.

این بازی ساز با ابراز مخالفت درباره این دید کلی که واردات بد و صادرات خوب است، گفت: این موضوع یک تعامل دوطرفه است. واردات برای ما ارزش دارد؛ ما باید به جوانان خود نگاه کنیم که می‌خواهند بازی های خوب و رسمی بگیرند و پشتیبانی ناشرها را می‌خواهند. این بد نیست که یک ناشر بازی خود را برای ایرانی ها فارسی کند. ما بازی ساز هستیم و از آن ها و نحوه بازاریابی شان، یاد می‌گیریم و قوی می‌شویم.

ممنوعیت واردات بازی در این رویداد باید اطلاع رسانی می‌شد وی با بیان اینکه در حال حاضر بسیاری از شرکت ها به تی جی سی می‌روند که بازی های خارجی را بیورند و خارجی ها هم با امید صادرات آمده اند، گفت: اگر به هر دلیلی قوانین این رویداد این باشد که افراد حاضر، تنها باید بازی های ایرانی را بخرند، این موضوع باید لحظه ثبت نام به خارجی ها و ناشران داخلی اعلام و اطلاع رسانی شود. در صورتی که این موضوع نه سال گذشته و نه امسال به درستی مطرح نشده است. برخی آمدند بازار ایران را بررسی کنند و محصول خود را بفروشند که طبیعی است. آن ها ایران را اول به عنوان بازار می‌بینند و حقیقت هم این است که ایران در حال حاضر به عنوان بازی ساز مطرح نیست.

فصیحی درباره تاکید بنیاد ملی بازی های رایانه ای به ضرورت صادرات بازی به جای واردات بیان کرد: این موضوع به حساسیت های موجود برمی‌گردد. نام گذاری سال به حمایت از محصولات داخلی و از طرفی تحریم ها، این ذهنیت را ایجاد کرده که اینجا بازی فروخته نشود و بنیاد هم از همه طرف زیر تیغ انتقادات است و تصور می‌کند در این باره باید پاسخگو باشد. در صورتی که بنیاد هم باید این موضوع را مطرح کند که بازی سازی یک صنعت دوطرفه است، اگر می‌خواهیم بازی بفروشیم، باید ابتدا بازی بخریم.

این ناشر بازی های داخلی همچنین خاطر نشان کرد: بازی سازهای ما در حال حاضر مشکلات جدی دارند و دولت نمی‌تواند به دلیل بودجه محدود از آن ها حمایت کند. اما به صورت کلی اگر قرار است صنعت بازی را بسازیم نباید این اندازه سخت گیری کرد، باید به آن ها فرصت داد. با برگزاری یک نمایشگاه نمی‌توان انتظار نتیجه داشت. باید از بنیاد پرسید چشم انداز ۱۰ ساله اش چیست؟ کدام کشور را الگو قرار داده است و هر کدام از آن ها چند سال طول کشیده که اتفاقی در صنعت بازی شان بیفتد. مجموعه الزاماتی که ما را به آن سمت می‌برد، چیست؟

انتهای پیام



## مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟! (۱۳/۹-۱۷/۹/۹۶)

فصل تجارت - اگرچه درباره نتایج رویداد صنعت گیم در ایران (TGC) گمانه زنی هایی وجود دارد، اما کارشناسان بر این نکته تاکید دارند که باید توجه داشت صنعت بازی سازی داخلی ما برای صادرات و حضور در مجامع بین المللی نیازمند تقویت است و با توجه به سابقه یک ساله ی این رویداد نمی‌توان از آن توقع زیادی داشت.

تی جی سی (Tehran Game Convention) یک رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است که از سال گذشته با همکاری شرکت گیم کانکشن فرانسه برگزار شده و امسال نیز با هدف ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دومین رویداد آن برگزار می‌شود. با وجود این، برخی معتقدند این رویداد از سال گذشته نتوانسته هدف صادرات بازی را به خوبی محقق کند.

در این باره امین امیرشریفی - مدیرعامل یک مارکت آنلاین داخلی - معتقد است حمایت دولتی از بازی سازی باید در دانشگاه و آموزش و (ادامه دارد ...)





(ادامه خبر ...) پرورش پیگیری و جدی گرفته شود. مشکل منابع انسانی است که ریشه در آموزش دارد و برنامه ریزی بلندمدت می طلبد و نه رشد آمبولی. برای محدود بازی سازان فعلی هم کمک به حضورشان در دوره های آموزشی بین المللی مفید است و همایش ۴۸ ساعته، کم بازده ترین شیوه آموزش است.

در حالی که یکی از اهداف تی جی سی کمک به صادرات بازی های داخلی عنوان شده، امیرشریفی می گوید: در خصوص صادرات، ما شرایط را مناسب نمی بینیم. وقتی تولید جدی نداشته باشیم، اپ استورهای بین المللی از پذیرفتن ما امتناع کنند و شرکت های خارجی هم حاضر به عقد قرارداد نباشند، هزینه های میلیاردی برگزاری یک همایش با ادعای کمک به عقد قرارداد صادراتی، بیشتر توهم و اسراف منابع است.

وی با بیان اینکه برخی از بازی سازان می گویند جایزه هایی که در این دست رویدادها داده می شود، با صادرات بازی و موفقیت در فروش مغفول است، گفت: سوال ما این است که نتیجه و خروجی تی جی سی سال گذشته کجاست؟ کدام بازی شاخص ایرانی در فضای بین المللی به واسطه ی آن رویداد منتشر شد؟ آیا حتی به اندازه درصدی از هزینه های آن همایش، صادرات بازی داشتیم؟ محدود بازی های موفق هم که ما از انتشار جهانی شان خبر داریم، عمدتاً با تلاش های خود و خارج از این رویداد موفق به پیشبرد مذاکرات خود شده اند.

امیرشریفی درباره علت حضور این مارکت در همایش تی جی سی نیز بیان کرد: علت حضور تیم ما در همایش تی جی سی ارتباط با بازی ساز و ناشر داخلی و خارجی است. هم برای نشر قانونی و شفاف بازی خارجی برای کاربران ایرانی و هم برای سایر همکاری ها از جمله بررسی امکان انتشار برترین هایمان در مارکت های بین المللی. این مارکت فعال جدی در این صنعت است و شناخت خوبی از بازار داخلی دارد، به همین دلیل، برای معرفی صنعت داخلی به شرکت های خارجی و کمک به توسعه دهندگان کوچک هم پیش قدم می شود. در هر حال، حضور در این رویداد می توانست به صنعت کمک کند اما در عین حال معتقد بوده ایم و هستیم که هزینه ی هنگفت این رویداد باید جای بهتری صرف می شد.

از اینکه به دنبال نتیجه رویداد هستند، خوشحالم

اما مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه نتیجه رویداد تی جی سی در سال گذشته چه بوده است، گفت: خوشحالم رویدادی برگزار کردیم که بلافاصله پس از رویداد افرادی به دنبال نتیجه رویداد بودند. سال پیش اولین دوره این رویداد برگزار شد و برخی به دنبال این بودند که نتیجه آن چه شد. یکی از خروجی های این رویداد این بود که یک شرکت چینی برای انتشار یکی از بازی های ما ایمیل زد؛ بازی های ایرانی در نمایشگاه های خارجی دو جایزه بردند، همچنین یک شرکت آلمانی می خواهد ۱۰ هزار یورو پول اسپانسرینگ رویداد را بدهد.

حسن کریمی قدوسی با بیان اینکه در شرایط موجود، هر شرکت و مارکت یا استور بازی خارجی وارد کشور می کند و پولش را به خارج حواله می کند، افزود: در حال حاضر مشکلات کمبود ارز وجود دارد و دولت واردات ۱۳۰۰ کالا را ممنوع کرده است، با وجود این، ما نمی خواهیم جلوی واردات را بگیریم اما این رویداد برای صادرات است نه واردات.

کریمی در ادامه درباره علت ممانعت از حضور برخی از ناشران از حضور در رویداد تی جی سی توضیح داد: این ناشران صرفاً برای واردات بازی شرکت کردند. شرکت هایی که کار نشر می کنند دنبال واردات بازی هستند و می توانند در رویدادهای خارجی برای واردات شرکت کنند. در حالی که ناشران خارجی که در این رویداد شرکت می کنند، خریدار بازی های ایرانی هستند نه منتشر کننده بازی های خود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای همچنین خاطرنشان کرد: اگر با تمهیداتی که اندیشیدیم موفق شدیم چند نمونه صادرات انجام دهیم، هزینه ناشران را برای سال های بعد می دهیم. در غیر این صورت شاید برای سال های آینده تنها برای برگزاری کنفرانس ها هزینه بپردازیم و دیگر دیگر هزینه ناشران را ندهیم. نباید توقعات را از یک رویداد بالا برد

اما امیرحسین فصیحی - مدیرعامل یک شرکت بازی سازی و ناشر بازی - با بیان اینکه تاثیراتی که در صنعت رخ می دهد، مجموعه اتفاقات مختلفی است که نتیجه را رقم می زند و نمی توان انتظار داشت برگزاری نمایشگاه، خروجی های مشخصی داشته باشد و صنعت ما را چند مرحله جلو ببرد، گفت: صرف نظر از اینکه چه هزینه ای برای این رویدادها شده و چه کارهای دیگری می توان با این هزینه کرد، چنین رویدادها و نمایشگاه هایی مثبت هستند.

وی با بیان اینکه در صورت نداشتن دغدغه مالی، اینکه دولت پول خود را در این زمینه خرج کند، کار مثبتی است، گفت: اگر هیچ تعاملی هم با بازی ساز ایرانی نشود، همینکه بازی ساز ایرانی آن ها را می بیند، روی کارهایش بازخورد می گیرد و حرف هایشان را می شنود، مثبت است. زیرا بازی سازهای ما نمی توانند خیلی راحت به خارج از کشور بروند. اما اینکه همه توقع را بگذاریم روی یک رویداد در سال، شاید توقع خیلی بالا برود که حتماً باید اتفاق بزرگی بعد از آن بیفتد. اما بازی سازی ما متأسفانه اکنون آن جایگاه را ندارد که بتوان گفت صادرات جدی بازی سازی داریم.

فصیحی درباره راه حل جایگزین برگزاری رویدادهای بزرگی مانند تی جی سی بیان کرد: بازی سازی ما باید بهتر و تیم هایمان قوی تر شوند. به جای اینکه تعداد زیادی بازی ساز و ناشر خارجی در یک رویداد حضور پیدا کنند، می توانند به رویدادهای مختلف و در زمان های مختلف بیایند؛ متخصص ها حضور پیدا کنند و تیم ها به رویدادهای خارجی اعزام شوند البته این کارها همین حالا هم انجام می شود، اما مجموعه اینها هم می تواند تاثیرات خوبی بگذارد. حتی خود تیم های داخلی هم اگر به یکدیگر متصل شوند، موارد خوبی را برای یادگیری از هم دارند.

این بازی ساز با ابراز مخالفت درباره این دید کلی که واردات بد و صادرات خوب است، گفت: این موضوع یک تعامل دوطرفه است. واردات برای ما ارزش دارد؛ ما باید به جوانان خود نگاه کنیم که می خواهند بازی های خوب و رسمی بگیرند و پشتیبانی ناشرها را می خواهند. این بد نیست که یک ناشر بازی خود را برای ایرانی ها فارسی کند. ما بازی ساز هستیم و از آن ها و نحوه بازاریابی شان، یاد می گیریم و قوی می شویم.

ممنوعیت واردات بازی در این رویداد باید اطلاع رسانی می شد

وی با بیان اینکه در حال حاضر بسیاری از شرکت ها به تی جی سی می روند که بازی های خارجی را بیاورند و خارجی ها هم با امید صادرات آمده اند، گفت: اگر به هر دلیلی قوانین این رویداد این باشد که افراد حاضر، تنها باید بازی های ایرانی را بخرند، این موضوع باید لحظه ثبت نام به خارجی ها و ناشران داخلی اعلام و اطلاع رسانی شود. در صورتی که این موضوع نه سال گذشته و نه امسال به درستی مطرح نشده است، برخی آمدند بازار ایران را بررسی کنند و محصول خود را بفروشند که طبیعی است. آن ها ایران را اول به عنوان بازار می بینند و حقیقت هم این است که ایران در حال حاضر به عنوان بازی ساز مطرح نیست.

فصیحی درباره تاکید بنیاد ملی بازی های رایانه ای به ضرورت صادرات بازی به جای واردات بیان کرد: این موضوع به حساسیت های موجود برمی گردد. نام گذاری سال به حمایت از محصولات داخلی و از طرفی تحریم ها، این ذهنیت را ایجاد کرده که اینجا بازی فروخته نشود و بنیاد هم از همه طرف (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) زیر تیغ انتقادات است و تصور می کند در این باره باید پاسخگو باشد. در صورتی که بنیاد هم باید این موضوع را مطرح کند که بازی سازی یک صنعت دوطرفه است، اگر می خواهیم بازی بفروشیم، باید ابتدا بازی بخریم.

این ناشر بازی های داخلی همچنین خاطرنشان کرد: بازی سازهای ما در حال حاضر مشکلات جدی دارند و دولت نمی تواند به دلیل بودجه محدود از آن ها حمایت کند. اما به صورت کلی اگر قرار است صنعت بازی را بسازیم نباید این اندازه سخت گیری کرد، باید به آن ها فرصت داد. با برگزاری یک نمایشگاه نمی توان انتظار نتیجه داشت. باید از بنیاد پرسید چشم انداز ۱۰ ساله اش چیست؟ کدام کشور را الگو قرار داده است و هر کدام از آن ها چند سال طول کشیده که اتفاقی در صنعت بازی شان بیفتد. مجموعه الزاماتی که ما را به آن سمت می برد، چیست؟

انتهای پیام



## اهداف TGC چه اندازه محقق شد؟! مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟! (۱۳۹۶-۹۵/۹۶)

اگرچه درباره نتایج رویداد صنعت گیم در ایران (TGC) گمانه زنی هایی وجود دارد، اما کارشناسان بر این نکته تاکید دارند که باید توجه داشت صنعت بازی سازی داخلی ما برای صادرات و حضور در مجامع بین المللی نیازمند تقویت است و با توجه به سابقه یک ساله ی این رویداد نمی توان از آن توقع زیادی داشت.

به گزارش تیتربرت، تی جی سی (Tehran Game Convention) یک رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است که از سال گذشته با همکاری شرکت گیم کانکشن فرانسه برگزار شده و امسال نیز با هدف ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دومین رویداد آن برگزار می شود. با وجود این، برخی معتقدند این رویداد از سال گذشته نتوانسته هدف صادرات بازی را به خوبی محقق کند.

در این باره امین امیرشریفی - مدیرعامل یک مارکت آنلاین داخلی - معتقد است: حمایت دولتی از بازی سازی باید در دانشگاه و آموزش و پرورش پیگیری و جدی گرفته شود. مشکل منابع انسانی است که ریشه در آموزش دارد و برنامه ریزی بلندمدت می طلبد و نه رشد آمپولی. برای محدود بازی سازان فعلی هم کمک به حضورشان در دوره های آموزشی بین المللی مفید است و همایش ۴۸ ساعته، کم بازده ترین شیوه آموزش است.

در حالی که یکی از اهداف تی جی سی کمک به صادرات بازی های داخلی عنوان شده، امیرشریفی می گویند: در خصوص صادرات، ما شرایط را مناسب نمی بینیم. وقتی تولید جدی نداشته باشیم، اپ استورهای بین المللی از پذیرفتن ما امتناع کنند و شرکت های خارجی هم حاضر به عقد قرارداد نباشند، هزینه های میلیاردی برگزاری یک همایش با ادعای کمک به عقد قرارداد صادراتی، بیشتر توهم و اسراف منابع است.

وی با بیان اینکه برخی از بازی سازان می گویند جایزه هایی که در این دست رویدادها داده می شود، با صادرات بازی و موفقیت در فروش متفولت است، گفت: سوال ما این است که نتیجه و خروجی تی جی سی سال گذشته کجاست؟ کدام بازی شاخص ایرانی در فضای بین المللی به واسطه ی آن رویداد منتشر شد؟ آیا حتی به اندازه درصدی از هزینه های آن همایش، صادرات بازی داشتیم؟ معدود بازی های موفق هم که ما از انتشار جهانی شان خیر داریم، عمدتاً با تلاش های خود و خارج از این رویداد موفق به پیشبرد مذاکرات خود شده اند.

امیرشریفی درباره علت حضور این مارکت در همایش تی جی سی نیز بیان کرد: علت حضور تیم ما در همایش تی جی سی ارتباط با بازی ساز و ناشر داخلی و خارجی است. هم برای نشر قانونی و شفاف بازی خارجی برای کاربران ایرانی و هم برای سایر همکاری ها از جمله بررسی امکان انتشار برترین هایمان در مارکت های بین المللی. این مارکت فعال جدی در این صنعت است و شناخت خوبی از بازار داخلی دارد، به همین دلیل، برای معرفی صنعت داخلی به شرکت های خارجی و کمک به توسعه دهندگان کوچک هم پیش قدم می شود. در هر حال، حضور در این رویداد می توانست به صنعت کمک کند اما در عین حال معتقد بوده ایم و هستیم که هزینه ی هنگفت این رویداد باید جای بهتری صرف می شد.

از اینکه به دنبال نتیجه رویداد هستند، خوشحالم

اما مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه نتیجه رویداد تی جی سی در سال گذشته چه بوده است، گفت: خوشحالم رویدادی برگزار کردیم که بلافاصله پس از رویداد افرادی به دنبال نتیجه رویداد بودند. سال پیش اولین دوره این رویداد برگزار شد و برخی به دنبال این بودند که نتیجه آن چه شد. یکی از خروجی های این رویداد این بود که یک شرکت چینی برای انتشار یکی از بازی های ما ایمیل زد؛ بازی های ایرانی در نمایشگاه های خارجی دو جایزه بردند. همچنین یک شرکت آلمانی می خواهد ۱۰ هزار یورو پول اسپانسرینگ رویداد را بدهد.

حسن کریمی قدوسی با بیان اینکه در شرایط موجود، هر شرکت و مارکت یا استور بازی خارجی وارد کشور می کند و پولش را به خارج حواله می کند، افزود: در حال حاضر مشکلات کمبود ارز وجود دارد و دولت واردات ۱۳۰۰ کالا را ممنوع کرده است، با وجود این، ما نمی خواهیم جلوی واردات را بگیریم اما این رویداد برای صادرات است نه واردات.

کریمی در ادامه درباره علت ممنوعت از حضور برخی از ناشران از حضور در رویداد تی جی سی توضیح داد: این ناشران صرفاً برای واردات بازی شرکت کردند شرکت هایی که کار نشر می کنند دنبال واردات بازی هستند و می توانند در رویدادهای خارجی برای واردات شرکت کنند. در حالی که ناشران خارجی که در این رویداد شرکت می کنند، خریدار بازی های ایرانی هستند نه منتشر کننده بازی های خود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای همچنین خاطرنشان کرد: اگر با تمهیداتی که اندیشیدیم موفق شدیم چند نمونه صادرات انجام دهیم، هزینه ناشران را برای سال های بعد می دهیم. در غیر این صورت شاید برای سال های آینده تنها برای برگزاری کنفرانس ها هزینه برداریم و دیگر دیگر هزینه (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...)

ناشران را ندیم نباید توقعات را از یک رویداد بالا برد اما امیرحسین فصیحی - مدیرعامل یک شرکت بازی سازی و ناشر بازی - با بیان اینکه تاثیراتی که در صنعت رخ می دهد، مجموعه اتفاقات مختلفی است که نتیجه را رقم می زند و نمی توان انتظار داشت برگزاری نمایشگاه، خروجی های مشخصی داشته باشد و صنعت ما را چند مرحله جلو ببرد، گفت: صرف نظر از اینکه چه هزینه ای برای این رویدادها شده و چه کارهای دیگری می توان با این هزینه کرد، چنین رویدادها و نمایشگاه هایی مثبت هستند.

وی با بیان اینکه در صورت نداشتن دغدغه مالی، اینکه دولت پول خود را در این زمینه خرج کند، کار مثبتی است، گفت: اگر هیچ تاملی هم با بازی ساز ایرانی نشود، همینکه بازی ساز ایرانی آن ها را می بیند، روی کارهایش بازخورد می گیرد و حرف هایشان را می شنود، مثبت است. زیرا بازی سازهای ما نمی توانند خیلی راحت به خارج از کشور بروند. اما اینکه همه توقع را بگذاریم روی یک رویداد در سال، شاید توقع خیلی بالا برود که حتما باید اتفاق بزرگی بعد از آن بیفتد. اما بازی سازی ما متأسفانه اکنون آن جایگاه را ندارد که بتوان گفت صادرات جدی بازی سازی داریم.

فصیحی درباره راه حل جایگزین برگزاری رویدادهای بزرگی مانند تی جی سی بیان کرد: بازی سازی ما باید بهتر و تیم هایمان قوی تر شوند. به جای اینکه تعداد زیادی بازی ساز و ناشر خارجی در یک رویداد حضور پیدا کنند، می توانند به رویدادهای مختلف و در زمان های مختلف بیایند؛ متخصص ها حضور پیدا کنند و تیم ها به رویدادهای خارجی اعزام شوند البته این کارها همین حالا هم انجام می شود، اما مجموعه اینها هم می تواند تاثیرات خوبی بگذارد. حتی خود تیم های داخلی هم اگر به یکدیگر متصل شوند، موارد خوبی را برای یادگیری از هم دارند.

این بازی ساز با ابراز مخالفت درباره این دید کلی که واردات بد و صادرات خوب است، گفت: این موضوع یک تعامل دوطرفه است. واردات برای ما ارزش دارد؛ ما باید به جوانان خود نگاه کنیم که می خواهند بازی های خوب و رسمی بگیرند و پشتیبانی ناشرها را می خواهند. این بد نیست که یک ناشر بازی خود را برای ایرانی ها فارسی کند. ما بازی ساز هستیم و از آن ها و نحوه بازاریابی شان، یاد می گیریم و قوی می شویم.

ممنوعیت واردات بازی در این رویداد باید اطلاع رسانی می شد

وی با بیان اینکه در حال حاضر بسیاری از شرکت ها به تی جی سی می روند که بازی های خارجی را بیاورند و خارجی ها هم با امید صادرات آمده اند، گفت: اگر به هر دلیلی قوانین این رویداد این باشد که افراد حاضر، تنها باید بازی های ایرانی را بخرند، این موضوع باید لحظه ثبت نام به خارجی ها و ناشران داخلی اعلام و اطلاع رسانی شود. در صورتی که این موضوع نه سال گذشته و نه امسال به درستی مطرح نشده است، برخی آمدند بازار ایران را بررسی کنند و محصول خود را بفروشند که طبیعی است. آن ها ایران را لول به عنوان بازار می بینند و حقیقت هم این است که ایران در حال حاضر به عنوان بازی ساز مطرح نیست.

فصیحی درباره تاکید بنیاد ملی بازی های رایانه ای به ضرورت صادرات بازی به جای واردات بیان کرد: این موضوع به حساسیت های موجود برمی گردد. نام گذاری سال به حمایت از محصولات داخلی و از طرفی تحریم ها، این ذهنیت را ایجاد کرده که اینجا بازی فروخته نشود و بنیاد هم از همه طرف زیر تیغ انتقادات است و تصور می کند در این باره باید پاسخگو باشد. در صورتی که بنیاد هم باید این موضوع را مطرح کند که بازی سازی یک صنعت دوطرفه است. اگر می خواهیم بازی بفروشیم، باید ابتدا بازی بخریم.

این ناشر بازی های داخلی همچنین خاطرنشان کرد: بازی سازهای ما در حال حاضر مشکلات جدی دارند و دولت نمی تواند به دلیل بودجه محدود از آن ها حمایت کند. اما به صورت کلی اگر قرار است صنعت بازی را بسازیم نباید این اندازه سخت گیری کرد، باید به آن ها فرصت داد. با برگزاری یک نمایشگاه نمی توان انتظار نتیجه داشت. باید از بنیاد پرسید چشم انداز ۱۰ ساله اش چیست؟ کدام کشور را الگو قرار داده است و هر کدام از آن ها چند سال طول کشیده که اتفاقی در صنعت بازی شان بیفتد. مجموعه الزاماتی که ما را به آن سمت می برد، چیست؟

انتهای پیام/



## اوانیوز

### مذاکره برای واردات یا صادرات بازی؟! (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

اگرچه درباره نتایج رویداد صنعت گیم در ایران (TGC) گمانه زنی هایی وجود دارد، اما کارشناسان بر این نکته تاکید دارند که باید توجه داشت صنعت بازی سازی داخلی ما برای صادرات و حضور در مجامع بین المللی نیازمند تقویت است و با توجه به سابقه یک ساله ی این رویداد نمی توان از آن توقع زیادی داشت. به گزارش فاونیوز به نقل از ایسنا، تی جی سی (Tehran Game Convention) یک رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه است که از سال گذشته با همکاری شرکت گیم کانکشن فرانسه برگزار شده و امسال نیز با هدف ارتقای دانش بازی سازان داخلی با حضور سخنرانان بین المللی باسابقه و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازارهای جهانی دومین رویداد آن برگزار می شود. با وجود این، برخی معتقدند این رویداد از سال گذشته نتوانسته هدف صادرات بازی را به خوبی محقق کند.

در این باره امین امیر شریفی - مدیرعامل یک مارکت آنلاین داخلی - معتقد است: حمایت دولتی از بازی سازی باید در دانشگاه و آموزش و پرورش پیگیری و جدی گرفته شود. مشکل منابع انسانی است که ریشه در آموزش دارد و برنامه ریزی بلندمدت می طلبد و نه رشد آمپولی. برای معنود بازی سازان فعلی هم کمک به حضورشان در دوره های آموزشی بین المللی مفید است و همایش ۴۸ ساعته، کم یازده ترین شیوه آموزش است.

در حالی که یکی از اهداف تی جی سی کمک به صادرات بازی های داخلی عنوان شده، امیرشریفی می گوید: در خصوص صادرات، ما شرایط را مناسب نمی بینیم. وقتی تولید جدی نداشته باشیم، اپ استورهای بین المللی از پذیرفتن ما امتناع کنند و شرکت های خارجی هم حاضر به عقد قرارداد نباشند، هزینه های میلیاردی برگزاری یک همایش با ادعای کمک به عقد قرارداد صادراتی، بیشتر توهم و اسراف منابع است.

وی با بیان اینکه برخی از بازی سازان می گویند جایزه هایی که در این دست رویدادها داده می شود، با صادرات بازی و موفقیت در فروش متفاوت است، گفت: سوال ما این است که نتیجه و خروجی تی جی سی سال گذشته کجاست؟ کدام بازی شاخص ایرانی در فضای بین المللی به واسطه ی آن رویداد منتشر شد؟ آیا حتی به اندازه درصدی از هزینه های آن همایش، صادرات بازی داشتیم؟ معنود بازی های موفق هم که ما از انتشار جهانی شان خبر داریم، (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) عمدتاً با تلاش های خود و خارج از این رویداد موفق به پیشبرد مذاکرات خود شده اند.

امیرشریفی درباره علت حضور این مارکت در همایش تی جی سی نیز بیان کرد: علت حضور تیم ما در همایش تی جی سی ارتباط با بازی ساز و ناشر داخلی و خارجی است. هم برای نشر قانونی و شفاف بازی خارجی برای کاربران ایرانی و هم برای سایر همکاری ها از جمله بررسی امکان انتشار برترین هایمان در مارکت های بین المللی. این مارکت فعال جدی در این صنعت است و شناخت خوبی از بازار داخلی دارد، به همین دلیل، برای معرفی صنعت داخلی به شرکت های خارجی و کمک به توسعه دهندگان کوچک هم پیش قدم می شود. در هر حال، حضور در این رویداد می توانست به صنعت کمک کند اما در عین حال معتقد بوده ایم و هستیم که هزینه ی هنگفت این رویداد باید جای بهتری صرف می شد.

از اینکه به دنبال نتیجه رویداد هستند، خوشحالمیم

اما مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه نتیجه رویداد تی جی سی در سال گذشته چه بوده است، گفت: خوشحالم رویدادی برگزار کردیم که بلافاصله پس از رویداد افرادی به دنبال نتیجه رویداد بودند. سال پیش اولین دوره این رویداد برگزار شد و برخی به دنبال این بودند که نتیجه آن چه شد. یکی از خروجی های این رویداد این بود که یک شرکت چینی برای انتشار یکی از بازی های ما ایمیل زد؛ بازی های ایرانی در نمایشگاه های خارجی دو جایزه بردند، همچنین یک شرکت آلمانی می خواهد ۱۰ هزار یورو پول اسپانسرینگ رویداد را بدهد.

حسن کریمی قدوسی با بیان اینکه در شرایط موجود، هر شرکت و مارکت یا استور بازی خارجی وارد کشور می کند و پولش را به خارج حواله می کند، افزود: در حال حاضر مشکلات کمبود ارز وجود دارد و دولت واردات ۱۳۰۰ کالا را ممنوع کرده است، با وجود این، ما نمی خواهیم جلوی واردات را بگیریم اما این رویداد برای صادرات است نه واردات.

کریمی در ادامه درباره علت ممانعت از حضور برخی از ناشران از حضور در رویداد تی جی سی توضیح داد: این ناشران صرفاً برای واردات بازی شرکت کردند. شرکت هایی که کار نشر می کنند دنبال واردات بازی هستند و می توانند در رویدادهای خارجی برای واردات شرکت کنند. در حالی که ناشران خارجی که در این رویداد شرکت می کنند، خریدار بازی های ایرانی هستند نه منتشر کننده بازی های خود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای همچنین خاطرنشان کرد: اگر با تمهیداتی که اندیشیدیم موفق شدیم چند نمونه صادرات انجام دهیم، هزینه ناشران را برای سال های بعد می دهیم. در غیر این صورت شاید برای سال های آینده تنها برای برگزاری کنفرانس ها هزینه بپردازیم و دیگر دیگر هزینه ناشران را ندهیم. نباید توقعات را از یک رویداد بالا برد

اما امیرحسین فصیحی - مدیرعامل یک شرکت بازی سازی و ناشر بازی - با بیان اینکه تأییدی که در صنعت رخ می دهد، مجموعه اتفاقات مختلفی است که نتیجه را رقم می زند و نمی توان انتظار داشت برگزاری نمایشگاه، خروجی های مشخصی داشته باشد و صنعت ما را چند مرحله جلو ببرد، گفت: صرف نظر از اینکه چه هزینه ای برای این رویدادها شده و چه کارهای دیگری می توان با این هزینه کرد، چنین رویدادهای نمایشگاه هایی مثبت هستند.

وی با بیان اینکه در صورت نداشتن دغدغه مالی، اینکه دولت پول خود را در این زمینه خرج کند، کار مثبتی است، گفت: اگر هیچ تاملی هم با بازی ساز ایرانی نشود، همینکه بازی ساز ایرانی آن ها را می بیند، روی کارهایش بازخورد می گیرد و حرف هایشان را می شنود، مثبت است. زیرا بازی سازهای ما نمی توانند خیلی راحت به خارج از کشور بروند. اما اینکه همه توقع را بگذاریم روی یک رویداد در سال، شاید توقع خیلی بالا برود که حتماً باید اتفاق بزرگی بعد از آن بیفتد. اما بازی سازی ما متأسفانه اکنون آن جایگاه را ندارد که بتوان گفت صادرات جدی بازی سازی داریم.

فصیحی درباره راه حل جایگزین برگزاری رویدادهای بزرگی مانند تی جی سی بیان کرد: بازی سازی ما باید بهتر و تیم هایمان قوی تر شوند. به جای اینکه تعداد زیادی بازی ساز و ناشر خارجی در یک رویداد حضور پیدا کنند، می توانند به رویدادهای مختلف و در زمان های مختلف بیایند؛ متخصص ها حضور پیدا کنند و تیم ها به رویدادهای خارجی اعزام شوند. البته این کارها همین حالا هم انجام می شود، اما مجموعه اینها هم می تواند تأثیرات خوبی بگذارد. حتی خود تیم های داخلی هم اگر به یکدیگر متصل شوند، موارد خوبی را برای یادگیری از هم دارند.

این بازی ساز با ابراز مخالفت درباره این دید کلی که واردات بد و صادرات خوب است، گفت: این موضوع یک تعامل دوطرفه است. واردات برای ما ارزش دارد؛ ما باید به جوانان خود نگاه کنیم که می خواهند بازی های خوب و رسمی بگیرند و پشتیبانی ناشرها را می خواهند. این بد نیست که یک ناشر بازی خود را برای ایرانی ها فارسی کند. ما بازی ساز هستیم و از آن ها و نحوه بازاریابی شان، یاد می گیریم و قوی می شویم.

ممنوعیت واردات بازی در این رویداد باید اطلاع رسانی می شد

وی با بیان اینکه در حال حاضر بسیاری از شرکت ها به تی جی سی می روند که بازی های خارجی را بیاورند و خارجی ها هم با امید صادرات آمده اند، گفت: اگر به هر دلیلی قوانین این رویداد این باشد که افراد حاضر، تنها باید بازی های ایرانی را بخرند، این موضوع باید لحظه ثبت نام به خارجی ها و ناشران داخلی اعلام و اطلاع رسانی شود. در صورتی که این موضوع نه سال گذشته و نه امسال به درستی مطرح نشده است، برخی آمدند بازار ایران را بررسی کنند و محصول خود را بفروشند که طبیعی است. آن ها ایران را اول به عنوان بازار می بینند و حقیقت هم این است که ایران در حال حاضر به عنوان بازی ساز مطرح نیست.

فصیحی درباره تأکید بنیاد ملی بازی های رایانه ای به ضرورت صادرات بازی به جای واردات بیان کرد: این موضوع به حساسیت های موجود برمی گردد. نام گذاری سال به حمایت از محصولات داخلی و از طرفی تحریم ها، این ذهنیت را ایجاد کرده که اینجا بازی فروخته نشود و بنیاد هم از همه طرف زیر تیغ انتقادات است و تصور می کند در این باره باید پاسخگو باشد. در صورتی که بنیاد هم باید این موضوع را مطرح کند که بازی سازی یک صنعت دوطرفه است، اگر می خواهیم بازی بفروشیم، باید ابتدا بازی بخریم.

این ناشر بازی های داخلی همچنین خاطرنشان کرد: بازی سازهایی ما در حال حاضر مشکلات جدی دارند و دولت نمی تواند به دلیل بودجه محدود از آن ها حمایت کند. اما به صورت کلی اگر قرار است صنعت بازی را بسازیم نباید این اندازه سخت گیری کرد، باید به آن ها فرصت داد. با برگزاری یک نمایشگاه نمی توان انتظار نتیجه داشت. باید از بنیاد پرسید چشم انداز ۱۰ ساله اش چیست؟ کدام کشور را الگو قرار داده است و هر کدام از آن ها چند سال طول کشیده که اتفاقی در صنعت بازی شان بیفتد. مجموعه الزاماتی که ما را به آن سمت می برد، چیست؟

## بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است (۲۰۰۷-۹۷/۰۶/۱۳)

تهران - ایرنا - وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی دریامی به دومین کنوانسیون بازی تهران با بیان اینکه حوزه بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است تاکید کرد: بازی سازان با خلق اثری از داستان های ایرانی و اسلامی حوزه تأثیر گذاری و تعامل فرهنگی ایران را گسترش دهند.

به گزارش عصر چهارشنبه خبرنگار فرهنگی ایرنا، در پیام «سیدعباس صالحی» به دومین کنوانسیون بازی تهران آمده است: «در سده بیست و یکم، بازی رایانه ای نقشی آینه گون برای بازنمایی تفکرات، آرمان ها و رویاهای یک ملت ایفا می کند. صنعت بازیهای رایانه ای، صنعتی نوپا اما بسیار تأثیرگذار محسوب می شود. در سال های اخیر، این موضوع در کشور ما نیز به اقتضای فضاهای تازه، دارای صورت مساله ای جدید و تکامل یافته شده و یکی از مهمترین زوایای نوظهور آن، مزیت های فوق العاده ای است که به همراه داشته است.»

وی در این پیام می افزاید: «این صنعت می تواند در خط مقدم اقتصاد مقاومتی قرار گیرد؛ از یک سو به دلیل ضریب بالای کارآفرینی با حضور جوانان نخبه میهن، کاملاً درون زاست و از سوی دیگر به دلیل ماهیت فناورانه و متصل به جهان، به شدت بیرون گراست. این نکته در سال های اخیر با ارائه بازی های موفق ایرانی به خوبی دیده شده است؛ بازی هایی اصالتاً ایرانی که مورد توجه شرکت های بین المللی قرار گرفته و سهمی از بازارهای جهانی را به خود اختصاص داده اند. به گفته وی هرچند کسب سهم بیشتری از بازارهای داخلی توسط بازی های ایرانی نیز از ضرورت هایی است که باید در جهت دستیابی به آن گام های استوارتری برداشت.»

بر اساس اعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، صالحی در این پیام همچنین تاکید کرد: «از منظری دیگر، دومین دوره رویداد تجاری بین المللی کنوانسیون بازی نویدبخش آیندهای پرنشاط، امیدبخش و ارزش آفرین برای خانواده بزرگ بازی سازان ایرانی است.»

صالحی در ادامه این پیام ضمن تبریک برگزاری موفق این رویداد به دست اندرکاران، شرکت کنندگان و به ویژه برگزارندگان این دوره، «برای همگان توفیق و سربلندی از درگاه پروردگار متعال را خواستار شد.»

به گزارش ایرنا، دومین کنوانسیون بازی تهران (TGC) ۱۴ و ۱۵ تیرماه (۵ و ۶ جولای) در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. پس از استقبال فراوان فعالان داخلی و بین المللی صنعت بازی های ویدئویی از رویداد TGC ۲۰۱۷، دومین دوره این رویداد تیرماه سال آینده برگزار می شود. در نخستین دوره این رویداد بیش از ۲۲۰۰ فعال بازی سازی در بخش های مختلف TGC شرکت کردند. در این نمایشگاه ۷۴ سخنران باتجربه و نام آشنا از ۱۴ کشور دنیا به سخنرانی در ۶۰ کنفرانس و ۶ پانل به سخنرانی درباره مهم ترین موضوعات بازی های ویدئویی در دنیا با موضوعات فنی و برنامه نویسی، طراحی بازی، هنری، مدیریت پروژه و کسب و کار به سخنرانی پرداختند.

همچنین در پنج مسترکلاس، دوره های فشرده یک روزه آموزشی در موضوعات یاد شده برگزار شد. همچنین ۲۰۰ خبرنگار، عکاس و اهالی رسانه داخلی و بین المللی به پوشش رسانه ای TGC ۲۰۱۷ پرداختند.

جایزه توسعه دهندگان یکی دیگر از بخش های TGC ۲۰۱۷ بود که با استقبال قابل توجه مخاطبان روبرو شد. در این بخش بیش از ۱۰۰ بازی با هم به رقابت پرداختند و در نهایت ۲۱ داور با تجربه و نام آشنای بین المللی به انتخاب بهترین بازی ایرانی پرداختند. با توجه به درخواست بازی سازان دیگر کشورهای منطقه، این رویداد توسعه یافته و در TGC ۲۰۱۸، جایزه «گیمستان» به بهترین بازی های این منطقه تعلق خواهد گرفت. منطقه گیمستان شامل ۳۳ کشور غرب و جنوب آسیا و شمال آفریقا می شود و بازی سازان این منطقه می توانند با ارسال بازی های خوب، به رقابت در این رویداد و البته معرفی بازی های خود به ناشران و سرمایه گذاران بپردازند.

در TGC ۲۰۱۸ همچنین پیش بینی می شود ۸۰ کنفرانس با حضور حدود ۵۰ سخنران بین المللی و ۳۰ سخنران ایرانی برپا شود.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همراهی شرکت معتبر فرانسوی Game Connection رویداد TGC را برگزار می کند. Game Connection برگزار کننده بزرگ ترین رویدادهای B2B صنعت بازی های ویدئویی در دنیا در دو فرانسه و امریکا است.

فرهنگ ۱۳۵۵ ●● ۱۴۱۸



## آغاز نمایشگاه بازی های رایانه ای از فردا + جزئیات (۲۰۰۷-۹۷/۰۶/۱۳)

به گزارش مشرق؛ از فردا چهاردهم تیرماه به مدت دو روز بنیاد ملی بازی های رایانه ای، نمایشگاه و همایش بین المللی Tehran Game Convention ۲۰۱۸ یا TGC ۲۰۱۸ را با همکاری شرکت گیم کانکشن Game Connection فرانسه، در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می کند. هرچند این گردهم آیی با موضوع بازی است اما به دلایلی می توان آن را یکی از جدی ترین اقدامات در صنایع ICT کشورمان برای کارآفرینی، ایجاد اشتغال و افزایش دانش فنی داخل و توسعه صادرات محصولات دانش بنیان دانست.

نمایشگاه و همایش TGC در واقع میادگاه صنعت گیم کشور است اما این رویداد بین المللی نه تنها بزرگترین رویداد گیم و بازی در ایران است بلکه بنا بر اعلام گیم کانکشن، TGC بزرگترین رویداد صنعت بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا محسوب می شود.

با رویکرد ارتباطات بین المللی TGC بستری برای ارتباط فعالین ایرانی این حوزه با متخصصین و تاجران بازی از سراسر جهان است. حضور گیم کانکشن به عنوان شریک در برگزاری این رویداد اعتبار جهانی فراوانی به آن بخشیده است و همین اعتبار باعث رغبت متخصصین و فعالین تراز اول صنعت گیم به شرکت در TGC شده است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) حضور سازندگان بازی ها، شرکت های واسطه، ناشران بازی ها و سرمایه گذاران، نظریه پردازان و متخصصین بازی های رایانه ای از سراسر جهان فرصت بسیار خوبی برای توسعه صنعت گیم است. ارتباطات بین المللی، عرضه بازی های ایرانی در خارج از کشور و همچنین آشنایی و برخورداری از دانش فنی جهانی از جمله مهم ترین دستاوردهای TGC برای صنعت گیم کشور و بازی سازان داخلی است. اما طبق معمول چنین برنامه هایی همیشه این شک و نگرانی ایجاد می شود که نکند TGC به جای حمایت از بازی سازان داخلی به فضایی برای واردات بازی های خارجی تبدیل شود؟

در سال های اخیر فراگیری استفاده از بازی های خارجی علاوه بر ناهنجاری های فرهنگی و تبلیغاتی، منجر به خروج ارز فراوانی از کشور نیز شده است. اغلب بازی های خارجی توسط چند شرکت معدود در ایران عرضه می شوند و سود سرشار، درآمدهای غیرشفاف و فضای ضدرقابتی باعث ایجاد کارتل های پر قدرت انتشار بازی های خارجی در کشور شده است. همین شرایط رقابت را برای بازی سازان داخلی بسیار دشوار کرده است. در TGC اسامال بنیاد بازی های رایانه ای از شرکت نمودن واردکنندگان بازی های خارجی ممانعت کرده است. استدلال بنیاد این است که بودجه برگزاری این رویداد از محل بودجه عمومی تامین می شود و شایسته نیست در شرایط جنگ ارزی و نیاز به تمرکز بر رویه های اقتصاد مقاومتی، امکانات عمومی در اختیار گروهی واردکننده با رویه های غیرشفاف قرار گیرد. پس فضا امکانات و برنامه ها بصورت کامل به بازی سازان داخلی و صادرکنندگان بازی اختصاصی دارد. در حاشیه این رویداد بخشی های مختلفی از جمله فضای نمایشگاهی و ملاقات های تجاری، کنفرانس ها، پتل ها و مسترکلاس ها، جایزه توسعه دهندگان و فضای اختصاصی برای بازی سازان مستقل در نظر گرفته شده است.

دومین رویداد تی جی سی اسامال پذیرای ۸۰ سخنران (۶۰ درصد بین المللی) خواهد بود که این سخنرانان به برگزاری پتل ها، کنفرانس ها و کلاس های تخصصی خواهند پرداخت. این در حالی است که در دوره نخست این رویداد ۶۰ سخنرانی وجود داشت که نیمی از آن ها سخنرانان غیر ایرانی بودند. سخنرانی ها در قالب کنفرانس یا پتل های ۴۵ دقیقه ای و برای سه سطح مخاطب تازه کارها، متوسط ها (برای حرفه ای ها با بیش از ۲ سال سابقه در حوزه) و ماهران (برای فعالان پیشرفته با بیش از ۷ سال سابقه در این حوزه) برگزار خواهد شد.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای ۲۵ بهمن ماه سال گذشته فراخوان دعوت از فعالان و صاحب نظران داخلی و بین المللی را برای سخنرانی در دومین دوره رویداد بین المللی Tehran Game Convention منتشر کرده بود.

از نتایج مهم برگزاری رویداد TGC۲۰۱۷ سال گذشته می توان انگیزه بخشی به خریداران بین المللی برای تجارت با بازی سازان ایرانی نام برد که ایجاد بستر صادرات حداقل دو بازی ایرانی از نتایج آن بود.

علاقتمندان می توانند اخبار و اطلاعات این رویداد را با هشتگ #TGC۲۰۱۸ در شبکه های اجتماعی دنبال کنند.



## بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی دریامی به دومین کنوانسیون بازی تهران با بیان اینکه حوزه بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است تاکید کرد: بازی سازان با خلق آثاری از داستان های ایرانی و اسلامی حوزه تأثیرگذاری و تعامل فرهنگی ایران را گسترش دهند.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی دریامی به دومین کنوانسیون بازی تهران با بیان اینکه حوزه بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است تاکید کرد: بازی سازان با خلق آثاری از داستان های ایرانی و اسلامی حوزه تأثیرگذاری و تعامل فرهنگی ایران را گسترش دهند. به گزارش کسب و کار نیوز، در پیام «سیدعباس صالحی» به دومین کنوانسیون بازی تهران آمده است: «در سده بیست و یکم، بازی رایانه ای نقشی آینه گون برای بازتابی تفکرات، آرمان ها و رویاهای یک ملت ایفا می کند. صنعت بازیهای رایانه ای، صنعتی نوپا اما بسیار تأثیرگذار محسوب می شود. در سال های اخیر، این موضوع در کشور ما نیز به اقتضای فضاهای تازه، دارای صورت مساله ای جدید و تکامل یافته شده و یکی از مهمترین زوایای نوظهور آن، مزیت های فوق العاده ای است که به همراه داشته است.»

وی در این پیام می افزاید: «این صنعت می تواند در خط مقدم اقتصاد مقاومتی قرار گیرد؛ از یک سو به دلیل ضریب بالای کارآفرینی با حضور جوانان نخبه مین، کاملاً درون زاست و از سوی دیگر به دلیل ماهیت فناورانه و متصل به جهان، به شدت بیرون گراست. این نکته در سال های اخیر با ارائه بازی های موفق ایرانی به خوبی دیده شده است؛ بازی هایی اصالتاً ایرانی که مورد توجه شرکت های بین المللی قرار گرفته و سهمی از بازارهای جهانی را به خود اختصاص داده اند. به گفته وی هرچند کسب سهم بیشتری از بازارهای داخلی توسط بازی های ایرانی نیز از ضرورت هایی است که باید در جهت دستیابی به آن گام های استوارتری برداشت.»

براساس اعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، صالحی در این پیام همچنین تاکید کرد: «از منظری دیگر، دومین دوره رویداد تجاری بین المللی کنوانسیون بازی نویدبخش آیندهای پرنشاط، امیدبخش و ارزش آفرین برای خانواده بزرگ بازی سازان ایرانی است.»

صالحی در ادامه این پیام ضمن تبریک برگزاری موفق این رویداد به دست اندرکاران، شرکت کنندگان و به ویژه برگزارندگان این دوره، «برای همگان توفیق و سربلندی از درگاه پروردگار متعال را خواستار شد.»

به گزارش کسب و کار نیوز، دومین کنوانسیون بازی تهران (TGC) ۱۴ و ۱۵ تیرماه (۵ و ۶ جولای) در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود.

پس از استقبال فراوان فعالان داخلی و بین المللی صنعت بازی های ویدئویی از رویداد TGC۲۰۱۷، دومین دوره این رویداد تیرماه سال (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) آینده برگزار می شود در نخستین دوره این رویداد بیش از ۲۳۰۰ فعال بازی سازی در بخش های مختلف TGC شرکت کردند. در این نمایشگاه ۷۴ سخنران باتجربه و نام آشنا از ۱۴ کشور دنیا به سخنرانی در ۶۰ کنفرانس و ۶ پانل به سخنرانی درباره مهم ترین موضوعات بازی های ویدئویی در دنیا با موضوعات فنی و برنامه نویسی، طراحی بازی، هنری، مدیریت پروژه و کسب و کار به سخنرانی پرداختند.

همچنین در پنج مسترکلاس، دوره های فشرده یک روزه آموزشی در موضوعات یاد شده برگزار شد. همچنین ۲۰۰ خبرنگار، عکاس و اهالی رسانه داخلی و بین المللی به پوشش رسانه ای TGC۲۰۱۷ پرداختند.

جایزه توسعه دهندگان یکی دیگر از بخش های TGC۲۰۱۷ بود که با استقبال قابل توجه مخاطبان روبرو شد. در این بخش بیش از ۱۰۰ بازی با هم به رقابت پرداختند و در نهایت ۲۱ داور با تجربه و نام آشنای بین المللی به انتخاب بهترین بازی ایرانی پرداختند. با توجه به درخواست بازی سازان دیگر کشورهای منطقه، این رویداد توسعه یافته و در TGC۲۰۱۸، جایزه «گیمستان» به بهترین بازی های این منطقه تعلق خواهد گرفت.

منطقه گیمستان شامل ۳۳ کشور غرب و جنوب آسیا و شمال آفریقا می شود و بازی سازان این منطقه می توانند با ارسال بازی های خوب، به رقابت در این رویداد و البته معرفی بازی های خود به ناشران و سرمایه گذاران بپردازند.

در TGC۲۰۱۸ همچنین پیش بینی می شود ۸۰ کنفرانس با حضور حدود ۵۰ سخنران بین المللی و ۳۰ سخنران ایرانی برپا شود. بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همراهی شرکت معتبر فرانسوی Game Connection رویداد TGC را برگزار می کند. Game Connection برگزار کننده بزرگ ترین رویدادهای B2B صنعت بازی های ویدئویی در دنیا در دو فرانسه و امریکا است.

فرهنگ \*\* ۱۳۵۵ \*\* ۱۴۱۸



## بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است (۱۳۵۵-۱۳۵۶)

اقتصاد ایران؛ وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی دریامی به دومین کنوانسیون بازی تهران با بیان اینکه حوزه بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است تاکید کرد؛ بازی سازان با خلق آثاری از داستان های ایرانی و اسلامی حوزه تأثیرگذاری و تعامل فرهنگی ایران را گسترش دهند.

به گزارش عصر چهارشنبه خبرنگار فرهنگی ایرنا، در پیام «سیدعباس صالحی» به دومین کنوانسیون بازی تهران آمده است: «در سده بیست و یکم، بازی رایانه ای نقشی آینه گون برای بازتاب تفکرات، آرمان ها و رویاهای یک ملت ایفا می کند. صنعت بازیهای رایانه ای، صنعتی نوپا اما بسیار تأثیرگذار محسوب می شود. در سال های اخیر، این موضوع در کشور ما نیز به اقتضای فضاهای تازه، دارای صورت مساله ای جدید و تکامل یافته شده و یکی از مهمترین زوایای نوظهور آن، مزیت های فوق العاده ای است که به همراه داشته است.»

وی در این پیام می افزاید: «این صنعت می تواند در خط مقدم اقتصاد مقاومتی قرار گیرد؛ از یک سو به دلیل ضریب بالای کارآفرینی با حضور جوانان نخبه مین، کاملاً درون زاست و از سوی دیگر به دلیل ماهیت فناورانه و متصل به جهان، به شدت برون گراست. این نکته در سال های اخیر با ارائه بازی های موفق ایرانی به خوبی دیده شده است؛ بازی های اصالتاً ایرانی که مورد توجه شرکت های بین المللی قرار گرفته و سهمی از بازارهای جهانی را به خود اختصاص داده اند. به گفته وی هرچند کسب سهم بیشتری از بازارهای داخلی توسط بازی های ایرانی نیز از ضرورت هایی است که باید در جهت دستیابی به آن گام های استوارتری برداشت.»

براساس اعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، صالحی در این پیام همچنین تاکید کرد: «از منظری دیگر، دومین دوره رویداد تجاری بین المللی کنوانسیون بازی نویدبخش آیندهای پرنشاط، امیدبخش و ارزش آفرین برای خانواده بزرگ بازی سازان ایرانی است.»

صالحی در ادامه این پیام ضمن تبریک برگزاری موفق این رویداد به دست اندرکاران، شرکت کنندگان و به ویژه برگزارندگان این دوره، «برای همگان توفیق و سربلندی از درگاه پروردگار متعال را خواستار شد.»

به گزارش ایرنا، دومین کنوانسیون بازی تهران (TGC) ۱۴ و ۱۵ تیرماه (۵ و ۶ جولای) در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. پس از استقبال فراوان فعالان داخلی و بین المللی صنعت بازی های ویدئویی از رویداد TGC۲۰۱۷، دومین دوره این رویداد تیرماه سال آینده برگزار می شود. در نخستین دوره این رویداد بیش از ۲۳۰۰ فعال بازی سازی در بخش های مختلف TGC شرکت کردند. در این نمایشگاه ۷۴ سخنران باتجربه و نام آشنا از ۱۴ کشور دنیا به سخنرانی در ۶۰ کنفرانس و ۶ پانل به سخنرانی درباره مهم ترین موضوعات بازی های ویدئویی در دنیا با موضوعات فنی و برنامه نویسی، طراحی بازی، هنری، مدیریت پروژه و کسب و کار به سخنرانی پرداختند.

همچنین در پنج مسترکلاس، دوره های فشرده یک روزه آموزشی در موضوعات یاد شده برگزار شد. همچنین ۲۰۰ خبرنگار، عکاس و اهالی رسانه داخلی و بین المللی به پوشش رسانه ای TGC۲۰۱۷ پرداختند.

جایزه توسعه دهندگان یکی دیگر از بخش های TGC۲۰۱۷ بود که با استقبال قابل توجه مخاطبان روبرو شد. در این بخش بیش از ۱۰۰ بازی با هم به رقابت پرداختند و در نهایت ۲۱ داور با تجربه و نام آشنای بین المللی به انتخاب بهترین بازی ایرانی پرداختند. با توجه به درخواست بازی سازان دیگر کشورهای منطقه، این رویداد توسعه یافته و در TGC۲۰۱۸، جایزه «گیمستان» به بهترین بازی های این منطقه تعلق خواهد گرفت.

منطقه گیمستان شامل ۳۳ کشور غرب و جنوب آسیا و شمال آفریقا می شود و بازی سازان این منطقه می توانند با ارسال بازی های خوب، به رقابت در این رویداد و البته معرفی بازی های خود به ناشران و سرمایه گذاران بپردازند.

در TGC۲۰۱۸ همچنین پیش بینی می شود ۸۰ کنفرانس با حضور حدود ۵۰ سخنران بین المللی و ۳۰ سخنران ایرانی برپا شود (ادامه دارد ...)





**صالحی: بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است (۱۳/۴/۹۶-۱۳۷۰)**

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی دریامی به دومین کنوانسیون بازی تهران تاکید کرد: بازی سازان با خلق آثاری از داستان های ایرانی و اسلامی حوزه تاثیر گذاری و تعامل فرهنگی ایران را گسترش دهند.

به گزارش خبرگزاری خانه ملت، در پیام «سیدعباس صالحی» به دومین کنوانسیون بازی تهران آمده است: «در سده بیست و یکم، بازی رایانه ای نقشی آینه گون برای بازتابی تفکرات، آرمان ها و رویاهای یک ملت ایفا می کند. صنعت بازیهای رایانه ای، صنعتی نوپا اما بسیار تاثیر گذار محسوب می شود. در سال های اخیر، این موضوع در کشور ما نیز به اقتضای فضاهای تازه، دارای صورت مساله ای جدید و تکامل یافته شده و یکی از مهمترین زوایای نوظهور آن، مزیت های فوق العاده ای است که به همراه داشته است.»

وی در این پیام می افزاید: «این صنعت می تواند در خط مقدم اقتصاد مقاومتی قرار گیرد؛ از یک سو به دلیل ضریب بالای کارآفرینی با حضور جوانان نخبه میهن، کاملاً درون زاست و از سوی دیگر به دلیل ماهیت فناورانه و متصل به جهان، به شدت بیرون گراست. این نکته در سال های اخیر با ارائه بازی های موفق ایرانی به خوبی دیده شده است؛ بازی هایی اصالتاً ایرانی که مورد توجه شرکت های بین المللی قرار گرفته و سهمی از بازارهای جهانی را به خود اختصاص داده اند. به گفته وی هرچند کسب سهم بیشتری از بازارهای داخلی توسط بازی های ایرانی نیز از ضرورت هایی است که باید در جهت دستیابی به آن گام های استوارتری برداشت.»

بر اساس اعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، صالحی در این پیام همچنین تاکید کرد: «از منظری دیگر، دومین دوره رویداد تجاری بین المللی کنوانسیون بازی نویدبخش آیندهای پرنشاط، امیدبخش و ارزش آفرین برای خانواده بزرگ بازی سازان ایرانی است.»

صالحی در ادامه این پیام ضمن تبریک برگزاری موفق این رویداد به دست اندرکاران، شرکت کنندگان و به ویژه برگزارندگان این دوره، «برای همگان توفیق و سربلندی از درگاه پروردگار متعال را خواستار شد.»

به گزارش ایرنا، دومین کنوانسیون بازی تهران (TGC) ۱۴ و ۱۵ تیرماه (۵ و ۶ جولای) در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. پس از استقبال فراوان فعالان داخلی و بین المللی صنعت بازی های ویدئویی از رویداد TGC ۲۰۱۷، دومین دوره این رویداد تیرماه سال آینده برگزار می شود. در نخستین دوره این رویداد بیش از ۲۲۰۰ فعال بازی سازی در بخش های مختلف TGC شرکت کردند. در این نمایشگاه ۷۴ سخنران باتجربه و نام آشنا از ۱۴ کشور دنیا به سخنرانی در ۶۰ کنفرانس و ۶ پانل به سخنرانی درباره مهم ترین موضوعات بازی های ویدئویی در دنیا با موضوعات فنی و برنامه نویسی، طراحی بازی، هنری، مدیریت پروژه و کسب و کار به سخنرانی پرداختند.

همچنین در پنج مسترکلاس، دوره های فشرده یک روزه آموزشی در موضوعات یاد شده برگزار شد. همچنین ۲۰۰ خبرنگار، عکاس و اهالی رسانه داخلی و بین المللی به پوشش رسانه ای TGC ۲۰۱۷ پرداختند.

جایزه توسعه دهندگان یکی دیگر از بخش های TGC ۲۰۱۷ بود که با استقبال قابل توجه مخاطبان روبرو شد. در این بخش بیش از ۱۰۰ بازی با هم به رقابت پرداختند و در نهایت ۲۱ داور با تجربه و نام آشنای بین المللی به انتخاب بهترین بازی ایرانی پرداختند. با توجه به درخواست بازی سازان دیگر کشورهای منطقه، این رویداد توسعه یافته و در TGC ۲۰۱۸، جایزه «گیمستان» به بهترین بازی های این منطقه تعلق خواهد گرفت.

به گزارش ایرنا، منطقه گیمستان شامل ۳۳ کشور غرب و جنوب آسیا و شمال آفریقا می شود و بازی سازان این منطقه می توانند با ارسال بازی های خوب، به رقابت در این رویداد و البته معرفی بازی های خود به ناشران و سرمایه گذاران بپردازند.

در TGC ۲۰۱۸ همچنین پیش بینی می شود ۸۰ کنفرانس با حضور حدود ۵۰ سخنران بین المللی و ۳۰ سخنران ایرانی برپا شود.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همراهی شرکت معتبر فرانسوی Game Connection رویداد TGC را برگزار می کند. Game Connection برگزار کننده بزرگ ترین رویدادهای B2B صنعت بازی های ویدئویی در دنیا در دو فرانسه و امریکا است.

پایان پیام

**درباره رویداد TGC و اقتصاد فرهنگ؛ دلار بازی ممنوع شد**

خبرهای بدی این روزها از اوضاع اقتصادی می شنویم؛ انگار بعضی ها به عمد در تلاشند در آشفته بازار ارز و اقتصاد، شعله بحران را بیشتر کنند. این برخی ها یا به جمع متقاضیان و دلایان ارز می پیوندند یا در تلاش مضاعف هستند تا سهم واردات را بیشتر کنند.

انگار نه انگار نام اسامال «حمایت از کالای ایرانی» است.

انگار نه انگار اشتغال، قیمت کالاها و خیلی از مسائل اساسی زندگی مردم ما با همین نرخ ارز گره خورده است. درست یا غلط ولی واقعیت این است که دلار نقش تعیین کننده ای پیدا کرده و هر جای این مملکت و هر کسی در هر پست و مقامی یا حتی بخش خصوصی که اتفاقاً نقش بسیار پررنگی دارد، به هر مقداری می تواند در این چرخه مهم باشد.

حالا میان این دعوای دلاری یک جای شاید به ظاهر کوچک اما بسیار استراتژیک و دارای سهم مهمی از حوزه اقتصاد و فرهنگ برای دومین (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) سال متوالی برنامه ای را اجرا می کند با نام **TGC** یا همان «همایش تجاری بازی های رایانه ای». بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این گردهمایی تعداد قابل توجهی از استادان و ناشران بین المللی و موثر بازی های دیجیتالی را از سراسر دنیا جمع کرده تا طبق هدف اعلامی خود، بازی های ایرانی را جهانی کند. بازی هایی که مصرف سرانه آن در کشور دو برابر مصرف سرانه مطالعه کتاب است البته نه بازی های ایرانی بلکه این بازی های خارجی هستند که سهم ۸۶ درصدی از بازار ۳۹۵ میلیارد تومانی ایران را از آن خود کرده اند البته مصرف بازی های ایرانی از سال ۹۴ تاکنون ۱۱ درصد رشد داشته اما دلیل این سهم عظیم بازی های خارجی در میان جوانان ایرانی چیست؟

باید قبول کرد کیفیت در بیشتر مواقع حرف لول را می زند و قبول داریم در بسیاری از موارد کیفیت بازی های دیجیتالی (این محصول بشدت تأثیرگذار در فرهنگ و روان کودکان و نوجوانان) که در کشورهای توسعه یافته در این زمینه تولید می شوند بالاست اما در همه محصولات نمی توان این را عامل مهم دانست. موضوع مهمی را که می خواهیم بیان کنیم با مثالی مطرح می کنیم که برای همگان ملموس است؛ همه می دانیم کیفیت رمان های انگلیسی، روسی و فرانسوی در بسیاری از موارد بالاتر از رمان های ایرانی است و همه شاهدیم کمتر از یک هزارم درصد ایرانی ها این کتاب ها را به زبان اصلی مطالعه می کنند. چه زمانی این کتاب ها سهم بسیار بالایی از بازار نشر را به خود اختصاص می دهند؟ زمانی که یک ناشر تصمیم می گیرد آن کتاب را در بازار ایران نشر دهد و طبیعتاً ابتدا به یک مترجم سفارش ترجمه می دهد، با کیفیت و قیمت مناسب آن را چاپ می کند و به شکل گسترده در بازار ایران توزیع می کند و چون تا همین جا سرمایه قابل توجهی را به این کتاب خارجی اختصاص داده لذا حاضر است هزینه تبلیغات یا هر چیز دیگری را بدهد تا کتاب ترجمه شده در بازار ایران پرفروش شود و سرمایه خود با سودش را بازگرداند. در نتیجه سهم بیشتری از بازار نشر را به خود اختصاص می دهد و عاقبت این که نویسنده ایرانی سهم کمتری از بازار نشر ایران می برد.

فکر کنیم نیاز به توضیح بیشتری نیست که قصه بازی های دیجیتالی هم عیناً شبیه همین قصه پرغصه کتاب است. وقتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای بازار را مهیا کند برای ناشرانی که صرفاً در واردات بازی فعال هستند، نتیجه این می شود که سهم بازیسازان ایرانی از بازار ایران کمتر خواهد شد. حالا رویدادی با نام **TGC** که در دور لول خود با انتقاداتی روبه رو بود و برخی انتقاد داشتند که این بنیاد با پول دولت فضا را برای ورود بیشتر بازی های دیجیتالی خارجی تسهیل کرده است، امسال تصمیم قابل تقدیری گرفته و در سایت خود نیز منتشر کرده است که از ورود شرکت های ایرانی که صرفاً برای واردات بازی می خواهند در این رویداد شرکت کنند، ممنعت به عمل می آورد و در این آشفته بازار اقتصادی، خبر خوب فرهنگی - اقتصادی داده و این کارت قرمزی است به همان هایی که به فکر فرهنگ و اقتصاد ایرانی نیستند شاید لازم باشد تا بنیاد ملی بازی های رایانه ای این نوع تصمیمات را نه فقط در یک رویداد بلکه در همه برنامه های خود جاری کند و از فعالیت بی رویه برخی شرکت ها مانند همان جایی که بیشتر برنامه های تلفن همراهمان را دانلود می کنیم، جلوگیری کند و کارت قرمز خود را برای حمایت بیشتر از بازیسازان ایرانی به آنها نشان دهد.

هادی کافی

فعال فرهنگی



## «نمایشگاه بازی های رایانه ای» به بازی و بازی ساز ایرانی کمک می کند؟ (۱۱/۴-۱۷/۴/۹۵)

احسان کنگرانی \*

کم تر از یک دهه است که استودیوهای بازی سازی در ایران به عنوان بنگاه های حرفه ای تولید بازی های ویدئویی شکل گرفته اند و در اثر این اتفاق نشانه هایی از ظهور یک صنعت بازی سازی داخلی بروز کرده است. یکی از عوامل شکل گیری این اتفاق رشد پلتفرم موبایل به عنوان بستری جدید برای بازی کردن بود. ساده تر و کوتاه تر بودن زمان توسعه بازی روی موبایل و هم زمان شکل گیری پلتفرم های بومی عرضه دیجیتال بازی بر این بستر باعث شد تا اولین تجربه های تولید بازی های باکیفیت ایرانی شکل بگیرد و محصولاتی در این حوزه تولید شوند که در گام نخست توان جذب کاربران ایرانی را داشتند اما پس از شکل گیری، این استودیوهای بازی سازی رشد چندانی مطلوبی را تجربه نکرده اند؛ به این معنا که نه بر تعداد این استودیوها آن گونه که باید اضافه شده است نه استودیوهای موجود و محصولات آن ها از دیدگاه کمی و کیفی رشد دلخواه را تجربه کرده اند.

در این راستا بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان نهاد اصلی سیاست گذار و متولی این حوزه دست به کار شد تا موانع رشد این صنعت از پیش پای فعالان آن بردارد برای این منظور کارهای مختلفی انجام شد از جمله ارائه کمک های مالی به بازی سازان برای اجرای پروژه هایی که در دست انجام داشتند و برگزاری نمایشگاه و جشنواره برای رونق دادن و معرفی بهتر بازی های ایرانی به مخاطبان آن. برگزاری نمایشگاه بازی های رایانه ای **TGC** یکی دیگر از اقدامات بنیاد برای کمک به رشد صنعت بازی سازی ایران بود که در سال ۹۶ با همکاری **Game Connection** فرانسه برای اولین بار در تهران برگزار شد. رویدادی هزینه بر که هدف اصلی آن عبور بازی سازان ایرانی از مرزهای داخلی و دسترسی آن ها به بازار بین المللی برای عرضه محصولات شان بود.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای امسال در حالی برای برگزاری دومین دوره نمایشگاه بازی های رایانه ای **TGC** آماده می شود که طی یک سال اخیر سؤال ها و تردیدهای جدی در مورد دستاوردهای این رویداد در دوره لول برگزاری آن از سوی فعالان و منتقدان این حوزه مطرح شده است.

یکی از سؤال های ریشه ای این است که بازی های تولید داخلی در چه سطحی از کیفیت قرار دارند و میزان و ظرفیت رقابت شان با بازی های خارجی چگونه است؟ از این رو، هر نوع تلاش برای دست یابی به بازار بین المللی و هزینه کردهایی در این زمینه، باید به گونه ای انجام شود که محصول ایرانی در صورت رفع موانع موجود، امکان رقابت در خارج از مرزهای ایران را داشته باشد. اقدامات بنیاد در راستای تصویب قانون دریافت تعرفه ۱۰ درصدی از معنود بازی های خارجی که به صورت رسمی در بازار ایران عرضه شده اند در واقع به نوعی گواهی بر این موضوع است که تصمیم سازان این نهاد، خود کم تر به محصول (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ایرانی باور دارند بنابراین عقلایی بودن تصمیم برای دست یابی به بازار خارجی و تلاش و هزینه کردن برای این هدفه باید متناسب با شناخت درست و واقعی از ظرفیت ها و قابلیت های تنوع و منکثر اهالی این حوزه کاری در ایران باشد.

اما سؤال این است که برای رسیدن به کیفیت لازم به منظور ایجاد توان رقابت در سطح بین المللی چه باید کرد؟ به عبارت دیگر علت ریشه ای ناتوان بودن صنعت داخلی برای تولید بازی هایی با کیفیت موردنظر چیست؟ پاسخ این سؤال در یک جمله نیاز بیشتر استودیوهای بازی سازی ایرانی به کسب دانش و تجربه بیشتر در همه حوزه های دانشی مرتبط با بازی سازی است.

تحقیق و مطالعه، طراحی فنی، طراحی هنری و انیمیشن، برنامه نویسی، سناریونویسی، توزیع، بازاریابی و ... حوزه های دانشی هستند که بازی سازی ما نیاز دارد در آن رشد و بالندگی بیشتری پیدا کند و تقویت شود. مشخص نیست که چرا انستیتوی ملی و مرکز رشد بازی سازی که در راستای تقویت بازی سازان در این حوزه ها و تربیت نیروی انسانی برای فعالیت در این صنعت شکل گرفتند و شروعی نسبتاً امیدبخش داشتند، در چند سال اخیر قدری به حاشیه رانده شده اند؛ نهادهای نوپایی که تلاش داشتند تا با آموزش اصولی، فعالان این عرصه را به دانش مورد نیاز مسلح کنند.

با این اوصاف به نظر می رسد که بنیاد ملی بازی های رایانه ای باید قدری بیشتر تأمل کند و بودجه خود را در مسیر آموزش صحیح متمرکز سازد. احیای نهادهایی هم چون انستیتو و مرکز رشد، ایجاد و توسعه رشته های بازی سازی در دانشگاه های ایران و نیز ایجاد ارتباط اثربخش میان آن ها با بدنه صنعت به نحوی که مثلاً دانشجویان این رشته ها در نقش کارآموز در استودیوهای بازی سازی به فعالیت بپردازند، بی تردید مسیر درست رشد علمی و پایدار این صنعت خواهد بود. مسیری که می تواند به تولید بازی ایرانی یا توان رقابت در بازار خارجی منجر شود و تنها آن زمان خواهد بود که برگزاری نمایشگاه بازی های رایانه ای TGC مفهوم پیدا می کند و می تواند نتایج ملموس و مؤثر در پی داشته باشد.

احسان کنگرانی کارشناس بازی های ویدیویی

۶۴۴۴



### ۱۸ TGC۲۰۱۸ رسماً آغاز شد (۰۱۱۱-۹۷/۰۹/۱۸)

رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۲۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰ شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح امروز آغاز شد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در مراسم افتتاحیه این رویداد، Kate Edwards مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) و حسن کریمی قنوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سخنرانان کلیدی هستند.

پس از مراسم افتتاحیه نیز در رویدادی جذاب و در بخش Pitch Fest، نامزدهای «جایزه گیمستان» فرصت خواهند داشت بازی های خود را به ناشران، سرمایه گذاران و علاقه مندان این حوزه معرفی کنند.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور دارند. همچنین ۵ مسرکلاس TGC۲۰۱۸ نیز دیروز در انستیتو ملی بازی سازی برپا شد.

با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود.

بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت می کنند. همچنین پس از برگزاری TGC۲۰۱۷، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده اند و رویداد امسال فرصتی طلایی برای آنها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شود.



### با هدف تسهیل صادرات بازی های رایانه ای ایرانی در شرایط تحریم؛ آغاز دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور (۰۱۱۱-۹۷/۰۹/۱۸)

دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور موسوم به «Tehran Game Convention» در مرکز همایش های صدا و سیما آغاز شد.

به گزارش خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما، دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور موسوم به «Tehran Game Convention» با دو هدف اصلی تسهیل تولید و صادرات بازی های رایانه ای ایرانی در شرایط تحریم و انتقال دانش روز بازی سازی در مرکز همایش های صدا و سیما آغاز شد.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در مصاحبه با خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما در حاشیه این رویداد گفت: در این رویداد بیش از ۱۵۰۰ نفر از فعالان صنعت بازی های رایانه ای کشور، بیش از ۵۰ سخنران مطرح بین المللی و ۲۴ شرکت خارجی از کشورهای مختلف جهان حضور دارند تا تازه ترین محصولات حوزه بازی های رایانه ای کشور به شرکت های خارجی عرضه شود.

حسن کریمی قنوسی افزود: براساس یافته های آخرین پیمایش ملی بازی های رایانه ای در کشور که نتایج آن به تازگی منتشر شد، از جمعیت (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) ۸۱ میلیون نفره کشور ایران، ۲۸ میلیون نفر بازیکن بازی های رایانه ای هستند، یعنی تقریباً از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر بازی می کنند. وی گفت: از این ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران، ۶۵ درصد مرد و ۳۵ درصد زن هستند و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. کریمی قدوسی افزود: در میان بازی کنندگان ایرانی ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند. وی گفت: دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور ساعت ۲۲ فردا ۱۵ تیر خاتمه می یابد و در آیین پایانی، اعضای هیات داوران ۱۰ نفره «جایزه گیمرستان» را نیز به بهترین تیم بازی سازی اعطا خواهند کرد. کریمی قدوسی افزود: گیمرستان نام منطقه ای فرضی است که ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی را شامل می شود و بازی سازان فروردین امسال آثار خود را به دبیر خانه ارسال کرده بودند که فردا تیم بازی ساز منتخب گیمرستان اعلام می شود.



## با هدف تسهیل صادرات بازی های رایانه ای ایرانی در شرایط تحریم؛ آغاز رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور (۱۳۹۵/۰۹/۱۴-۱۳۹۵/۰۹/۲۲)

دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور موسوم به «Tehran Game Convention» در مرکز همایش های صدا و سیما آغاز شد.

به گزارش خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما: دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور موسوم به «Tehran Game Convention» با دو هدف اصلی تسهیل تولید و صادرات بازی های رایانه ای ایرانی در شرایط تحریم و انتقال دانش روز بازی سازی در مرکز همایش های صدا و سیما آغاز شد. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در مصاحبه با خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما در حاشیه این رویداد گفت: در این رویداد بیش از ۱۵۰۰ نفر از فعالان صنعت بازی های رایانه ای کشور، بیش از ۵۰ سخنران مطرح بین المللی و ۲۴ شرکت خارجی از کشورهای مختلف جهان حضور دارند تا تازه ترین محصولات حوزه بازی های رایانه ای کشور به شرکت های خارجی عرضه شود. حسن کریمی قدوسی افزود: براساس یافته های آخرین پیمایش ملی بازی های رایانه ای در کشور که نتایج آن به تازگی منتشر شد، از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران، ۲۸ میلیون نفر بازیکن بازی های رایانه ای هستند، یعنی تقریباً از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر بازی می کنند. وی گفت: از این ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران، ۶۵ درصد مرد و ۳۵ درصد زن هستند و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. کریمی قدوسی افزود: در میان بازی کنندگان ایرانی ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند. وی گفت: دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور ساعت ۲۲ فردا ۱۵ تیر خاتمه می یابد و در آیین پایانی، اعضای هیات داوران ۱۰ نفره «جایزه گیمرستان» را نیز به بهترین تیم بازی سازی اعطا خواهند کرد. کریمی قدوسی افزود: گیمرستان نام منطقه ای فرضی است که ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی را شامل می شود و بازی سازان فروردین امسال آثار خود را به دبیر خانه ارسال کرده بودند که فردا تیم بازی ساز منتخب گیمرستان اعلام می شود.



## با هدف تسهیل صادرات بازی های رایانه ای ایرانی در شرایط تحریم؛ آغاز رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور (۱۳۹۵/۰۹/۱۴-۱۳۹۵/۰۹/۲۲)

خبرگزاری آریا-دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور موسوم به «Tehran Game Convention» در مرکز همایش های صدا و سیما آغاز شد. به گزارش خبرنگار آریا، دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور موسوم به «Tehran Game Convention» با دو هدف اصلی تسهیل تولید و صادرات بازی های رایانه ای ایرانی در شرایط تحریم و انتقال دانش روز بازی سازی در مرکز همایش های صدا و سیما آغاز شد. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در مصاحبه با خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما در حاشیه این رویداد گفت: در این رویداد بیش از ۱۵۰۰ نفر از فعالان صنعت بازی های رایانه ای کشور، بیش از ۵۰ سخنران مطرح بین المللی و ۲۴ شرکت خارجی از کشورهای مختلف جهان حضور دارند تا تازه ترین محصولات حوزه بازی های رایانه ای کشور به شرکت های خارجی عرضه شود. حسن کریمی قدوسی افزود: براساس یافته های آخرین پیمایش ملی بازی های رایانه ای در کشور که نتایج آن به تازگی منتشر شد، از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور ایران، ۲۸ میلیون نفر بازیکن بازی های رایانه ای هستند، یعنی تقریباً از هر ۱۰۰ ایرانی ۲۵ نفر بازی می کنند. وی گفت: از این ۲۸ میلیون نفر بازیکن در ایران، ۶۵ درصد مرد و ۳۵ درصد زن هستند و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. کریمی قدوسی افزود: در میان بازی کنندگان ایرانی ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۳۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۳۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند. وی گفت: دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور ساعت ۲۲ فردا ۱۵ تیر خاتمه می یابد و در آیین پایانی، اعضای هیات داوران ۱۰ نفره «جایزه گیمرستان» را نیز به بهترین تیم بازی سازی اعطا خواهند کرد. کریمی قدوسی افزود: گیمرستان نام منطقه ای فرضی است که ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی را شامل می شود و بازی سازان فروردین امسال آثار خود را به دبیر خانه ارسال کرده بودند که فردا تیم بازی ساز منتخب گیمرستان اعلام می شود.

(ادامه خبر ...) جوانان ۲۰ تا ۲۴ سال، ۶ درصد را میانسال های ۲۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهنسال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند. وی گفت: دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور ساعت ۲۲ فردا ۱۵ تیر خاتمه می یابد و در آیین پایانی، اعضای هیات داوران ۱۰ نفره «جایزه گیمنستان» را نیز به بهترین تیم بازی سازی اعطا خواهند کرد. کریمی قدوسی افزود: گیمنستان نام منطقه ای فرضی است که ۲۲ کشور آسیایی و آفریقایی را شامل می شود و بازی سازان فروردین امسال آثار خود را به دبیر خانه ارسال کرده بودند که فردا تیم بازی ساز منتخب گیمنستان اعلام می شود.



## در رویداد ۲۰۱۸ TGC عنوان شد؛ جمعیت جوان ایران فرصت مناسب برای بازی سازان / بدون ورود به بازارهای جهانی بازی ایران کم فروغ خواهد بود (۱۳۰۲-۱۳۰۱/۰۵/۱۳۰۲)

رئیس انجمن بازی سازان پیشنهاد کرد بازی سازان ایرانی با فرهنگ غنی ایرانی یک منبع بازی سازی خلق کنند تا دیگر کشورها نیز از این طریق با فرهنگشان آشنا شوند.

به گزارش خبرنگار گروه اجتماعی خبرگزاری فارس، رویداد ۲۰۱۸ TGC از صبح امروز در سالن همایش های صدا و سیما آغاز به کار کرد. در مراسم افتتاحیه این رویداد حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به ۲ استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و محدودیت هستند و هرچقدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود سازند باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت.

وی با بیان اینکه بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست، اظهارداشت: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر بزرگترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در TGC به عنوان بزرگترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می زیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما بازی سازان و ما کم رنگ تر و بی اثرتر می شود. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی قدوسی خطاب به بازی سازان خاطرنشان کرد: شما در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصور کرده روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگترین تولیدکننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم که در این راه ۲ استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد.

وی با تأکید بر اینکه استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است، گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیرمالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در TGC به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت این صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اظهارداشت: برگزاری دوره مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی را امسال با جدیت پیگیری می کنیم.

کریمی قدوسی با بیان اینکه در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمار صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است، گفت: در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش ارائه می شود تا بازی سازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی ها داشته باشند. وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی برشمرد و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری TGC مشاهده می کنید.

وی اظهار امیدواری کرد بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که در این روز ارائه می شود با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای اشتراک گذاشتن دانش را شکل دهند چرا که موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنها هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند.

کریمی قدوسی با تأکید بر اینکه بدون ورود به بازارهای جهانی صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود، گفت: وقت آن است که موفقیت هایمان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده که بازی هایمان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی عنوان کرد و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابت ایجاد کنیم و در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد داشت.

در ادامه کیت انواردز رئیس پیشین انجمن بازی سازان که خود را از حامیان این صنعت عنوان کرد، گفت: دیگر لوکیشن در جهان بی معناست و خطاب به بازی سازان گفت: شما در هر جایی که باشید می توانید از دانش بازی سازی استفاده کنید.

وی ادامه داد: من در سفرهای متعدد گسترش دهنده های زیادی دیدم که به وسیله ارتباطات موجود در جهان یاد گرفته اند چگونه بازی سازی کنند. رئیس پیشین انجمن بازی سازان جهان تبوغ در این زمینه را حائز اهمیت دانست و گفت: مهم نیست در چه منطقه ای در دنیا واقع شده باشید (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) نبوغ راهش و بازی اش را پیدا می کند.

ادواردز با تأکید بر اینکه ایران باستان خواستگاه بسیاری از بازی ها بوده و مثال های زیادی در این زمینه از تمدن کهن ایرانی وجود دارد اظهارداشت: کشور شما پر از نبوغ بازی سازی است و شما می توانید از شخصیت های تاریخی خود مثل کوروش و آرش بازی بسازید.

وی ادامه داد: مردم دنیا این بزرگ مردان را نمی شناسند، شما باید مانند بازی سازان چینی براساس فرهنگ خود بازی بسازید و فرهنگ را منبع مهمی برای الهام در بازی سازی ببینید.

وی تأکید کرد: در بازی سازی خودتان باشید و براساس توانایی های خودتان عمل کنید.

به گفته این کارشناس، قدرت اقتصادی بازی سازی و میزان درآمدزایی در این صنعت بسیار بالاست و امروزه ویدئو بازی ها پولسازی شان از تمام ورزش های دنیا بیشتر است.

ادواردز گفت: کار بازی سازی بسیار مهم است چون در زمینه های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی اثرگذاری فوق العاده ای دارند.

رئیس پیشین انجمن بازی سازان جهان با اشاره به اینکه هدف از بازی سازی تغییر دنیا نیست، ایراز داشت: باید صنعت داخلی بزرگتری در این زمینه بسازیم و دانش خود را با دیگران به اشتراک بگذارید.

حسین مزروعی یکی از بازی سازان حاضر در این رویداد با بیان اینکه ایران فرصت مناسبی برای سرمایه گذاری بازی سازان محسوب می شود گفت: وجود نیروی کار جوان و تحصیلکرده ایران و تعداد بالای فارغ التحصیلان در رشته مهندسی این فرصت را برای ایران به وجود آورده است.

مزروعی با اشاره به متوسط حقوق تولیدکنندگان بازی های دیجیتال در جهان بیان داشت: حقوق تولیدکنندگان بازی های دیجیتال در دنیا حدود ۷۰ هزار دلار در سال است اما این عدد برای ایران کمتر از ۲۰ هزار دلار در سال تخمین زده شده است.

وی تصریح کرد: ظرفیت ایران با بازار ۸۰ میلیونی و جمعیت سنی متوسط جوان این شرایط را به وجود می آورد که محصول تولیدی از سوی بازی سازان در این کشور در بازار داخلی فروش خوبی داشته باشد.

وی از نبود ادبیات یکسان میان بازی سازان، سرمایه گذاران و ناشران انتقاد کرد.

انتهای پیام /



## جمعیت جوان ایران فرصت مناسب برای بازی سازان / بدون ورود به بازارهای جهانی بازی ایران کم فروغ خواهد بود (۱۳۹۶-۹۲۰۰-۱۱۳۳)

اقتصاد ایران: رئیس انجمن بازی سازان پیشنهاد کرد بازی سازان ایرانی با فرهنگ غنی ایرانی یک منبع بازی سازی خلق کنند تا دیگر کشورها نیز از این طریق با فرهنگشان آشنا شوند.

به گزارش خبرنگار گروه اجتماعی خبرگزاری فارس، رویداد TGC ۲۰۱۸ از صبح امروز در سالن همایش های صدا و سیما آغاز به کار کرد. در مراسم افتتاحیه این رویداد حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به ۳ استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و محدودیت هستند و هرچقدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود سازند باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت.

وی با بیان اینکه بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست، اظهارداشت: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر بزرگترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در TGC به عنوان بزرگترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می زیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما بازی سازان و ما کم رنگ تر و بی اثرتر می شود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی قدوسی خطاب به بازی سازان خاطرنشان کرد: شما در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصور کرده روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگترین تولیدکننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم که در این راه ۳ استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد.

وی با تأکید بر اینکه استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است، گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیرمالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در TGC به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت این صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اظهارداشت: برگزاری دوره مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی را امسال با جدیت پیگیری می کنیم.

کریمی قدوسی با بیان اینکه در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمار صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است، گفت: در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش ارائه می شود تا بازی سازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی ها داشته باشند.

وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی برشمرد و گفت: تبلور این استراتژی را (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در برگزاری TGC مشاهده می کنید.

وی اظهار امیدواری کرد بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که در این ۲ روز ارائه می شود با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای اشتراک گذاشتن دانش را شکل دهند چرا که موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند.

کریمی قدوسی با تأکید بر اینکه بنون ورود به بازارهای جهانی صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود، گفت: وقت آن است که موفقیت هایمان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده که بازی هایشان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی عنوان کرد و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابت ایجاد کنیم و در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد داشت.

در ادامه کیت انوارزد رئیس پیشین انجمن بازی سازان که خود را از حامیان این صنعت عنوان کرد، گفت: دیگر لوکیشن در جهان بی معناست و خطاب به بازی سازان گفت: شما در هر جایی که باشید می توانید از دانش بازی سازی استفاده کنید.

وی ادامه داد: من در سفرهای متعدد گسترش دهنده های زیادی دیدم که به وسیله ارتباطات موجود در جهان یاد گرفته اند چگونه بازی سازی کنند. رئیس پیشین انجمن بازی سازان جهان نبوغ در این زمینه را حائز اهمیت دانست و گفت: مهم نیست در چه منطقه ای در دنیا واقع شده باشید، نبوغ راهش و بازی اش را پیدا می کند.

انوارزد با تأکید بر اینکه ایران باستان خواستگاه بسیاری از بازی ها بوده و مثال های زیادی در این زمینه از تمدن کهن ایرانی وجود دارد اظهار داشت: کشور شما پر از نبوغ بازی سازی است و شما می توانید از شخصیت های تاریخی خود مثل کوروش و آرش بازی بسازید.

وی ادامه داد: مردم دنیا این بزرگ مردان را نمی شناسند، شما هم باید مانند بازی سازان چینی براساس فرهنگ خود بازی بسازید و فرهنگ را منبع مهمی برای الهام در بازی سازی ببینید.

وی تأکید کرد: در بازی سازی خودتان باشید و براساس توانایی های خودتان عمل کنید.

به گفته این کارشناس، قدرت اقتصادی بازی سازی و میزان درآمدزایی در این صنعت بسیار بالاست و امروزه ویدئو بازی ها پولسازی شان از تمام ورزش های دنیا بیشتر است.

انوارزد گفت: کار بازی سازی بسیار مهم است چون در زمینه های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی اثرگذاری فوق العاده ای دارند.

رئیس پیشین انجمن بازی سازان جهان با اشاره به اینکه هدف از بازی سازی تغییر دنیا نیست، ایراد داشت: باید صنعت داخلی بزرگتری در این زمینه بسازیم و دانش خود را با دیگران به اشتراک بگذارید.

حسین مزروعی یکی از بازی سازان حاضر در این رویداد با بیان اینکه ایران فرصت مناسبی برای سرمایه گذاری بازی سازان محسوب می شود گفت: وجود نیروی کار جوان و تحصیلکرده ایران و تعداد بالای فارغ التحصیلان در رشته مهندسی این فرصت را برای ایران به وجود آورده است.

مزروعی با اشاره به متوسط حقوق تولیدکنندگان بازی های دیجیتال در جهان بیان داشت: حقوق تولیدکنندگان بازی های دیجیتال در دنیا حدود ۷۰ هزار دلار در سال است اما این عدد برای ایران کمتر از ۲۰ هزار دلار در سال تخمین زده شده است.

وی تصریح کرد: ظرفیت ایران با بازار ۸۰ میلیونی و جمعیت سنی متوسط جوان این شرایط را به وجود می آورد که محصول تولیدی از سوی بازی سازان در این کشور در بازار داخلی فروش خوبی داشته باشد.

وی از نبود ادبیات یکسان میان بازی سازان، سرمایه گذاران و ناشران انتقاد کرد.

انتهای پیام/



### سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی (۱۳۹۷-۱۳۹۶)

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه TGC ۲۰۱۸، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حسن کریمی قدوسی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و بنون محدودیت هستند و هر چقدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت.

وی با بیان این که بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با افتخار سرمایه را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در TGC به عنوان بزرگ ترین

رویداد آموزشی و تجاری منطقه می زنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثر تر می شود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی خطاب به بازی سازان گفت: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد. وی با بیان این که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در TGC به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاکید کرد: برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی با بیان این که در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت: در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش ارائه می شود تا بازی سازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی داشته باشند.

وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری TGC مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز ارائه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند.

کریمی با تاکید بر این که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد



## ۱۸ TGC رسماً آغاز شد؛ چشم امید بازی سازان برای توسعه تعاملات بین المللی و فتح بازارهای جهانی

(۱۱/۴-۱۳/۴/۹۶)

رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰ ناشر شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح امروز آغاز شد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در مراسم افتتاحیه این رویداد، Kate Edwards مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان IGDA و حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سخنرانان کلیدی هستند.

پس از مراسم افتتاحیه نیز در رویدادی جذاب و در بخش Pitch Fest نامزدهای «جایزه گیمستان» فرصت خواهند داشت بازی های خود را به ناشران، سرمایه گذاران و علاقه مندان این حوزه معرفی کنند.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور دارند. همچنین ۵ مسترکلاس ۱۸ TGC نیز دیروز در انستیتو ملی بازی سازی برپا شد.

با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود.

بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت می کنند. همچنین پس از برگزاری ۱۷ TGC، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده اند و رویداد امسال فرصتی طلایی برای آنها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شود.



## مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اعلام کرد: سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در

بازارهای داخلی و جهانی (۱۱/۴-۱۳/۴/۹۶)

تهران-ایرنا- حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه ۱۸ TGC، سه استراتژی بنیاد را برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، کریمی قدوسی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و بدون محدودیت هستند و هر قدر که کشورهای برای محدود کردن آن تلاش کنند باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) وی روز پنجشنبه با بیان این که بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با افتخار اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی با روشن خواندن افق فعالیت بازی سازان در ایران، گفت: می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد. وی با بیان این که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد.

وی با اشاره به سامانه جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت، گفت: بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاکید کرد: برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری **TGC** مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از نشست هایی که این دو روز رایانه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد.

«موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند».

کریمی با تاکید بر این که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در **TGC** به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد رویداد **Tehran Game Convention ۲۰۱۸** با حضور بیش از ۱۲۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ده ها شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح امروز پنجشنبه آغاز شد.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور دارند. همچنین ۵ مسترکلاس **TGC۲۰۱۸** نیز دیروز در انستیتو ملی بازی سازی برپا شد.

با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود.

قرهنگ ۹۰۵۳



### سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی (۱۹/۰۷-۱۷/۰۷-۲۰۱۸)

اقتصاد ایران: تهران-ایران- حسن کریمی قنوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه **TGC۲۰۱۸**، سه استراتژی بنیاد را برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، کریمی قنوسی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و بدون محدودیت هستند و هر قدر که کشورهای برای محدود کردن آن تلاش کنند باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت.

وی روز پنجشنبه با بیان این که بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با افتخار اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی با روشن خواندن افق فعالیت بازی سازان در ایران، گفت: می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد. وی با بیان این که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد.

وی با اشاره به سامانه جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت، گفت: بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) شروع به کار می کند. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاکید کرد: برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری **TGC** مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از نشست هایی که این دو روز آرایه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد.

«موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند».

کریمی با تاکید بر این که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در **TGC** به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد. رویداد **Tehran Game Convention ۲۰۱۸** با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ده ها شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح امروز پنجشنبه آغاز شد.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور دارند. همچنین ۵ مسرکلاس **TGC۲۰۱۸** نیز دیروز در انستیتو ملی بازی سازی برپا شد.

با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود.



## کنفرانس خبری **TGC ۲۰۱۸** برگزار شد (۱۳۷۹-۰۷-۲۲)

این افتتاحیه رویداد تجاری **TGC ۲۰۱۸** با حضور کریمی قدوسی و کیت ادوارد برگزار شد.

صبح امروز ۱۴ تیرماه این افتتاحیه رویداد تجاری **TGC ۲۰۱۸** با حضور کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و کیت ادوارد، مدیر عامل جتوگنی برگزار شد. در ابتدای این کنفرانس خبری که با حضور بازیسازان، نامزدان رویداد گیمنستان، اصحاب رسانه و شرکت کنندگان در سالن اصلی مرکز همایش های صدا و سیما برگزار شد، ابتدا کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با برشمردن محدودیت هایی بر سر بازی سازی در ایران و آغاز و برگزاری این چنین رویداد تجاری افزود که ایران اکنون به عنوان بزرگترین بازیگر صنعت بازی در شمال آفریقا و خاورمیانه محسوب می شود.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه با اشاره به بازیسازان داخلی، به دست آمدن این دستاورد بزرگ را مدیون بازسازان ایرانی دانست که با زبان بازی های رایانه ای در ۱۰ سال اخیر با مردم کشور صحبت کرده اند و با همین زبان آماده صحبت با مردم تمام جهان هستند.

کریمی قدوسی صحبت های خود را با افاق های روشن بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای حمایت از بازیسازان داخلی ادامه داد و از سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی ضمن حفظ موفقیت خود به عنوان بهترین تولید کننده بازی در منطقه و شمال آفریقا گفت و در ادامه سه استراتژی تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت ضمن حفظ فرهنگ بومی و محافظت از بازار داخلی را از جمله اهداف بنیاد ملی بازی های رایانه ای بیان کرد.

وی با بیان این که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت:

صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در **TGC** به غرفه همگرا سر بزنید و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاکید کرد که برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود. کریمی با بیان این که در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت:

در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش آرایه می شود تا بازی سازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی داشته باشند.

وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت:

تبلور این استراتژی را در برگزاری **TGC** مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز آرایه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند.

کریمی با تاکید بر این که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود اعلام کرد وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در **TGC** به بیش از ۲۰ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد. در ادامه کیت ادواردز مدیر عامل Geogrify و مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) با بیان این که موفقیت در بازار بازی های رایانه ای، وابسته به مکان نیست، به بازی سازان ایرانی توصیه کرد به جای توجه به محدودیت ها، توانایی ها و فرهنگ غنی خود را درآغوش بگیرند. **Kate Edwards** که به عنوان سخنران کلیدی ۲۸ IGCr در آیین افتتاحیه این رویداد سخنرانی می کرد، گفت:

برای من افتخار بزرگی است که به ایران بیایم. همواره کسانی که با عشق و علاقه بازی ساخته اند را تحسین کرده و برای شما احترام زیادی قائل هستم. وی با بیان این که در طول ۲۵ سال فعالیت در صنعت بازی سازی، که پنج سال آن به عنوان مدیر IGDA بوده است، در رویدادهای مختلف بازی سازی در سراسر جهان حضور داشته گفت:

یکی از چیزهایی که در این سفرها یاد گرفتم این است که «مکان» محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند و لازم نیست حتما در یک کشور خاصی زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. من بازی سازان فراوانی دیده ام که خودشان چگونگی بازی سازی را یاد گرفته و پیشرفت کرده اند.

نکته دیگر این است که استعداد و نبوغ همیشه خود را نشان می دهد. برخی فکر می کنند از کشورهای مطرح بازی سازی جدا هستند و هیچ وقت بازی های شان به صورت بین المللی منتشر نمی شود. اما این حقیقت ندارد، شما چه در فرانسه باشید چه در تیجر یا ایران یا آمریکا، می توانید به موفقیت دست یابید مطمئن باشید تمام بازی سازان دنیا روزی همین استرس ها و نگرانی های شما برای موفقیت بازی هایشان را داشته اند.

بسیاری از مردم آمریکا فکر می کنند بازی **Angry Birds** در آمریکا ساخته شده اما این بازی در فنلاند توسعه یافته است. در واقع اصلا مهم نیست این بازی در فنلاند بوده یا آمریکا، استعداد خودش را نشان می دهد و بازی جهانی می شود.

مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان در ادامه به بازی سازان ایرانی توصیه کرد:

فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. همچنین شما شخصیت های اساطیری و بزرگی چون کوروش یا آرش دارید. شاید پیرسید ایرانی ها که این ها را می شناسند چرا باید درباره شان بازی بسازم. ولی من به شما می گویم مردم دنیا از تاریخچه این قهرمانان بی خبرند. چیزی ها به خوبی در بازی های موفق خود، از داستان ها و تمکن شان الهام می گیرند و شما نیز باید از فرهنگ خود الهام بگیرید.

برای این که بازی ساز موفقی باشید لازم نیست مثل بازی سازان در آمریکا یا فنلاند عمل کنید. سعی کنید خودتان باشید و توانایی هایتان را دربر بگیرید. هر کس یک توانایی و استعداد دارد و توجه به این موضوع، کلیدی است.

مگر می شود گفت نقاشی پیکاسو زیباتر است یا نقاشی داونچی. هر دو طرفداران و مشتاقان زیادی در دنیا دارد. هر کس در بازی سازی هم مدل و استایل خاص خود را دارد و نمی توانید بگوییم کدام بهتر است. اتفاقا این تفاوت هاست که ما را به عنوان یک بازی ساز قوی تر می کند.

مدیرعامل Geogrify با اشاره به این جمله مارک تواین که می گوید «مقایسه، مرگ شادی است» از بازی سازان خواست تا خودشان را با دیگران مقایسه نکنند و روی کار خود تمرکز کنند.

وی با بیان این که تاریخ بشر با نقاشی های روی دیواره غارها آغاز شد گفت:

در طول تاریخ ارتباطات انسانی با زبان، نوشتن، تلفن، رادیو و رسانه های دیجیتالی متحول شد و اکنون تاریخ بشریت به بازی های رایانه ای رسیده است. در واقع ما روایت بعدی تاریخ بشر را می نویسیم و این مسوولیت بزرگ و البته هیجان انگیزی است.

ادواردز با بیان این که باید به کاری که می کنیم افتخار کنیم گفت:

درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

مدیرعامل Geogrify در پایان تاکید کرد:

هدف ما این نباید باشد که دنیا را با یک بازی عوض کنیم. اما می توانیم بر گوشه ای از یک دنیا اثرگذار باشیم و محیط اطراف مان را بهبود ببخشیم. در این راه اشتراک دانش موضوع بسیار مهم و تاثیر گذاری است.



## دومین دوره رویداد بازی سازی Level Up آغاز شد (۱۳۸۷-۱۳۸۸)

دومین دوره رویداد بازی سازی Level Up، با هدف تولید و ساخت بازی های کامپیوتری برای رایانه های شخصی و با تمرکز بر فرهنگ بازی سازی مستقل برگزار می شود.

در این رویداد که از همین امروز ثبت نام آن آغاز می شود و تا ۲۲ تیر ماه هم ادامه پیدا می کند، به گفته امیرحسین فصیحی، مدیرعامل شرکت فن افزار، در امتداد شعار جهانی سازی دوره گذشته، عبارت «تیم بساز، بازی بساز» برای معرفی خط مشی برگزیده شده است تا اهمیت تیم سازی و نگرش گروهی را برای بازی سازان جوان پر رنگ کند.

او در توضیح تغییر نگاه این رویداد محبوب به سمت بازی های رایانه ای گفت: «باور داریم که علی رغم توجه مضاعف به بازی های موبایل، هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد. از سوی دیگر، امسال، شرکت فن افزار در کنار خود هیولا، پلتفرم (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) عرضه دیجیتال بازی های کامپیوتری را نیز به عنوان بازوی برگزار کننده رویداد می بیند و از همین رو تصمیم گرفته است که در این دوره روی بازی های کامپیوتری (PC Games) و فرهنگ بازی سازی مستقل تمرکز شود.

اولین دوره این رویداد دو سال پیش با شمار «در مسیر جهانی شدن» برگزار شد که در طی آن، ۱۷۴ تیم از اقصی نقاط ایران به رقابت پرداختند و ۶۴ محصول وارد مرحله داوری شدند. تفاوت عمده این دوره نسبت به دوره پیشین بها دادن به «قالب (Theme)» در بازی سازی است. امیرحسین فصیحی درباره چارچوب های بازی سازی در این دوره از رویداد **level up** چنین می گوید: «امسال، تم ساختاری و تم محتوایی برای بازی های در نظر گرفته شده است. تم ساختاری، نوع بازی را مشخص می کند و تم محتوایی نیز با تکیه بر فرهنگ و هنر ایرانی، حال و هوای کلی بازی را روایت می کند.»

او در این مراسم از جای خالی بازی های رقابتی چندنفره در بازار ایران سخن گفت و اضافه کرد: «بازی هایی که ساخته می شوند باید از نوع چندنفره رقابتی (Competitive Multiplayer) باشند. چنین سبک بازی های در بازار ایران کمتر یافت می شوند و در بازارهای جهانی نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند و طرفداران بسیاری دارند. ساخت بازی های چندنفره رقابتی با الهام گرفتن از فرهنگ غنی و هنر ایرانی می تواند مخاطب های داخلی و خارجی را به سمت بازی های مستقل ایرانی بکشاند.»

او همچنین درباره تمرکز این رویداد برای تولید بازی روی کامپیوترهای شخصی سخن گفت: «بستر ایده آل برای این دست بازی ها، رایانه های شخصی است. به همین منظور تصمیم گرفتیم امسال تمرکز را روی این بخش از صنعت بازی بگذاریم و تیم های مستقل را تشویق کنیم تا در این راه قدم بگذارند.»

کسری تهرانی، مدیر توسعه تجاری هیولا، در توضیح روند برگزاری رویداد گفت: «تیم های علاقه مند به شرکت در رویداد **Level Up** فرصت دارند در بازه ی زمانی ۱۱ تا ۲۲ تیر در وب سایت [levelup.fanafzarc.com](http://levelup.fanafzarc.com) مشخصات خود را ثبت کنند. البته تدابیری نیز اتخاذ شده است تا کسانی که تیم کامل ندارند بتوانند تیم سازی و در این رویداد شرکت کنند.»

به گفته این مدیر هیولا، تیم ها پس از تأیید و ورود به رویداد می توانند از بین مربیان (Mentor) یکی را به عنوان مربی خود انتخاب کنند تا در طول این دوره از تجربه های او استفاده کنند و هنگام ساخت بازی از راهنمایی های او کمک بگیرند.

او از علاقه مندان دعوت کرد برای اطلاعات بیشتر به صفحه های اجتماعی رویداد لول آپ و هیولا در توئیتر و اینستاگرام یا [Hayoola.com](http://Hayoola.com) مراجعه کنند. تهرانی همچنین به روند برگزاری رویداد و مراحل آن اشاره کرد و افزود: «تیم های ثبت نامی هفته فرصت دارند تا پروژه خود را بسازند. این رویداد در سه مرحله برگزار خواهد شد. شرکت کنندگان باید برای عبور از هر مرحله، موارد خواسته شده از آن ها را ارسال کنند. آخرین مرحله یا همان مرحله سوم، ارسال خروجی بازی است که باید نسخه آزمایشی قابل بازی (Playable Demo) باشد به طوری که جذابیت و حس و حال بازی را کاملاً به نمایش بگذارد. در واقع، به اصطلاح بازی سازان باید برشی عمودی (Vertical Slice) از بازی باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر ویدئو آموزشی فن افزار درباره برش عمودی را در آپارات ببینید.»

یاسر ژبان، یکی از مربیان رویداد، با اعلام آنکه بخشی از جوایز مسابقه به ترتیب مبلغ ۳۰، ۱۵ و ۷ میلیون تومانی برای تیم های اول تا سوم است گفت: «با حمایت هیولا از این رویداد، بازی سازان در این دوره می توانند محصول تولیدی شان را تحت عنوان «دسترسی سریع» (Early Access) که روشی مرسوم در بازی سازی مستقل برای تأمین سرمایه جمعی است در این پلتفرم عرضه کنند. به این ترتیب تیم ها می توانند از این فرصت و سرمایه ای که به دست می آورند برای تکمیل محصول خود استفاده کنند.»

او تأکید کرد تیم ها باید بتوانند بر اساس شرایطی که در وب سایت توضیح داده شده است محصولی قابل بازی تا هیئت داوران این رویداد آن را در روز قضاوت ارزشگذاری کنند. همچنین در ادامه افزود: «**Level Up** در تلاش است تا فضایی پدید آورد که علاقه مندان و تیم های بازی سازی بیشتری به سمت توسعه بازی های مستقل قدم بردارند. با افزایش بازی های مستقل و کیفیت آن ها، صنعت بازی سازی ایران می تواند قدم های بهتر و بیشتری رو به جلو بردارد.»

در مراسم افتتاحیه رویداد، حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز حضور داشت و در سخنان خود به نقش حمایتی بنیاد اشاره کرد و گفت: «صنعت بازی یکی از صنایع پرسود دنیاست. این بخش از صنعت پتانسیل بسیاری برای صادرات دارد و تاکنون چند تیم بازی سازی نشان داده اند که بازی ایرانی می تواند مخاطبان بین المللی جذب کند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای از هر رویداد باکیفیتی که باعث رشد صنعت و تیم های بازی سازی ایرانی شود حمایت می کند. همچنین، بنیاد از برگزارکنندگان این رویداد نیز حمایت کافی برای ورود به بازار تجاری خواهد کرد.»

تمرکز مثبت مجموعه هایی مانند هیولا منجر به توسعه فرهنگ بازی سازی دانش محور به خصوص در زمینه های مهجوری مانند بازی های رایانه ای خواهد شد که برای بخش حرفه ای تر و کارگشته تر بازار سرگرمی های دیجیتال به شدت جذاب هستند.

رویداد بازی سازی **Level Up** برآمده از تفکر و اندیشه یک تیم بازی سازی مستقل است که توانسته با تکیه بر ارزش های فرهنگی و هنری ایرانی محصولاتی را تولید کند که در بازارهای جهانی نیز مخاطبان بسیاری داشته باشند. برگزارکنندگان این رویداد تلاش می کنند تا فرهنگ و شجاعت ساخت بازی مستقل را در ایران تقویت کنند تا صنعت بازی سازی در ایران غنای بیشتری پیدا کند.



## نگاهی به ایران

### نگاهی به مراسم افتتاحیه IGTC ۲۰۱۸ (۱۳۹۷-۱۳۹۸-۱۳۹۹)

رویداد **IGTC ۲۰۱۸** دقایقی پیش در سالن اصلی همایش های صدا و سیما رسماً شروع شد. در مراسم افتتاحیه این رویداد حسن کریمی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان نفر اول صحبت های خود را آغاز کرد. او با اشاره به ۳ استراتژی مهم برای موفقیت بازی های ایرانی گفت: بازی های رایانه ای امروزه بدون مرز هستند و هیچ کشوری نمی تواند مانع پیشرفت و گسترش آنها شود. کریمی در ادامه گفت بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست و امروز می توانیم با افتخار اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر بزرگترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: «موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با (ادامه دارد ...)»

(ادامه خبر ...) مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند». کریمی همچنین به بازی سازان گفت: شما در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصور کرده روشن است و می‌خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگترین تولیدکننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم که در این راه ۳ استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد.

اولین استراتژی بنیاد تقویت صنعت داخلی است. صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیرمالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در TGC به غرفه همگرا سر بزئید و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت این صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا ۳ هفته دیگر شروع به کار می کند. مدیرعامل بنیاد گفت: برگزاری دوره مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی را امسال با جدیت پیگیری می کنیم. استراتژی دوم بنیاد هم بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی است و همچنین تیلور این استراتژی در برگزاری TGC مشخص است. کریمی با امیدواری به آینده گفت بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که در این ۲ روز ارائه می شود با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای اشتراک گذاشتن دانش را شکل دهند چرا که موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی را دارند. کریمی همچنین تأکید کرد که بدون ورود به بازارهای جهانی صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود و وقت آن است که موفقیت هایمان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده که بازی هایشان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند. در پایان هم مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی عنوان کرد و گفت وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابت ایجاد کنیم و در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص داده خواهد شد.

در ادامه کیت ادواردز (Kate Edwards) رئیس پیشین انجمن بازی سازان که یکی از حامیان این صنعت بزرگ است گفت: دیگر موقعیت و مرز در جهان بی معنی است و شما در هر جایی که باشید می توانید به کمک دانش بازی سازی فعالیت خود را گسترش دهید. او در ادامه گفت: من در سفرهای متعددی که داشتم برنامه نویسان زیادی را دیده ام که به وسیله ارتباطات موجود در جهان یاد گرفته اند چگونه بازی بسازند و آن را منتشر کنند. رئیس پیشین انجمن بازی سازان جهان نیوگ در این زمینه را حائز اهمیت دانست و گفت: مهم نیست در چه منطقه ای در دنیا واقع شده باشید، نیوگ راهش را پیدا می کند. ادواردز همچنین گفت ایران باستان خواستگاه بسیاری از بازی ها بوده و مثال های زیادی در این زمینه از تمدن کهن ایرانی وجود دارد. ادواردز گفت ایران از نیوگ بالایی در بازی سازی برخوردار بوده است و بازی های اولیه فرلواتی را ساخته است. شما بازی سازان جوان هم می توانید از شخصیت های تاریخی خود مثل کوروش و آرش بازی بسازید. ممکن است شما آرش کمانگیر یا کوروش را به خوبی بشناسید اما مردم دنیا این بزرگ مردان را نمی شناسند و این داستان ها برای آنها بسیار جالب خواهد بود. به نظر من شما باید مانند بازی سازان چینی براساس فرهنگ خود بازی بسازید و فرهنگ را منبع مهمی برای الهام گرفتن در ساخت بازی بدانید. او در ادامه گفت: در بازی سازی خودتان باشید و براساس توانایی های خودتان عمل کنید. اینکه با دیگران و یا بزرگان این صنعت متفاوت باشی به معنی ضعف شما نیست. چون یک بازی ساده طراحی شده یا گرافیک شبیه به واقعیت ندارد دلیل بر این نیست که این بازی ضعیف است. برای مثال تصویری که در پایین می بینید تصویر دو بازی موفق است و هیچکدام به دیگری برتری ندارد و فقط متفاوت هستند. به گفته این کارشناس قدرت اقتصادی بازی سازی و میزان درآمدزایی در این صنعت بسیار بالاست و امروزه ویدئو بازی ها پولسازی شان از تمام ورزش های دنیا بیشتر است. کار بازی سازی بسیار مهم است چون در زمینه های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی اثرگذاری فوق العاده ای دارند.



## در حاشیه دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور؛ سهم ۱۴ درصدی بازی سازان ایرانی از بازار بازی های رایانه ای کشور (۱۳۹۴-۹۵/۹۶)

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: ۱۴ درصد از بازار بازی های رایانه ای کشور در اختیار بازی سازان داخلی و بومی است که این رقم ۲ سال پیش ۱۱ درصد بود و اکنون شاهد افزایش ۳ درصدی سهم بازی سازان داخلی هستیم.

حسن کریمی قدوسی در مصاحبه اختصاصی با خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما در حاشیه دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور افزود: درآمد کل صنعت بازی های رایانه ای در سال گذشته ۹۲۰ میلیارد تومان بود که از این رقم ۵۰۰ میلیارد تومان از فروش مستقیم خود بازی رایانه ای و مابقی از سخت افزار و مسائل جانبی حاصل شده است.

وی با اشاره به اهداف برپایی رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور گفت: کمک به تسهیل صادرات بازی های رایانه ای ایرانی، انتقال دانش بین المللی به داخل کشور و تبدیل ایران به قطب بازی سازی منطقه از اهداف اصلی برپایی این رویداد است.

دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای کشور با حضور بیش از ۱۵۰۰ نفر از فعالان صنعت بازی های رایانه ای کشور، بیش از ۵۰ سخنران مطرح بین المللی و ۲۴ شرکت خارجی از کشورهای مختلف جهان در مرکز همایش های صدا و سیما در حال برگزاری است.

### تجربه هیجان انگیز مربی فرانسوی در رویداد بازی های رایانه ای تهران (۱۳۹۵-۹۶-۰۷)

فرد موروی (Fred Moreau) مربی کلاس های تخصصی همایش بین المللی بازی های رایانه ای تهران از نخستین حضور خود در ایران و فرصت تعامل با علاقه مندان به بازی سازی در کشور به عنوان یک تجربه هیجان انگیز یاد کرد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، موروی با ابراز خرسندی از برگزاری یک رویداد بین المللی در حوزه بازی های رایانه ای در ایران گفت: این حس را داشتم که با فرهنگ جدیدی رو به رو خواهم شد و از این بابت بسیار خوشحالم. من در فرانسه چند نوست ایرانی دارم اما حال از بودن در این همایش و ملاقات جمعیت قابل توجهی از علاقه مندان ایرانی بازی های رایانه ای خوشحالم.

او گفت: از تعداد بالایی شرکت کنندگان در کلاس های آموزشی TGC غافلگیر شده ام و انتظار دیدن چنین جمعیتی را نداشتم. برایم جالب است که بسیاری از شرکت کنندگان دربارۀ موضوعات مورد بحث پیشاپیش دانش و اطلاعات فراوانی دارند.

موروی که تجربیات خود را دربارۀ «حرفه ای شدن در رابط کاربری UNITY و سیستم های انیمیشن» با علاقه مندان ایرانی در میان می گذارد گفت: کارگاه های آموزشی در رویدادی نظیر TGC از بازده بالایی برخوردار است.

او افزود: من این امکان را داشتم تا تیم هایی مشتمل بر افراد خلاق را در طی توسعه پروژه های مبتکرانه هدایت کنم. من عاشق یادگیری و آموزش هستم. زمانی که در این صنعت کار می کنید، به اشتراک گذاری دانش نه تنها وظیفه شما است، بلکه فرصتی است برای هرچه بیشتر آموختن.

این مربی فرانسوی دربارۀ تجربه آشنایی و کار با موتور بازی های کامپیوتری افزود: من خود یک توسعه دهنده خودآموخته ام. از سال ۲۰۱۱ با Unity کار می کنم و خوشبختانه استاتید خوبی داشته ام که به من دربارۀ OOP چیزهایی بسیار ارزشمندی آموخته اند. البته زمانی که پیشینه تحصیلی شما مهندسی نباشد این کار دشواری است. اگر من توانستم همه می توانند.

### گزارش و گفت و گو دربارۀ ماستر کلاس های TGC (۱۳۹۵-۹۶-۰۷)

کیان اشرفی استاد ماستر کلاس TGC۲۰۱۸:

تجربیات بازی سازیمان را مستند کنیم تا کل صنعت رشد کند

کیان اشرفی در جریان برگزاری ماستر کلاس Turn-based Strategy Game Postmortem بر لزوم مستند کردن مراحل ساخت بازی و انتقال تجربیات به دیگر گروه های بازی سازی تأکید کرد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، کیان اشرفی مدیر هنر شرکت آنارشید گفت: یکی از مسایلی که در ایران جایش بسیار خالی است، مستند کردن فعالیت های انجام شده در یک پروژه است. من تجربه کار با تیم هایی را دارم که پروژه شکست خورده و افراد از هم جدا شده اند، اما هیچ مستندی دربارۀ مراحل انجام کار، مشکلات و دلایل شکست وجود ندارد و این تجربه که با هزینه زیاد به دست آمده، عملاً از بین می رود.

وی افزود: بازی سازان ایران چندان عادت به مستند کردن فعالیت های خود ندارند. در تیم های خارجی شاهد این هستیم که بازی سازان مرتباً دربارۀ مراحل انجام کار توییت می کنند و به مستند سازی پروژه می پردازند.

اشرفی دربارۀ اهمیت مستندسازی تجارب گفت: اگر تجربیات خود را مستند نکرده و در اختیار همدیگر قرار ندهیم، هر تیم و شرکت بازی سازی باید از اول خطاهای گذشته را تکرار کند و رشد صنعت کند می شود. این درحالی است که اگر یک بازی ساز پس از ۲۰ سال فعالیت، تجربیاتش را به دیگران منتقل کند، بازی سازان جوان بخش عمده ای از اشتباهات گذشته را تکرار نمی کنند. آنها هم ۲۰ سال بعد اگر تجربه شان را منتقل کنند، فرد جدید ۴۰ سال تجربه در اختیار دارد و سرعت رشد صنعت چند برابر می شود.

وی ادامه داد: طبیعتاً برخی مسایل مانند بحث مارکتینگ محرمانه است، اما به اشتراک گذاشتن تجارب فنی، می تواند صنعت کوچک بازی سازی در کشور را با سرعت بیشتری به حرکت درآورد.

استاد ماستر کلاس TGC۲۰۱۸ گفت: در مراحل مختلف پروژه اخیر شرکت آنارشید به نام «رستاخیز»، کار مستندسازی را انجام داده ام و در این کلاس به کالبدشکافی تجربه ساخت بازی پرداختیم.

وی دربارۀ برگزاری TGC نیز گفت: برخی انتقاد می کردند که سطح کنفرانس ها پایین بود، اما به شخصه خود من با شرکت در TGC سال گذشته، تجربه بسیار خوبی به دست آوردم و در همین پروژه رستاخیز، کار چند هفته جلو افتاد.

اشرفی با استقبال از تغییر زمان برگزاری ماستر کلاس ها به یک روز پیش از آغاز رویداد گفت: سال گذشته این موضوع سبب شد تا شرکت کنندگان چند کنفرانس را از دست بدهند اما امسال خوشبختانه این مشکل حل شد.

مجتبی رجبی، استاد ماستر کلاس TGC۲۰۱۸:

به تدریج شاهد اثرات TGC در صنعت بازی های ویدئویی خواهیم بود

یکی از استاتید ماستر کلاس های TGC۲۰۱۸ معتقد است برگزاری این رویداد به تدریج اثرات ثمربخشی بر صنعت بازی های ویدئویی خواهد داشت.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مجتبی رجبی که روز گذشته ماستر کلاس Performance optimization and final build را برگزار کرد، دربارۀ این کلاس توضیح داد: تلاش کردم با توجه به تجربه ای که در ۸ سال گذشته در کار با Unity دارم، نکات مفیدی دربارۀ بهینه سازی و کاهش حجم فایل نهایی ساخته شده را به شرکت کنندگان بگویم (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) وی که آخرین پروژه اش ساخت بازی «ماشین آنلاین» بوده است گفت: بازی سازان ایرانی به خوبی در حال رشد هستند و خوشحالم از این کلاس نیز استقبال خوبی شد.

رجبی که دومین سال است در TGC حضور دارد گفت: نباید از این رویداد انتظار مجزه داشته باشیم و بگوییم از فردا باید ۲۰ بازی ایرانی صادر شود. خیلی از بازی ها به حدی نرسیده که بتوانند در بازارهای خارجی حضور یابند و حتی برخی از بازی سازها قواعد معرفی بازی را نمی دانند. وی تاکید کرد: TGC باید با قدرت ادامه یابد و با حضور اساتید خارجی و افزایش تعاملات بین المللی، به تدریج سهم بیشتری از بازارهای بین المللی را به دست آوریم.

شرکت کنندگان در مستر کلاس های TGC۲۰۱۸:

اساتید مستر کلاس ها بر موضوعات رایج شده تسلط داشتند/ نکات جدیدی آموختیم  
بیش از ۱۵۰ نفر از بازی سازان و دانشجویان بازی سازی، سیزدهم تیرماه در ۵ مستر کلاس TGC۲۰۱۸ شرکت کرده و از دانش و تجربه اساتید داخلی و خارجی بهره مند شدند. در این گزارش با برخی از حاضران این رویداد گفت و گو کرده ایم که می خوانید.

تسلط بالای استاد

مهران که در کلاس Performance optimization and final build file size reduction in Unity۳D شرکت کرده بود، گفت: این نخستین سالی است که در TGC حضور می یابم. در یک سال گذشته مشغول یک پروژه Unity بودم و به TGC امدم تا اشکالاتم را برطرف کنم. وی افزود: استاد بسیار مسلط و عالی بود. هرچند به نظرم جا داشت وقت کلاس بیشتر باشد تا روی برخی نکات بیشتر تمرکز شود. سال بعد هم اگر کلاس برنامه نویسی برگزار شود حتما شرکت می کنم.

کلاس ها متنوع تر و تخصصی تر شود

محمد یکی دیگر از شرکت کنندگان در کلاس بهینه سازی استاد رجبی بود. او یک سالی می شود همراه با یک تیم بازی سازی روی یک پروژه مشغول به کار است. او درباره حضور در این مستر کلاس می گوید: سطح کلاس راضی کننده بود با این حال به نظرم می شد توضیحات بیشتری روی مطالب داده شود. وی افزود: امیدوارم سال بعد شاهد تعداد بیشتری کلاس به صورت تخصصی تر و فنی تر باشیم.

نکات تازه ای آموختم

سامان آخرین فردی است که در مستر کلاس Performance optimization and final build file size reduction in Unity۳D با او گفت و گو می کنیم. وی با بیان این که نکات جالب و تازه ای در این کلاس آموختم گفت: روند برگزاری کلاس ها خوب است. وی افزود: برگزاری کلاس به صورت کارگاه برای تازه کارها و برگزاری کلاس نکته و پرسش و پاسخ برای افراد با تجربه می تواند مفید باشد. اسلاید های قابل فهم

سراغ دانشجویان کلاس UX and Cognitive Science Applied to Game Development می رویم که تدریس آن را Celia Hodent برعهده داشت. نفر اول طراح بازی است و سال گذشته نیز در TGC حضور داشته است. وی می گوید: استاد کاملا به موضوع کلاس مسلط بود. بیان استاد با توجه به سطح متوسط زبان افراد خیلی روان بود و اسلایدهای خیلی خوبی تهیه شده بود. وی افزود: به نظرم می توان در TGC برای برگزاری کلاس های تخصصی تر نیز برنامه ریزی کرد. تنوع کلاس ها افزایش یابد

زهرا که طراح UX است نیز درباره کلاس خاتم Hodent می گوید: استاد کاملا سوار بر موضوع بود توانستیم چیزهای مفیدی از او یاد بگیریم. او نکاتی از بازی های کامپیوتری گفت که در زمینه طراحی بازی های موبایلی نیز به کار می آید. امین نیز که در این کلاس شرکت کرده بود گفت: خیلی خوب می شود اگر سال آینده تنوع کلاس ها افزایش یابد. با امکانات ناشناخته Unity آشنا شدیم

مجتبی در کلاس Mastering Unity's UI and Animation systems که تدریس آن را Fred Moreau برعهده داشت شرکت کرده بود. وی گفت: کلاس خیلی خوبی بود و با امکانات کمتر گفته شده Unity آشنا شدیم. وی افزود: درباره روند ساخت یک بازی و حتی عرضه و انتشار آن نیز صحبت های خوبی مطرح شد.

مستر کلاس های TGC با استقبال گسترده بازی سازان برگزار شد

مستر کلاس TGC با استقبال قابل توجه علاقه مندان به موضوعات نوین بازی سازی، سیزدهم تیرماه برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در این کلاس ها بیش از ۱۵۰ نفر از بازی سازان، دانشجویان و علاقه مندان به این حوزه، به طور فشرده با مسایل روز بازی سازی آشنا شدند.

Fred Moreau مستر کلاس Mastering Unity's UI and Animation systems را تدریس کرد. کیان اشرفی نیز درباره Turn-based Strategy Game Postmortem صحبت کرد

همچنین Mert Can Turгут درباره All About Mobile Attribution & adjust Dashboard Tour با علاقه مندان به صحبت پرداخت و مجتبی رجبی نیز کلاسی با عنوان Performance optimization and final build file size reduction in Unity۳D برگزار کرد. Celia Hodent نیز روز گذشته کارگاه UX and Cognitive Science Applied to Game Development برپا کرد.

مستر کلاس های TGC۲۰۱۸ یک روز پیش از آغاز رسمی این رویداد در انستیتو ملی بازی سازی برگزار شد تا شرکت کنندگان در این کلاس ها بتوانند در کنفرانس ها نیز شرکت کنند.

## درآمد بازار بازی های دیجیتال به ۹۲۰ میلیارد تومان رسید (۹۶-۹۷-۹۸)

۲۸ میلیون گیر، حجم بازار ۹۲۰ میلیارد تومانی، سهم ۱۴ درصدی بازی های بومی از درآمد این بازار، دسترسی ۷۷ درصد جمعیت گیرها به بازی از طریق گوشی های هوشمند رشد ۴۸ درصدی استفاده از بازی آنلاین، رسیدن سرانه مصرف بازی های دیجیتال به ۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی و... بخشی از گزارش چهارمین دور طرح ملی پیمایش ملی بازیکنان دیجیتال ایران در سال ۹۶ است که توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای منتشر شده است.

شمار سال: این پیمایش که هر دو سال یک بار انجام می شود شامل اطلاعات دقیق و جزئیاتی است که به باور بنیاد ملی بازی های رایانه ای می تواند به تفصیل مورد بررسی جامعه شناسان، روانشناسان و سیاست گذاران فرهنگی کشور قرار گیرد و نتایج آن جهت گیری دو سال آینده این صنعت را مشخص کند. رشد دوبرابری حجم درآمد بازار بازی های دیجیتال

نتایج چهارمین پیمایش ملی بازیکنان دیجیتال که شاخص ترین اطلاعات مصرفی بازیکنان دیجیتال ایرانی تا انتهای سال ۹۶ را نشان می دهد با کمک نمونه آماری هشت هزار نفری به دست آمده است. همچنین براساس اعلام بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای اجرای این پیمایش نیز از روش نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعدی ترتیب شامل شهرستان، شهر و روستا می شوند. در حالی که در دور چهارم این پیمایش جامعه آماری هشت هزار نفری انتخاب شده که در پیمایش سال ۹۴ جامعه آماری ۱۵ هزار نفری برای استخراج اطلاعات از میزان مصرف بازی دیجیتال در کشور در نظر گرفته شده بود. محمدعلی سیدحسینی، مدیر مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نشست خبری در خصوص اعلام نتایج این پیمایش در مورد این کاهش جامعه آماری گفت: «در سال ۹۴ یک جامعه آماری پنج هزار نفره تولید شدیم. با این حال برای آنکه آمارمان در یازده کلانشهر بزرگ دقت بیشتری داشته باشد، یک جامعه آماری ۱۰ هزار نفره نیز انتخاب کردیم. اما با توجه به افزایش جامعه آماری ملی ما به هشت هزار نفر در سال ۹۶ دیگر نیازی به اختصاص جامعه آماری ویژه برای کلانشهرها نبود.» او همچنین تصریح می کند که جامعه آماری برای این پیمایش با استانداردهای جهانی همخوانی دارد و در تمام روستاها و شهرها به صورت حضوری و با تبلت، این آمار استخراج شده است. در این پیمایش منظور از بازیکن بازی دیجیتال یا گیر نیز فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی یعنی موبایل، رایانه و کنسول بازی کند. این گزارش نشان می دهد که حجم درآمدی بازار بازی دیجیتال در سال ۹۶ به ۹۲۰ میلیارد تومان رسیده این در حالی است که حجم درآمدی بازار بازی های دیجیتال در سال ۹۴ برابر با ۴۶۰ میلیارد تومان گزارش شده بود.

همچنین این گزارش حکایت از رشد ۳۰ درصدی سهم درآمدی بازی های بومی در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ را می دهد. براساس اعلام گزارش پیمایش ملی بازیکنان دیجیتال، در سال گذشته ۱۴ درصد از حجم درآمدی این بازار مربوط به بازی های بومی بوده که این میزان در سال ۹۴ برابر با ۱۱ درصد بوده است. از سوی دیگر این گزارش خبر از رشد ۱۲ درصدی بازیکنان بازی های دیجیتال یا گیرهای ایرانی در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۴ می دهد. براساس این پیمایش، میزان گیرهای ایرانی در سال ۲۸،۹۶ میلیون نفر بوده اند و این در حالی است که این میزان در سال ۲۲،۹۴ میلیون بازیکن گزارش شده بود. سرانه ۳۱ دقیقه مصرف بازی دیجیتال

بخش دیگری از این گزارش به سن و جنسیت بازیکنان دیجیتالی کشور و سرانه مصرف بازی در کشور اختصاص یافته است. براساس این پیمایش از جمعیت ۸۱ میلیون نفره کشور از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر بازیکن بازی های دیجیتال هستند. از سوی دیگر ۶۵ درصد از جامعه ۲۸ میلیون گیر در کشور را مردان و ۳۵ درصد را زنان تشکیل می دهند. همچنین در هر خانوار ایرانی به طور متوسط یک نفر بازی دیجیتال انجام می دهد که متوسط سن بازیکنان بازی دیجیتال در ایران نیز به ۱۹ سال رسیده است. این میزان سن نسبت به سال ۹۴ که ۲۱ سال بوده کاهش پیدا کرده و بر خلاف روند های جهانی نیز هست، چرا که برای مثال میانگین سنی گیرها در کشور آمریکا ۳۵ سال است. اما سرانه مصرف بازی های دیجیتال ایران در سال ۳۱،۹۶ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی بوده است. براساس این گزارش، بازیکنان ایرانی به طور متوسط ۹۰ دقیقه در روز بازی می کنند. از سوی دیگر، این گزارش به میزان تحصیلات گیرهای ایرانی نیز توجه داشته است. بر این اساس با بررسی درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات مشخص می شود که ۶۶ درصد آنها کمتر از دیپلم، ۱۵ درصد دیپلم و پیش دانشگاهی، شش درصد فوق دیپلم، ۱۰ درصد کارشناس، دو درصد کارشناس ارشد و یک درصد دارای تحصیلات دکتری و بالاتر هستند. از نظر وضعیت تأهل بازیکنان نیز ۷۸ درصد آنها مجرد، ۱۵ درصد متأهل دارای فرزند و شش درصد متأهل بدون فرزند هستند. همچنین بیشترین تعداد گیرهای کشور نیز به ترتیب در استان های تهران، خراسان رضوی، خوزستان و فارس حضور دارند.

گوشی های هوشمند محبوب

این گزارش آمارهای جالبی هم از میزان استفاده دستگاه هایی که گیرهای ایرانی برای بازی دیجیتال خود انتخاب می کنند دارد. از جمعیت بازیکنان ایرانی ۸۸ درصد از پلتفرم گوشی های تلفن همراه، ۲۵ درصد از رایانه شخصی، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و دو درصد از کنسول دستی استفاده می کنند. همچنین براساس نتایج این پیمایش از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم اپلیکیشن یا نرم افزار بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزار است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند. به گفته بنیاد ملی بازی های رایانه ای، نکته جالب در پیمایش اطلاعات مصرف بازی های دیجیتالی نشان می دهد که نرخ رشد استفاده از پلتفرم رایانه های شخصی در سال گذشته نسبت به سال ۹۴ رشد منفی ۲۲ درصدی داشته است. به گفته حسن کریمی قدوسی، رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای، رشد استفاده از اینترنت و مخصوصاً همراه در کشور باعث این تغییرات شده است. در این پیمایش دسترسی به اینترنت در ایران حدود ۷۰ درصد است که در این میان ۸۴ درصد بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و ۴۸ درصد آنها به صورت آنلاین بازی می کنند. درباره روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان هم ۵۹ درصد آنها از اینترنت سیم کارت، ۲۱ درصد از اینترنت پرسرعت ثابت (ADSL)، ۵ درصد از اینترنت WiMAX و جالبتر اینکه یک درصد از اینترنت Dial Up استفاده می کنند.

بازی های محبوب گیرهای ایرانی

براساس این گزارش بازی Clash of Clans پرطرفدارترین بازی ایران در سال ۹۶ است. بعد از این بازی به ترتیب بازی PES و بازی (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...): GTA دردهای دوم تا سوم بازی های طرفدار در ایران قرار دارند. بازی های کاتر استرایک، فیفا، باقلوا، کلش رویال، کال آو دیوتی، پو و کویز آو کینگز به ترتیب دردهای چهارم تا دهم بازی های طرفدار ایرانی را در اختیار دارند. پنج ژانر طرفدار بازی ایرانی نیز به ترتیب از معمایی، دنده اسکوپ بازی، رانندگی، ورزشی و آرکید است. از میان جمعیت ۲۸ میلیون گیمر های ایرانی تنها حدود ۱۸ درصد از این گیمرها خریدار نرم افزار یا اپلیکیشن های بازی هستند و متوسط سن خریداران بازی نیز ۱۸ سال است. از مجموع درآمد بازار بازی های دیجیتال در ایران حدود شش درصد به سهم بازی های بومی اختصاص دارد. میزانی که نسبت به سال ۱۳۹۴ رشد یک درصدی را نشان می دهد.



### بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است (۱۳۹۶-۱۷/۰۹/۱۳۹۶)

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی دریامی به دومین کنوانسیون بازی تهران با بیان اینکه حوزه بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی است تاکید کرد: بازی سازان با خلق آثاری از داستان های ایرانی و اسلامی حوزه تأثیر گذاری و تعامل فرهنگی ایران را گسترش دهند.

در پیام «سیدعباس صالحی» به دومین کنوانسیون بازی تهران آمده است: «در سده بیست و یکم، بازی رایانه ای نقشی آینه گون برای بازنمایی تفکرات، آرمان ها و رویاهای یک ملت ایفا می کند. صنعت بازیهای رایانه ای، صنعتی نوپا اما بسیار تأثیرگذار محسوب می شود. در سال های اخیر، این موضوع در کشور ما نیز به اقتضای فضاهای تازه، دارای صورت مساله ای جدید و تکامل یافته شده و یکی از مهمترین زوایای نوظهور آن، مزیت های فوق العاده ای است که به همراه داشته است.»

وی در این پیام می افزاید: «این صنعت می تواند در خط مقدم اقتصاد مقاومتی قرار گیرد؛ از یک سو به دلیل ضریب بالای کارآفرینی با حضور جوانان نخبه مین، کاملاً درون زاست و از سوی دیگر به دلیل ماهیت فناورانه و متصل به جهان، به شدت بیرون گراست. این نکته در سال های اخیر با ارائه بازی های موفق ایرانی به خوبی دیده شده است؛ بازی هایی اصالتاً ایرانی که مورد توجه شرکت های بین المللی قرار گرفته و سهمی از بازارهای جهانی را به خود اختصاص داده اند. به گفته وی هرچند کسب سهم بیشتری از بازارهای داخلی توسط بازی های ایرانی نیز از ضرورت هایی است که باید در جهت دستیابی به آن گام های استوارتری برداشت.»

بر اساس اعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، صالحی در این پیام همچنین تاکید کرد: «از منظر دیگری، دومین دوره رویداد تجاری بین المللی کنوانسیون بازی نویدبخش آیندهای پرنشاط، امیدبخش و ارزش آفرین برای خانواده بزرگ بازی سازان ایرانی است.»

صالحی در ادامه این پیام ضمن تبریک برگزاری موفق این رویداد به دست اندرکاران، شرکت کنندگان و به ویژه برگزارندگان این دوره، «برای همگان توفیق و سربلندی از درگاه پروردگار متعال را خواستار شد.»

به گزارش ایرنا، دومین کنوانسیون بازی تهران (TGC) ۱۴ و ۱۵ تیرماه (۵ و ۶ جولای) در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می شود. پس از استقبال فراوان فعالان داخلی و بین المللی صنعت بازی های ویدئویی از رویداد TGC ۲۰۱۷، دومین دوره این رویداد تیرماه سال آینده برگزار می شود. در نخستین دوره این رویداد بیش از ۲۲۰۰ فعال بازی سازی در بخش های مختلف TGC شرکت کردند. در این نمایشگاه ۷۴ سخنران باتجربه و نام آشنا از ۱۴ کشور دنیا به سخنرانی در ۶۰ کنفرانس و ۶ پانل به سخنرانی درباره مهم ترین موضوعات بازی های ویدئویی در دنیا با موضوعات فنی و برنامه نویسی، طراحی بازی، هنری، مدیریت پروژه و کسب و کار به سخنرانی پرداختند.

همچنین در پنج مسترکلاس، دوره های فشرده یک روزه آموزشی در موضوعات یاد شده برگزار شد. همچنین ۲۰۰ خبرنگار، عکاس و اهالی رسانه داخلی و بین المللی به پوشش رسانه ای TGC ۲۰۱۷ پرداختند.

جایزه توسعه دهندگان یکی دیگر از بخش های TGC ۲۰۱۷ بود که با استقبال قابل توجه مخاطبان روبرو شد. در این بخش بیش از ۱۰۰ بازی با هم به رقابت پرداختند و در نهایت ۲۱ داور با تجربه و نام آشنای بین المللی به انتخاب بهترین بازی ایرانی پرداختند. با توجه به درخواست بازی سازان دیگر کشورهای منطقه، این رویداد توسعه یافته و در TGC ۲۰۱۸، جایزه «گیمستان» به بهترین بازی های این منطقه تعلق خواهد گرفت.

منطقه گیمستان شامل ۳۳ کشور غرب و جنوب آسیا و شمال آفریقا می شود و بازی سازان این منطقه می توانند با ارسال بازی های خوب، به رقابت در این رویداد و البته معرفی بازی های خود به ناشران و سرمایه گذاران بپردازند.

در TGC ۲۰۱۸ همچنین پیش بینی می شود ۸۰ کنفرانس با حضور حدود ۵۰ سخنران بین المللی و ۳۰ سخنران ایرانی برپا شود.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همراهی شرکت معتبر فرانسوی Game Connection رویداد TGC را برگزار می کنند. Game Connection برگزار کننده بزرگ ترین رویدادهای B2B صنعت بازی های ویدئویی در دنیا در دو فرانسه و آمریکا است.

منبع: خبرگزاری ایرنا

## همایش تجاری بازی های رایانه ای تهران ۲۰۱۸ TGC رسماً آغاز شد (۱۳۹۷-۰۷/۰۷/۹۶)

صبح امروز با حضور شرکت کنندگان، میهمانان، توسعه دهندگان و سرمایه گذاران داخلی و خارجی همایش بین المللی بازی تهران ۲۰۱۸ TGC رسماً آغاز به کار کرد.

رویداد ۲۰۱۸ TGC با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰۰ ها شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح امروز در محل همایش های بین المللی صدا و سیما آغاز شد.

در مراسم افتتاحیه ابتدا حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای از ایران به عنوان بزرگترین بازیگر حوزه بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا نام برد و اهداف اصلی این رویداد را به شکل زیر عنوان کرد:

تقویت صنعت بازی سازی داخلی - همچنین در این نمایشگاه غرفه همگرا با هدف پشتیبانی از بازی سازان داخلی حضور دارد که پس از ۲۰۱۸ TGC رسماً کار خود را آغاز خواهد کرد.

بین المللی کردن صنعت بازی داخلی ضمن حفظ هویت بومی ما.

پس از آن خانم کیت ادواردز مدیرعامل Geoginify و مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) با بیان این که موفقیت در بازار بازی های رایانه ای، وابسته به مکان نیست، به بازی سازان ایرانی توصیه کرد به جای توجه به محدودیت ها، توانایی ها و فرهنگ غنی خود را درآغوش بگیرند. خانم ادواردز گفت: یکی از چیزهایی که در این سفرها یاد گرفتیم این است که «مکان» محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند و لازم نیست حتما در یک کشور خاصی زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. من بازی سازان فراوانی دیده ام که خودشان چگونگی بازی سازی را یاد گرفته و پیشرفت کرده اند.

کیت ادواردز همچنین با اشاره به فرهنگ غنی ایران و شخصیت های اسطوره ای مثل خشایارشا و آرش کمانگیر گفت پتانسیل های زیادی برای تبدیل این افسانه ها به بازی وجود دارد و حتی می دانید که بسیاری از بازی های خارجی نیز سوره مکانی ایران (Persia) را دارند.

به اعتقاد خانم ادواردز مهم نیست بازی شما گرافیک دو بعدی، یا سه بعدی داشته باشد و آیا به واقعیت نزدیک است یا خیر؛ مهم این است که هر هنرمند بازی ساز سبک خاص خود را دارد و می تواند در زمینه خود بهترین باشد.

پس از سخن رانی خانم ادواردز در مراسم پیچ فست (PitchFest) یازده بازی ساز برگزیده ایرانی عنوان جدید خود را برای بیش از ۲۰ ناشر خارجی هر کدام در حدود ۳ دقیقه معرفی کردند. نکته قابل توجه در این رویداد، ارایه های حرفه ای بازی سازان و پروژه های جذاب بازی بود که بسیاری به حضور بیشتر در بازارهای جهانی امیدوار کرد.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور دارند. همچنین ۵ مسترکلاس ۲۰۱۸ TGC نیز دیروز در انستیتو ملی بازی سازی برپا شد.

## گزارش مهر از روز اول رویداد تی جی سی؛ تی جی سی ۲۰۱۸ در ایران، پلی به دنیای بازی سازان حرفه ای

(۱۳۹۷-۰۷/۰۷/۹۶)

روز اول از رویداد بزرگ تی جی سی، تعاملی میان بازی سازان داخلی و خارجی و ناشران صورت گرفت که باعث تحولی عمیق در بازی سازی رایانه ای خواهد شد.

به گزارش خبرنگار مهر، روز اول رویداد تی جی سی از اتفاقات مهم و قابل اجرا برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای ۱۴ تیرماه در همایش های بین المللی صداوسیما برگزار شد. این رویداد که به عنوان بزرگترین بستر و فرصت های مناسب برای بازی سازان کشور در راستای گسترش تعاملات بین المللی شناخته می شود با وجود کنفرانس ها، پنل ها، مسترکلاس و آشنایی با ناشران دیگر کشورها امتیازات گسترده ای را برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای به ارمغان می آورد.

استراتژی های مهم برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی

در افتتاحیه رویداد تی جی سی ۲۰۱۸ حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی های رایانه ای را بی حد و مرز دانست و تلاش کشورهای مختلف برای محدود کردن این صنعت را بی نتیجه می خواند، او می گوید: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در تی جی سی به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه بیان می کنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثرتر می شود. موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه به افرادی که در این حوزه فعالیت گسترده و مثمر دارند اشاره کرد و بیان می کند: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد. صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در تی جی سی به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند. برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی قدوسی می گوید: استراتژی دوم بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی است و تبلور این استراتژی را در برگزاری تی جی سی مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز ارائه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند. وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در تی جی سی به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی می داند و می گوید: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد.

فرهنگ و تمدن آریایی خود را در آغوش بگیرید

در ادامه برنامه تی جی سی «کیت ادوارد» مدیرعامل «Geoginify» و رئیس سابق انجمن بین المللی بازی سازان برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای و بازی سازان خلاق اظهار امیدواری کرد که در ایران عرصه بازی سازی پیشرفت قابل توجه ای داشته است و توانسته مخاطبان خود را جذب کند. او می گوید: برای من افتخار بزرگی است که به ایران آمدم و همواره کسانی که با عشق و علاقه بازی ساخته اند را تحسین کرده ام. بسیار به سفر کردن علاقه دارم و یکی از چیزهایی که در این سفرها یاد گرفتم این است که «مکان» محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند و لازم نیست حتما در یک کشور خاصی زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. من بازی سازان فرالونی دیده ام که خودشان چگونگی بازی سازی را یاد گرفته و پیشرفت کرده اند.

او همچنین بیان می کند: نکته ای که وجود دارد این است که استعداد و نبوغ همیشه خود را نشان می دهد. برخی فکر می کنند از کشورهای مطرح بازی سازی جدا هستند و هیچ زمان بازی های شان به صورت بین المللی منتشر نمی شود. اما این حقیقت ندارد، شما چه در فرانسه باشید چه در ایران یا آمریکا، می توانید به موفقیت زیادی دست پیدا کنید. مطمئن باشید تمام بازی سازان دنیا روزی همین استرس ها و نگرانی های شما برای موفقیت بازی هایشان را داشته اند. بسیاری از مردم آمریکا فکر می کنند بازی «انگوری برد» در آمریکا ساخته شده اما این بازی در فنلاند توسعه یافته است. در واقع اصلا مهم نیست این بازی در فنلاند بوده یا آمریکا، استعداد خودش را نشان می دهد و بازی جهانی می شود.

ادوارد با اشاره به جمله ای از مارک تواین که «مقایسه مرگ شادی است»، می گوید: خودتان را با دیگران مقایسه نکنید و بیشترین تمرکز را برای خلق آثارتان بگذارید و فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. همچنین شما شخصیت های اساطیری و بزرگی چون کوروش و آرش کمان گیر دارید. شاید بیرسید ایرانی ها این قهرمانان را می شناسند چرا باید درباره شان بازی بسازم. ولی من به شما می گویم مردم دنیا از تاریخچه این قهرمانان بی خبرند. چینی ها به خوبی در بازی های موفق خود، از داستان ها و تمدن شان الهام می گیرند و شما نیز باید از فرهنگ خود الهام بگیرید.

او درآمد اقتصادی بازی های رایانه ای را از درآمد ورزش هایی همچون فوتبال بالاتر می داند و بیان می کند: در دنیا درآمد صنعت بازی های رایانه ای در سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد. هدف ما این نباید باشد که دنیا را با یک بازی عوض کنیم. اما می توانیم بر گوشه ای از یک دنیا اثرگذار باشیم و محیط اطراف مان را بهبود بخشیم. در این راه اشتراک دانش موضوع بسیار مهم و تاثیر گذاری است.

در ادامه برنامه تی جی سی، تولیدکنندگان بازی های رایانه ای از جمله بیج فست، آواگیم، لیک هورس، یوزیا و... برای معرفی بازی های رایانه ای خود با مخاطبان و علاقه مندان این عرصه صحبت کردند.

به گزارش مهر، بی شک تفاوت هایی در بازی های رایانه ای ایران و دیگر کشورها وجود دارد و هیچ گاه بازی ها قابل قیاس با یکدیگر نیستند. اتفاقاً این تفاوت ها است که انسان ها را قوی می کند تا گام موثری برای پیشرفت رو به جلو بردارند. پس توانایی و استعدادهاست که مرزها را می شکند و به مرحله شکوفایی می رساند. ایرانی ها از قافله بازی های رایانه ای در دنیا عقب نمانده اند. پس همچنان تلاش می کنند تا بتوانند جای شان را در دنیای بازی های رسانه ای پیدا کنند. خبرنگار مهر با چند تن از بازی سازان و تولیدکنندگان این عرصه درباره صنعت بازی سازی، کپی رایت و خلق شخصیت های بازی صحبت کرده است، که در ادامه می آید:

بازی سازان خود را باور کنند

مهدی بهرامی، بازی ساز و تولیدکننده در این صنعت، فارغ التحصیل رشته گیم از دانشگاه هلند است. درباره برنامه سازی در ایران می گوید: مطمئناً برگزاری برنامه های تی جی سی می تواند پلی میان بازی سازان ایرانی و خارجی باشد. با توجه به اینکه تمام شرکت های صنعتی در خارج ایران را تحریم کرده اند باید محفلی ایجاد کنیم تا به آنان ثابت شود که ما هم دارای صنعت بازی سازی هستیم.

او ادامه می دهد: استعدادهای زیادی در عرصه بازی سازی در ایران وجود دارد که از این استعدادهای و توانایی غافلیم و مطمئناً چیزی از دیگر کشورهای پیشرفته کم نداریم. اما هنوز به خودباوری عمیق نرسیده ایم. با توجه به برگزاری برنامه هایی همچون تی جی سی و برقراری ارتباطات خوب و غنی می توانیم اعتماد به نفس خود را پیدا کنیم و در بازی سازی موفق تر عمل کنیم. اگر شخص بازی ساز تمام تمرکز خود را برای بهتر شدن کارش، به دور از کپی رایت بگذارد صددرصد به موفقیت های چشمگیری دست پیدا می کنیم. لزوماً نباید به دنبال حمایت های خاص دولتی و خصوصی باشیم زیرا در زمینه «گیم» اگر بازی سازی ها خوب باشد قطعاً دیده می شویم. (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) بر اساس این گزارش، برخی از مخاطبان در عرصه بازی گیم، بارها گفته اند که بازی های ایرانی کپی شده دیگر بازی های خارجی هستند و مسئله کپی رایت یکی از معضلات اساسی در عرصه بازی سازی رایانه ای است بهرامی در این زمینه می گوید: یکی از دلایلی که بازی سازان ایرانی به قهرمان های خارجی می پردازند و گاهی از روی دست آنان کپی می کنند به این خاطر است که با آن بازی ها بزرگ شدند و زمانی که می خواهند بازی سازی کنند، مشابه آن را می سازند. اما اگر از سبک بازی های جهانی فاصله بگیریم و به فرهنگ و تمدن خودمان بپردازیم کار کمی سخت تر می شود و من احساس می کنم که نمی توان چنین کاری را به ثمر رساند.

بازی سازی، رویا ساختن است

سیف از دیگر بازی سازان ایرانی، درباره صنعت بازی سازی می گوید: به اعتقاد من بازی سازی، رویاسازی است. البته هر کس که وارد این نوع بازار کاری می شود باید با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم کند تا به موفقیت برسد. مسلماً برگزاری برنامه های تی جی سی، برای کسانی که می خواهند آشنایی بیشتری در صنعت بازی سازی داشته باشند مفید است. به جرات می گویم شرکت در برنامه های تی جی سی به اندازه ۴ سال دانشگاه رفتن و دریافت مدرک لیسانس می ارزد.

اساس برگزاری برنامه های تی جی سی تعامل بازی سازان است

با توجه به اینکه اسامال دوره دوم از برگزاری تی جی سی است، بدون شک، سال قبل برای بازی سازان دستاوردهای مهمی را به همراه داشته که اسامال با شوق و انگیزه بیشتری در این برنامه شرکت کرده اند. بیدقی از دیگر بازی سازان رایانه ای در کشور، به تعامل خوب بازی سازان با یکدیگر اشاره دارد و می گوید: با برگزاری برنامه های همچون تی جی سی تعامل خوبی میان بازی سازان صورت می گیرد تا با یکدیگر آشنا شوند و از نحوی بازی سازی ها و نوع سلیقه ها اطلاع پیدا کنند. امیدوارم برای صدور مجوز و ممیزی ها دست ناشران و تولیدکننده ها را باز بگذارند و محدودیت ها را کمتر کنند تا آنان به خوبی در این راه فعالیت کنند.



### سامانه همگرا برای نخستین بار در بخش نمایشگاهی TGC معرفی شد (۱۳۹۶-۷/۴/۹۵)

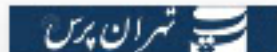
سامانه همگرا برای نخستین بار در بخش نمایشگاهی TGC ۲۰۱۸ معرفی شد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مثنی ایزدی معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره همگرا توضیح داد: ساختار حمایتی همگرا در سال ۱۳۹۶ متولد شد تا حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای در حوزه های مختلف صنعت بازی را، همان طور که از نامش پیداست، همگرا کند.

وی ادامه داد: به این ترتیب می توان خدماتی هدفمند و متنوع در جهت توانمندسازی صنعت بازی ایران ارائه کرد. در این راه چشم انداز ما شفاف سازی حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ارتقای تعالی شرکت ها و تیم ها و تحول ساختاری صنعت بازی ایران از طریق ارائه متنوع ترین، بهترین و سریع ترین خدمات حمایتی است.

ایزدی درباره انواع حمایت های بنیاد توضیح داد: جذب تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، مشاوره تخصصی و توسعه ساختاری، تبلیغات، بازاریابی و توسعه بازار، در اختیار گذاشتن تجهیزات، امکانات و محل استقرار، آموزش نیروی انسانی و پشتیبانی و آزمون بازی، راهکارهای ما برای حمایت از بازی سازان است. معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان این که برای حمایت هدفمند و شفاف از بازی سازان، سامانه ای طراحی شده است گفت: این سامانه تا پایان تیرماه راه اندازی می شود و بازی سازان برای دریافت حمایت باید در آن ثبت نام کنند.

وی ادامه داد: امکان انتخاب حمایت مورد نیاز توسط بازی ساز، از ویژگی های این سامانه است.

براساس این گزارش، غرفه همگرا در بخش نمایشگاهی رویداد TGC ۲۰۱۸ برپا شده و برای نخستین بار به معرفی سامانه همگرا به بازی سازان پرداخته است.



### گزارش مهر از روز اول رویداد تی جی سی؛ تی جی سی ۲۰۱۸ در ایران، پلی به دنیای بازی سازان حرفه ای (۱۳۹۶-۷/۴/۹۵)

روز اول از رویداد بزرگ تی جی سی، تعاملی میان بازی سازان داخلی و خارجی و ناشران صورت گرفت که باعث تحولی عمیق در بازی سازی رایانه ای خواهد شد.

به گزارش خبرنگار مهر، روز اول رویداد تی جی سی از اتفاقات مهم و قابل اجرا برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای ۱۴ تیرماه در همایش های بین المللی صداسیمیا برگزار شد. این رویداد که به عنوان بزرگترین بستر و فرصت های مناسب برای بازی سازان کشور در راستای گسترش تعاملات بین المللی شناخته می شود با وجود کنفرانس ها، پنل ها، مستر کلاس و آشنایی با ناشران دیگر کشورها امتیازات گسترده ای را برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای به ارمغان می آورد.

استراتژی های مهم برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در افتتاحیه رویداد تی جی سی ۲۰۱۸ حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی های رایانه ای را بی حد و مرز دانست و تلاش کشورهای مختلف برای محدود کردن این صنعت را بی نتیجه می خواند او می گوید: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در تی جی سی به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه بیان می کنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثرتر می شود. موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه به افرادی که در این حوزه فعالیت گسترده و مشرتمر دارند اشاره کرد و بیان می کند: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد. صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در تی جی سی به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند. برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی قدوسی می گوید: استراتژی دوم بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی است و تبلور این استراتژی را در برگزاری تی جی سی مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز رایبه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند. وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در تی جی سی به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی می داند و می گوید: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد.

فرهنگ و تمدن آریایی خود را در آغوش بگیرید

در ادامه برنامه تی جی سی «کیت اندوارد» مدیرعامل «Geonify» و رئیس سابق انجمن بین المللی بازی سازان برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای و بازی سازان خلاق اظهار امیدواری کرد که در ایران عرصه بازی سازی پیشرفت قابل توجه ای داشته است و توانسته مخاطبان خود را جذب کند. او می گوید: برای من افتخار بزرگی است که به ایران آمدم و همواره کسانی که با عشق و علاقه بازی ساخته اند را تحسین کرده ام. بسیار به سفر کردن علاقه دارم و یکی از چیزهایی که در این سفرها یاد گرفتم این است که «مکان» محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند و لازم نیست حتما در یک کشور خاصی زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. من بازی سازان فراوانی دیده ام که خودشان چگونگی بازی سازی را یاد گرفته و پیشرفت کرده اند.

او همچنین بیان می کند: نکته ای که وجود دارد این است که استعداد و نبوغ همیشه خود را نشان می دهد. برخی فکر می کنند از کشورهای مطرح بازی سازی جدا هستند و هیچ زمان بازی های شان به صورت بین المللی منتشر نمی شود. اما این حقیقت ندارد، شما چه در فرانسه باشید چه در ایران یا آمریکا، می توانید به موفقیت زیادی دست پیدا کنید. مطمئن باشید تمام بازی سازان دنیا روزی همین استرس ها و نگرانی های شما برای موفقیت بازی هایشان را داشته اند. بسیاری از مردم آمریکا فکر می کنند بازی «انگلی برد» در آمریکا ساخته شده اما این بازی در فنلاند توسعه یافته است. در واقع اصلا مهم نیست این بازی در فنلاند بوده یا آمریکا، استعداد خودش را نشان می دهد و بازی جهانی می شود.

اندوارد با اشاره به جمله ای از مارک تواین که «مقایسه مرگ شادی است»، می گوید: خودتان را با دیگران مقایسه نکنید و بیشترین تمرکز را برای خلق آثارتان بگذارید و فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. همچنین شما شخصیت های اساطیری و بزرگی چون کوروش و آرش کمان گیر دارید. شاید بپرسید ایرانی ها این قهرمانان را می شناسند چرا باید درباره شان بازی بسازم. ولی من به شما می گویم مردم دنیا از تاریخچه این قهرمانان بی خبرند. چینی ها به خوبی در بازی های موفق خود، از داستان ها و تمدن شان الهام می گیرند و شما نیز باید از فرهنگ خود الهام بگیرید.

او درآمد اقتصادی بازی های رایانه ای را از درآمد ورزش هایی همچون فوتبال بالاتر می داند و بیان می کند: در دنیا درآمد صنعت بازی های رایانه ای در سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد. هدف ما این نباید باشد که دنیا را با یک بازی عوض کنیم. اما می توانیم بر گوشه ای از یک دنیا اثرگذار باشیم و محیط اطراف مان را بهبود بخشیم. در این راه اشتراک دانش موضوع بسیار مهم و تاثیر گذاری است.

در ادامه برنامه تی جی سی، تولیدکنندگان بازی های رایانه ای از جمله پیچ فست، آواگیم، لیک هورس، یوزپا و... برای معرفی بازی های رایانه ای خود با مخاطبان و علاقه مندان این عرصه صحبت کردند.

به گزارش مهر، بی شک تفاوت هایی در بازی های رایانه ای ایران و دیگر کشورها وجود دارد و هیچ گاه بازی ها قابل قیاس با یکدیگر نیستند. اتفاقا این تفاوت ها است که انسان ها را قوی می کند تا گام موثری برای پیشرفت رو به جلو بردارند. پس توانایی و استعدادهاست که مرزها را می شکند و به مرحله شکوفایی می رساند. ایرانی ها از قافله بازی های رایانه ای در دنیا عقب نمانده اند. پس همچنان تلاش می کنند تا بتوانند جایشان را در دنیای بازی های رسانه ای پیدا کنند. خبرنگار مهر با چند تن از بازی سازان و تولیدکنندگان این عرصه درباره صنعت بازی سازی، کپی رایت و خلق شخصیت های بازی صحبت کرده است، که در ادامه می آید:

بازی سازان خود را باور کنند(ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مهدی بهرامی، بازی ساز و تولیدکننده در این صنعت، فارغ التحصیل رشته گیج از دانشگاه هلند است، درباره برنامه سازی در ایران می گوید: مطمئنا برگزاری برنامه های تی جی سی می تواند پلی میان بازی سازان ایرانی و خارجی باشد. با توجه به اینکه تمام شرکت های صنعتی در خارج ایران را تحریم کرده اند باید محفلی ایجاد کنیم تا به آنان ثابت شود که ما هم دارای صنعت بازی سازی هستیم.

او ادامه می دهد: استعدادهای زیادی در عرصه بازی سازی در ایران وجود دارد که از این استعدادهای غافلیم و توانایی غافلیم و مطمئنا چیزی از دیگر کشورهای پیشرفته کم نداریم اما هنوز به خودباوری عمیق نرسیده ایم. با توجه به برگزاری برنامه هایی همچون تی جی سی و برقراری ارتباطات خوب و غنی می توانیم اعتماد به نفس خود را پیدا کنیم و در بازی سازی موفق تر عمل کنیم. اگر شخص بازی ساز تمام تمرکز خود را برای بهتر شدن کارش، به دور از کپی رایت بگذارد صددرصد به موفقیت های چشمگیری دست پیدا می کنیم. لزوما نباید به دنبال حمایت های خاص دولت ی و خصوصی باشیم زیرا در زمینه «گیج» اگر بازی سازی ها خوب باشد قطعا دیده می شویم.

بر اساس این گزارش، برخی از مخاطبان در عرصه بازی گیج، بارها گفته اند که بازی های ایرانی کپی شده دیگر بازی های خارجی هستند و مسئله کپی رایت یکی از معضلات اساسی در عرصه بازی سازی رایانه ای است بهرامی در این زمینه می گوید: یکی از دلایلی که بازی سازان ایرانی به قهرمان های خارجی می پردازند و گاها از روی دست آنان کپی می کنند به این خاطر است که با آن بازی ها بزرگ شدند و زمانی که می خواهند بازی سازی کنند، مشابه آن را می سازند اما اگر از سبک بازی های جهانی فاصله بگیریم و به فرهنگ و تمدن خودمان بپردازیم کار کمی سخت تر می شود و من احساس می کنم که نمی توان چنین کاری را به ثمر رساند.

بازی سازی، رویا ساختن است

سیف از دیگر بازی سازان ایرانی، درباره صنعت بازی سازی می گوید: به اعتقاد من بازی سازی، رویاسازی است. البته هر کس که وارد این نوع بازار کاری می شود باید با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم کند تا به موفقیت برسد. مسلما برگزاری برنامه های تی جی سی، برای کسانی که می خواهند آشنایی بیشتری در صنعت بازی سازی داشته باشند مفید است. به جرات می گویم شرکت در برنامه های تی جی سی به اندازه ۴ سال دانشگاه رفتن و دریافت مدرک لیسانس می آزد.

اساس برگزاری برنامه های تی جی سی تعامل بازی سازان است

با توجه به اینکه امسال دوره دوم از برگزاری تی جی سی است، بدون شک، سال قبل برای بازی سازان دستاوردهای مهمی را به همراه داشته که امسال با شوق و انگیزه بیشتری در این برنامه شرکت کرده اند. بیدقی از دیگر بازی سازان رایانه ای در کشور، به تعامل خوب بازی سازان با یکدیگر اشاره دارد و می گوید: با برگزاری برنامه های همچون تی جی سی تعامل خوبی میان بازی سازان صورت می گیرد تا با یکدیگر آشنا شوند و از تجوی بازی سازی ها و نوع سلیقه ها اطلاع پیدا کنند. امیدوارم برای صدور مجوز و ممیزی ها دست ناشران و تولیدکننده ها را باز بگذارند و محدودیت ها را کمتر کنند تا آنان به خوبی در این راه فعالیت کنند.

منبع: خبرگزاری مهر



## تی جی سی ۲۰۱۸ در ایران، پلی به دنیای بازی سازان حرفه ای (۱۳۹۷-۱۳۹۸)

اقتصاد ایران: روز اول از رویداد بزرگ تی جی سی، تعاملی میان بازی سازان داخلی و خارجی و ناشران صورت گرفت که باعث تحولی عمیق در بازی سازی رایانه ای خواهد شد.

روز اول رویداد تی جی سی از اتفاقات مهم و قابل اجرا برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای ۱۴ تیرماه در همایش های بین المللی صداوسیما برگزار شد. این رویداد که به عنوان بزرگترین بستر و فرصت های مناسب برای بازی سازان کشور در راستای گسترش تعاملات بین المللی شناخته می شود با وجود کنفرانس ها، پنل ها، مستر کلاس و آشنایی با ناشران دیگر کشورها امتیازات گسترده ای را برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای به ارمغان می آورد.

استراتژی های مهم برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی

در افتتاحیه رویداد تی جی سی ۲۰۱۸ حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی های رایانه ای را بی حد و مرز دانست و تلاش کشورهای مختلف برای محدود کردن این صنعت را بی نتیجه می خواند، او می گوید: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در تی جی سی به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه بیان می کنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثرتر می شود. موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه به افرادی که در این حوزه فعالیت گسترده و مثمر دارند اشاره کرد و بیان می کند: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد. صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در تی جی سی به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود. کریمی قدوسی می گوید: استراتژی دوم بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی است و تبلور این استراتژی را در برگزاری تی جی سی مشاهده می کنید امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز رایانه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند. وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در تی جی سی به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی می داند و می گوید: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد.

فرهنگ و تمدن آریایی خود را در آغوش بگیرد

در ادامه برنامه تی جی سی «کیت اندوارد» مدیرعامل «Geoginify» و رئیس سابق انجمن بین المللی بازی سازان برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای و بازی سازان خلاق اظهار امیدواری کرد که در ایران عرصه بازی سازی پیشرفت قابل توجهی داشته است و توانسته مخاطبان خود را جذب کند. او می گوید: برای من افتخار بزرگی است که به ایران آمدم و همواره کسانی که با عشق و علاقه بازی ساخته اند را تحسین کرده ام. بسیار به سفر کردن علاقه دارم و یکی از چیزهایی که در این سفرها یاد گرفتم این است که «مکان» محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند و لازم نیست حتما در یک کشور خاصی زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. من بازی سازان فراوانی دیده ام که خودشان چگونگی بازی سازی را یاد گرفته و پیشرفت کرده اند.

او همچنین بیان می کند: نکته ای که وجود دارد این است که استعداد و نبوغ همیشه خود را نشان می دهد. برخی فکر می کنند از کشورهای مطرح بازی سازی جدا هستند و هیچ زمان بازی های شان به صورت بین المللی منتشر نمی شود. اما این حقیقت ندارد، شما چه در فرانسه باشید چه در ایران یا آمریکا، می توانید به موفقیت زیادی دست پیدا کنید. مطمئن باشید تمام بازی سازان دنیا روزی همین استرس ها و نگرانی های شما برای موفقیت بازی هایشان را داشته اند. بسیاری از مردم آمریکا فکر می کنند بازی «انگلی برد» در آمریکا ساخته شده اما این بازی در فنلاند توسعه یافته است. در واقع اصلا مهم نیست این بازی در فنلاند بوده یا آمریکا، استعداد خودش را نشان می دهد و بازی جهانی می شود.

اندوارد با اشاره به جمله ای از مارک تواین که «مقایسه مرگ شادی است»، می گوید: خودتان را با دیگران مقایسه نکنید و بیشترین تمرکز را برای خلق آثارتان بگذارید و فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. همچنین شما شخصیت های اساطیری و بزرگی چون کوروش و آرش کمان گیر دارید. شاید بپرسید ایرانی ها این قهرمانان را می شناسند چرا باید درباره شان بازی بسازم. ولی من به شما می گویم مردم دنیا از تاریخچه این قهرمانان بی خبرند. چینی ها به خوبی در بازی های موفق خود، از داستان ها و تمدن شان الهام می گیرند و شما نیز باید از فرهنگ خود الهام بگیرید.

او درآمد اقتصادی بازی های رایانه ای را از درآمد ورزش هایی همچون فوتبال بالاتر می داند و بیان می کند: در دنیا درآمد صنعت بازی های رایانه ای در سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد. هدف ما این نباید باشد که دنیا را با یک بازی عوض کنیم. اما می توانیم بر گوشه ای از یک دنیا اثرگذار باشیم و محیط اطراف مان را بهبود بخشیم. در این راه اشتراک دانش موضوع بسیار مهم و تاثیر گذاری است.

در ادامه برنامه تی جی سی، تولیدکنندگان بازی های رایانه ای از جمله پیچ فست، آواگیم، لیک هورس، یوزپا و... برای معرفی بازی های رایانه ای خود با مخاطبان و علاقه مندان این عرصه صحبت کردند.

به گزارش مهر، بی شک تفاوت هایی در بازی های رایانه ای ایران و دیگر کشورها وجود دارد و هیچ گاه بازی ها قابل قیاس با یکدیگر نیستند. اتفاقا این تفاوت ها است که انسان ها را قوی می کند تا گام موثری برای پیشرفت رو به جلو بردارند. پس توانایی و استعدادهاست که مرزها را می شکند و به مرحله شکوفایی می رساند. ایرانی ها از قافله بازی های رایانه ای در دنیا عقب نمانده اند. پس همچنان تلاش می کنند تا بتوانند جایشان را در دنیای بازی های رسانه ای پیدا کنند. خبرنگار مهر با چند تن از بازی سازان و تولیدکنندگان این عرصه درباره صنعت بازی سازی، کپی رایت و خلق شخصیت های بازی صحبت کرده است، که در ادامه می آید:

بازی سازان خود را باور کنند

مهدی بهرامی، بازی ساز و تولیدکننده در این صنعت، فارغ التحصیل رشته گیم از دانشگاه هلند است. درباره برنامه سازی در ایران می گوید: مطمئنا برگزاری برنامه های تی جی سی می تواند پلی میان بازی سازان ایرانی و خارجی باشد. با توجه به اینکه تمام شرکت های صنعتی در خارج ایران را تحریم کرده اند باید محفلی ایجاد کنیم تا به آنان ثابت شود که ما هم دارای صنعت بازی سازی هستیم.

او ادامه می دهد: استعدادهای زیادی در عرصه بازی سازی در ایران وجود دارد که از این استعدادهای و توانایی غافلیم و مطمئنا چیزی از دیگر کشورهای پیشرفته کم نداریم اما هنوز به خودباوری عمیق نرسیده ایم. با توجه به برگزاری برنامه هایی همچون تی جی سی و برقراری ارتباطات خوب و غنی می توانیم اعتماد به نفس خود را پیدا کنیم و در بازی سازی موفق تر عمل کنیم. اگر شخص بازی ساز تمام تمرکز خود را برای بهتر شدن کارش، به دور از کپی رایت بگذارد صددرصد به موفقیت های چشمگیری دست پیدا می کنیم. لزوما نباید به دنبال حمایت های خاص دولتی و خصوصی باشیم زیرا در زمینه «گیم» اگر بازی ها خوب باشد قطعا دیده می شویم.

بر اساس این گزارش، برخی از مخاطبان در عرصه بازی گیم، بارها گفته اند که بازی های ایرانی کپی شده دیگر بازی های خارجی هستند و مسئله کپی رایت یکی از معضلات اساسی در عرصه بازی سازی رایانه ای است بهرامی در این زمینه می گوید: یکی از دلایلی که بازی سازان ایرانی به قهرمان های خارجی می پردازند و گاها از روی دست آنان کپی می کنند به این خاطر است که با آن بازی ها بزرگ شدند و زمانی که می خواهند بازی سازی کنند، مشابه (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) آن را می سازند اما اگر از سبک بازی های جهانی فاصله بگیریم و به فرهنگ و تمدن خودمان بپردازیم کار کمی سخت تر می شود و من احساس می کنم که نمی توان چنین کاری را به ثمر رساند.

بازی سازی، رویا ساختن است

سیف از دیگر بازی سازان ایرانی، درباره صنعت بازی سازی می گوید: به اعتقاد من بازی سازی، رویاسازی است. البته هر کس که وارد این نوع بازار کاری می شود باید با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم کند تا به موفقیت برسد. مسلماً برگزاری برنامه های تی جی سی، برای کسانی که می خواهند آشنایی بیشتری در صنعت بازی سازی داشته باشند مفید است. به جرات می گویم شرکت در برنامه های تی جی سی به اندازه ۴ سال دانشگاه رفتن و دریافت مدرک لیسانس می ارزد.

اساس برگزاری برنامه های تی جی سی تعامل بازی سازان است

با توجه به اینکه امسال دوره دوم از برگزاری تی جی سی است، بدون شک، سال قبل برای بازی سازان دستاوردهای مهمی را به همراه داشته که امسال با شوق و انگیزه بیشتری در این برنامه شرکت کرده اند. یزدی از دیگر بازی سازان رایانه ای در کشور، به تعامل خوب بازی سازان با یکدیگر اشاره دارد و می گوید: با برگزاری برنامه های همچون تی جی سی تعامل خوبی میان بازی سازان صورت می گیرد تا با یکدیگر آشنا شوند و از نحوی بازی سازی ها و نوع سلیقه ها اطلاع پیدا کنند. امیدوارم برای صدور مجوز و ممیزی ها دست ناشران و تولیدکننده ها را باز بگذارند و محدودیت ها را کمتر کنند تا آنان به خوبی در این راه فعالیت کنند.



## تی جی سی ۲۰۱۸ در ایران، پلی به دنیای بازی سازان حرفه ای (۱۳۹۵-۹۶/۰۷-۰۸)

به گزارش خبرنگار مهر، روز اول رویداد تی جی سی از اتفاقات مهم و قابل اجرا برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای ۱۴ تیرماه در همایش های بین المللی صدوسیما برگزار شد. این رویداد که به عنوان بزرگترین بستر و فرصت های مناسب برای بازی سازان کشور در راستای گسترش تعاملات بین المللی شناخته می شود با وجود کنفرانس ها، پنل ها، مسترکلاس و آشنایی با ناشران دیگر کشورها امتیازات گسترده ای را برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای به ارمغان می آورد.

استراتژی های مهم برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی

در افتتاحیه رویداد تی جی سی ۲۰۱۸ حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی های رایانه ای را بی حد و مرز دانست و تلاش کشورهای مختلف برای محدود کردن این صنعت را بی نتیجه می خواند، او می گوید: امروز می توانیم با افتخار سرمایه را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در تی جی سی به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه بیان می کنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثرتر می شود. موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه به افرادی که در این حوزه فعالیت گسترده و مثمرتر دارند اشاره کرد و بیان می کند: در این راه تنها تئوریست نیستند، افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخلی و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد. صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در تی جی سی به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند. برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی قدوسی می گوید: استراتژی دوم بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی است و تبلور این استراتژی را در برگزاری تی جی سی مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز ارایه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند. وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در تی جی سی به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی می داند و می گوید: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد.

فرهنگ و تمدن آریایی خود را در آغوش بگیرید

در ادامه برنامه تی جی سی «کیت انوار» مدیرعامل «Geoginify» و رئیس سابق انجمن بین المللی بازی سازان برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای و بازی سازان خلاق اظهار امیدواری کرد که در ایران عرصه بازی سازی پیشرفت قابل توجهی داشته است و توانسته مخاطبان خود را جذب کند. او می گوید: برای من افتخار بزرگی است که به ایران آمدم و همواره کسانی که با عشق و علاقه بازی ساخته اند را تحسین کرده ام. بسیار به سفر کردن علاقه دارم و یکی از چیزهایی که در این سفرها یاد گرفتم این است که «مکان» محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند و لازم نیست حتما در یک کشور (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) خاصی زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. من بازی سازان فراوانی دیده ام که خودشان چگونگی بازی سازی را یاد گرفته و پیشرفت کرده اند. او همچنین بیان می کند: نکته ای که وجود دارد این است که استعداد و نبوغ همیشه خود را نشان می دهد. برخی فکر می کنند از کشورهای مطرح بازی سازی جدا هستند و هیچ زمان بازی های شان به صورت بین المللی منتشر نمی شود. اما این حقیقت ندارد. شما چه در فرانسه باشید چه در ایران یا آمریکا، می توانید به موفقیت زیادی دست پیدا کنید. مطمئن باشید تمام بازی سازان دنیا روزی همین استرس ها و نگرانی های شما برای موفقیت بازی هایشان را داشته اند. بسیاری از مردم آمریکا فکر می کنند بازی «انگری برد» در آمریکا ساخته شده اما این بازی در فنلاند توسعه یافته است. در واقع اصلا مهم نیست این بازی در فنلاند بوده یا آمریکا، استعداد خودش را نشان می دهد و بازی جهانی می شود.

ادوارد با اشاره به جمله ای از مارک تواین که «مقایسه مرگ شادی است»، می گوید: خودتان را با دیگران مقایسه نکنید و بیشترین تمرکز را برای خلق آثارتان بگذارید و فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. همچنین شما شخصیت های اساطیری و بزرگی چون کوروش و آرش کمان گیر دارید. شاید بپرسید ایرانی ها این قهرمانان را می شناسند چرا باید درباره شان بازی بسازم. ولی من به شما می گویم مردم دنیا از تاریخچه این قهرمانان بی خبرند. چینی ها به خوبی در بازی های موفق خود، از داستان ها و تمدن شان الهام می گیرند و شما نیز باید از فرهنگ خود الهام بگیرید.

او درآمد اقتصادی بازی های رایانه ای را از درآمد ورزش هایی همچون فوتبال بالاتر می داند و بیان می کند: در دنیا درآمد صنعت بازی های رایانه ای در سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد. هدف ما این نباید باشد که دنیا را با یک بازی عوض کنیم. اما می توانیم بر گوشه ای از یک دنیا اثرگذار باشیم و محیط اطراف مان را بهبود بخشیم. در این راه اشتراک دانش موضوع بسیار مهم و تاثیر گذاری است.

در ادامه برنامه تی جی سی، تولیدکنندگان بازی های رایانه ای از جمله پیج فست، آواگیم، لیک هورس، یوزیا و... برای معرفی بازی های رایانه ای خود با مخاطبان و علاقه مندان این عرصه صحبت کردند.

به گزارش مهر، بی شک تفاوت هایی در بازی های رایانه ای ایران و دیگر کشورها وجود دارد و هیچ گاه بازی ها قابل قیاس با یکدیگر نیستند. اتفاقا این تفاوت ها است که انسان ها را قوی می کند تا گام موثری برای پیشرفت رو به جلو بردارند. پس توانایی و استعدادهاست که مرزها را می شکند و به مرحله شکوفایی می رساند. ایرانی ها از قافله بازی های رایانه ای در دنیا عقب نمانده اند. پس همچنان تلاش می کنند تا بتوانند جایشان را در دنیای بازی های رسانه ای پیدا کنند. خبرنگار مهر با چند تن از بازی سازان و تولیدکنندگان این عرصه درباره صنعت بازی سازی، کپی رایت و خلق شخصیت های بازی صحبت کرده است، که در ادامه می آید:

بازی سازان خود را باور کنند

مهدی بهرامی، بازی ساز و تولیدکننده در این صنعت، فارغ التحصیل رشته گیم از دانشگاه هلند است. درباره برنامه سازی در ایران می گوید: مطمئنا برگزاری برنامه های تی جی سی می تواند پلی میان بازی سازان ایرانی و خارجی باشد. با توجه به اینکه تمام شرکت های صنعتی در خارج ایران را تحریم کرده اند باید محفلی ایجاد کنیم تا به آنان ثابت شود که ما هم دارای صنعت بازی سازی هستیم.

او ادامه می دهد: استعدادهای زیادی در عرصه بازی سازی در ایران وجود دارد که از این استعدادهای و توانایی غافلیم و مطمئنا چیزی از دیگر کشورهای پیشرفته کم نداریم اما هنوز به خودباوری عمیق نرسیده ایم. با توجه به برگزاری برنامه هایی همچون تی جی سی و برقراری ارتباطات خوب و غنی می توانیم اعتماد به نفس خود را پیدا کنیم و در بازی سازی موفق تر عمل کنیم. اگر شخص بازی ساز تمام تمرکز خود را برای بهتر شدن کارش، به دور از کپی رایت بگذارد صددرصد به موفقیت های چشمگیری دست پیدا می کنیم. لزوما نباید به دنبال حمایت های خاص دولتی و خصوصی باشیم زیرا در زمینه «گیم» اگر بازی سازی ها خوب باشد قطعا دیده می شویم.

بر اساس این گزارش، برخی از مخاطبان در عرصه بازی گیم، بارها گفته اند که بازی های ایرانی کپی شده دیگر بازی های خارجی هستند و مسئله کپی رایت یکی از معضلات اساسی در عرصه بازی سازی رایانه ای است. بهرامی در این زمینه می گوید: یکی از دلایلی که بازی سازان ایرانی به قهرمان های خارجی می پردازند و گاها از روی دست آنان کپی می کنند به این خاطر است که با آن بازی ها بزرگ شدند و زمانی که می خواهند بازی سازی کنند، مشابه آن را می سازند. اما اگر از سبک بازی های جهانی فاصله بگیریم و به فرهنگ و تمدن خودمان بپردازیم کار کمی سخت تر می شود و من احساس می کنم که نمی توان چنین کاری را به ثمر رساند.

بازی سازی، رویا ساختن است

سیف از دیگر بازی سازان ایرانی، درباره صنعت بازی سازی می گوید: به اعتقاد من بازی سازی، رویاسازی است. البته هر کس که وارد این نوع بازار کاری می شود باید با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم کند تا به موفقیت برسد. مسلما برگزاری برنامه های تی جی سی، برای کسانی که می خواهند آشنایی بیشتری در صنعت بازی سازی داشته باشند مفید است. به جرات می گویم شرکت در برنامه های تی جی سی به اندازه ۴ سال دانشگاه رفتن و دریافت مدرک لیسانس می آزد.

اساس برگزاری برنامه های تی جی سی تعامل بازی سازان است

با توجه به اینکه امسال دوره دوم از برگزاری تی جی سی است، بدون شک، سال قبل برای بازی سازان دستاوردهای مهمی را به همراه داشته که امسال با شوق و انگیزه بیشتری در این برنامه شرکت کرده اند. بیدقی از دیگر بازی سازان رایانه ای در کشور، به تعامل خوب بازی سازان با یکدیگر اشاره دارد و می گوید: با برگزاری برنامه های همچون تی جی سی تعامل خوبی میان بازی سازان صورت می گیرد تا با یکدیگر آشنا شوند و از نحوی بازی سازی ها و نوع سلیقه ها اطلاع پیدا کنند. امیدوارم برای صدور مجوز و ممیزی ها دست ناشران و تولیدکننده ها را باز بگذارند و محدودیت ها را کمتر کنند تا آنان به خوبی در این راه فعالیت کنند.

**صالحی از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد** (۱۳۹۵-۰۷/۰۴/۱۳۹۵)

خبرگزاری شبستان: وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای بازدید کرد و از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد.

به گزارش خبرنگار شبستان، سید عباس صالحی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز جمعه (۱۵ تیرماه) از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای دیدار کرد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از غرفه های این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولین غرفه های مختلف در جهت محصولات جدید آنها و مشکلاتی که در این صنف دارند به صحبت ایستاد.

دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از تمامی غرفه ها بازدید کرد و با جوانانی که بیشتر در این نمایشگاه حضور دارند و فعال هستند گفت و گو کرد و از شرایط این صنف آگاه شد.

گفتنی است رویداد تی جی سی (Tehran Game Conversation) از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت گیم کانکشن فرانسه برپا شده است.

در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ کنفرانس تخصصی، برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان این فرصت را محیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند.

پایان پیام/۵۲۳

**در دومین رویداد بین المللی؛ بازدید وزیر ارشاد از غرفه های بازی های رایانه ای** (۱۳۹۵-۰۷/۰۴/۱۳۹۵)

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از غرفه های بازی سازان ایرانی در دومین رویداد بین المللی بازی های رایانه ای بازدید کرد.

به گزارش خبرنگار خبرگزاری صداوسیما، این رویداد با حضور بیش از ۱۵۰۰ نفر از فعالان صنعت بازی های رایانه ای کشور، بیش از ۵۰ سخنران مطرح بین المللی و ۲۴ شرکت خارجی از کشورهای مختلف جهان در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما در حال برگزاری است. دو هدف اصلی این رویداد، تسهیل تولید و صادرات بازی های رایانه ای ایرانی در شرایط تحریم و انتقال دانش روز بازی سازی اعلام شده تا فرصتی برای تعامل میان بازی سازان جوان ایرانی و ناشران بین المللی فراهم شود.

حمایت ۱۰ میلیارد تومانی وزارت ارشاد از بازی های پارانه ای ایرانی

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: در بودجه امسال، مقرر شد اعتبار به دست آمده از محل اخذ عوارض واردات بازی های رایانه ای خارجی که مبلغی حدود ۱۰ میلیارد تومان است، به نحو شفاف برای حمایت از بازی سازان ایرانی، تعلق گیرد.

سید عباس صالحی در مصاحبه با خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما در حاشیه بازدید از غرفه های رویداد بین المللی بازی های رایانه ای افزود: در حال حاضر، دو هزار و ۷۰۰ نفر در صنعت بازی سازی داخلی کشور مشغول به کار هستند و این صنعت، پتانسیل خوبی برای اشتغالزایی دارد.

وی گفت: آخرین پیمایش بنیاد ملی بازی های رایانه ای نشان می دهد که ما در کشور، ۲۸ میلیون نفر کاربر بازی های رایانه ای

با میانگین سنی ۱۹ سال داریم که روزانه به طور متوسط، ۹۰ دقیقه، بازی می کنند.

وزیر ارشاد، افزود: ما بازار داخلی خوبی در حوزه بازی های رایانه ای داریم و این حوزه، هم به لحاظ فرهنگی و هم اقتصادی بسیار پربازده است و نیازی نیست مانند برخی صنایع میلیاردها تومان هزینه کنیم تا به اشتغال و تحول برسیم بلکه با ۱۰ میلیارد تومان هزینه در این حوزه می توانیم شاهد اقدامات بسیار ارزنده ای باشیم.

صالحی گفت: سطح بازی های رایانه ای ایرانی در سال های اخیر، رشد خوبی داشته است به طوری که اکنون تقاضا برای بازی های ایرانی در بازارهای جهانی رو به افزایش است.

کد ویدئو دانلود فیلم اصلی

**بازدید وزیر ارشاد از نمایشگاه بازی های رایانه ای (۱۳۸۵-۹۷/۰۹/۱۵)**

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای بازدید کرد.

به گزارش خبرگزاری فارس به نقل از روابط عمومی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سیدعباس صالحی در بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای ضمن گفت و گو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفت و گو کرد. دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است. در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ نشست تخصصی، برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان این فرصت را مهیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند.

**صالحی از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد (۱۳۸۵-۹۷/۰۹/۱۵)**

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز جمعه از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای دیدن کرد.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سیدعباس صالحی در این بازدید ضمن گفتگو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفتگو کرد. دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان آن، بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است. در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ نشست تخصصی و برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان، این فرصت را مهیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند.

**صالحی از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد (۱۳۸۵-۹۷/۰۹/۱۵)**

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای دیدن کرد.

به گزارش گروه فرهنگی خبرگزاری آنا، سیدعباس صالحی در بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای، ضمن گفتگو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفتگو کرد. دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان آن، بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است. در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ نشست تخصصی و برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان، این فرصت را مهیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند.

**صالحی از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد** (۱۳۹۲-۹۲/۰۴/۱۵)

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز جمعه از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای دیدن کرد.

به گزارش گروه فرهنگی باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز جمعه از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای دیدن کرد.

سیدعباس صالحی در این بازدید ضمن گفتگو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفتگو کرد.

گفتنی است؛ دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان آن، بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است.

**وزیر ارشاد از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد** (۱۳۹۲-۹۲/۰۴/۱۵)

صالحی امروز جمعه از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای دیدن کرد.

به گزارش گروه فرهنگی باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز جمعه از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای دیدن کرد.

سیدعباس صالحی در این بازدید ضمن گفتگو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفتگو کرد.

گفتنی است؛ دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان آن، بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است.

**رویداد IGCC ۲۰۱۸ آغاز شد** (۱۳۹۵-۹۲/۰۴/۱۵)

رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰۰ ها شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح امروز آغاز شد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در مراسم افتتاحیه این رویداد، مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) و حسن کریمی قنوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سخنرانان کلیدی هستند.

پس از مراسم افتتاحیه نیز در رویدادی جذاب و در بخش Pitch Fest، نامزدهای «جایزه گیمستان» فرصت خواهند داشت بازی های خود را به ناشران، سرمایه گذاران و علاقه مندان این حوزه معرفی کنند.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور دارند. همچنین ۵ مسترکلاس IGCC ۲۰۱۸ نیز دیروز در انستیتو ملی بازی سازی برپا شد.

با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود.

بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت می کنند. همچنین پس از برگزاری IGCC ۲۰۱۷، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده اند و رویداد امسال فرصتی طلایی برای آنها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شود.



## چشم امید بازی سازان برای توسعه تعاملات بین المللی؛ IGC ۲۰۱۸ رسماً آغاز شد (۱۳۹۵-۰۷/۰۷/۹۵)

خبرایران: رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰۰ شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح امروز آغاز شد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در مراسم افتتاحیه این رویداد، **Kate Edwards** مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) و حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سخنرانان کلیدی هستند. پس از مراسم افتتاحیه نیز در رویدادی جذاب و در بخش **Pitch Fest** نامزدهای «جایزه گیمستان» فرصت خواهند داشت بازی های خود را به ناشران، سرمایه گذاران و علاقه مندان این حوزه معرفی کنند. در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور دارند. همچنین ۵ ماستر کلاس IGC ۲۰۱۸ نیز دیروز در انستیتو ملی بازی سازی برپا شد. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت می کنند. همچنین پس از برگزاری IGC ۲۰۱۷، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده اند و رویداد امسال فرصتی طلایی برای آنها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شود.



## تجربه هیجان انگیز مربی فرانسوی در رویداد بازی های رایانه ای تهران (۱۳۹۵-۰۷/۰۷/۹۵)

فرد موریو (Fred Moreau) مربی کلاس های تخصصی همایش بین المللی بازی های رایانه ای تهران از نخستین حضور خود در ایران و فرصت تعامل با علاقه مندان به بازی سازی در کشور به عنوان یک تجربه هیجان انگیز یاد کرد. در ادامه همراه دنیای بازی باشید. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، موریو با ابراز خرسندی از برگزاری یک رویداد بین المللی در حوزه بازی های رایانه ای در ایران گفت: این حس را داشتم که با فرهنگ جدیدی رو به رو خواهم شد و از این بابت بسیار خوشحالم. من در فرانسه چند دوست ایرانی دارم اما حال از بودن در این همایش و ملاقات جمعیت قابل توجهی از علاقه مندان ایرانی بازی های رایانه ای خوشحالم. او گفت: از تعداد بالای شرکت کنندگان در کلاس های آموزشی IGC غافلگیر شده ام و انتظار دیدن چنین جمعیتی را نداشتم. برایم جالب است که بسیاری از شرکت کننده ها درباره موضوعات مورد بحث پیشاپیش دانش و اطلاعات فراوانی دارند. موریو که تجربیات خود را درباره «حرفه ای شدن در رابط کاربری UNITY و سیستم های انیمیشن» با علاقه مندان ایرانی در میان می گذارد گفت: کارگاه های آموزشی در رویدادی نظیر IGC از بازده بالایی برخوردار است. او افزود: من این امکان را داشتم تا تیم هایی مشتمل بر افراد خلاق را در طی توسعه پروژه های مبتکرانه هدایت کنم. من عاشق یادگیری و آموزش هستم. زمانی که در این صنعت کار می کنید، به اشتراک گذاری دانش نه تنها وظیفه شما است، بلکه فرصتی است برای هرچه بیشتر آموختن. این مربی فرانسوی درباره تجربه آشنایی و کار با موتور بازی های کامپیوتری افزود: من خود یک توسعه دهنده خودآموخته ام. از سال ۲۰۱۱ با Unity کار می کنم و خوشبختانه استاتید خوبی داشته ام که به من درباره OOP چیزهایی بسیار ارزشمندی آموخته اند البته زمانی که پیشینه تحصیلی شما مهندسی نباشد این کار دشواری است. اگر من توانستم همه می توانند.



## مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه IGC ۲۰۱۸ اعلام کرد: سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی (۱۳۹۵-۰۷/۰۷/۹۵)

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه IGC ۲۰۱۸، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد. در ادامه همراه دنیای بازی باشید. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حسن کریمی قدوسی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و بدون محدودیت هستند و هر چقدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت. وی با بیان این که بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با اقتدار سرمایه را بالا بیاوریم و اعلام کنیم (ادامه دارد ...)

## بازی‌سازی

(ادامه خبر ...) که با وجود همه محدودیت‌های سال‌های اخیر، بزرگ‌ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در **TGC** به عنوان بزرگ‌ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می‌زنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم‌رنگ‌تر و بی‌اثرتر می‌شود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای گفت: موفقیت‌های صنعت بازی‌های رایانه‌ای در کشور را مدیون بازی‌سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی خطاب به بازی‌سازان گفت: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می‌خواهیم سهم حداکثری از بازار داخلی و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای دنبال خواهد کرد.

وی با بیان این که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی‌سازی ما به حمایت‌های مالی و غیرمالی شفاف و آموزش‌های حرفه‌ای نیاز دارد. شما می‌توانید در **TGC** به غرفه همگرا سرزده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می‌کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای تاکید کرد: برگزاری دوره‌های مشترک بین‌المللی و اعزام تیم‌های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می‌شود.

کریمی با بیان این که در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی‌های رایانه‌ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت: در ماه‌های آینده تحلیل‌های بیشتری از این گزارش ارائه می‌شود تا بازی‌سازان انتخاب‌های هوشمندانه‌تری در ساخت بازی داشته باشند.

وی استراتژی دوم بنیاد را بین‌المللی کردن صنعت بازی‌های رایانه‌ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری **TGC** مشاهده می‌کنید. امیدوارم بازی‌سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس‌هایی که این دو روز ارائه می‌شود، با سخنرانان بین‌المللی آشنا شده و شبکه‌سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق‌ترین شرکت‌ها در صنعت بازی‌های رایانه‌ای آنهایی هستند که شبکه‌بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به‌طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می‌گذارند.

کریمی با تاکید بر این که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی‌سازی ما کم‌فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت‌های مان در انتشار بازی‌های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی‌سازان ایرانی فراهم شده است که بازی‌هایشان را در **TGC** به بیش از ۲۰ ناشر بین‌المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی‌سازان داخلی در رقابت با بازی‌های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی‌های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه‌های ایرانی اختصاص خواهد



## گیم‌فا

## نصاویر اختصاصی گیم‌فا از رویداد ۲۰۱۸ TGC | سری نخست (۱۳۹۶-۱۳۹۷-۱۳۹۸)

رویداد TehranGame Convention که به اختصار **TGC** شناخته می‌شود، بزرگ‌ترین رویداد تجاری (B2B) در صنعت بازی‌های ویدئویی در میان ۳۳ کشور منطقه گیم‌فاست بوده که روز گذشته دومین دوره آن آغاز به کار کرد.

**TGC** از سوی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه برپا می‌شود. کنفرانس‌های تخصصی و نشست‌های صاحب‌رسانه و بازیگران اصلی صنعت بازی‌های ویدئویی از مهم‌ترین برنامه‌های این رویداد است که فرصت خوبی را برای علاقه‌مندان این حوزه فراهم می‌آورد.

گیم‌فا نیز به رسم هر سال و با هدف پوشش همه‌جوانی این صنعت، در این رویداد حاضر شده و ضمن پوشش خبری مهم‌ترین اتفاقات آن، تصاویری اختصاصی از **TGC ۲۰۱۸** هم تهیه کرده که در ادامه می‌توانید آن‌ها را مشاهده کنید.



## بازی‌سازی

## توصیه برنامه‌نویس اتریشی به بازی‌سازان ایرانی: تمرین، تمرین، تمرین (۱۳۹۸-۱۳۹۷-۱۳۹۶)

دیتمار هاوزر (Dietmar Hauser) برنامه‌نویس اتریشی از تجربه حضور خود در همایش بازی‌های رایانه‌ای ایران و اهمیت پشتکار در این حوزه گفت. در ادامه همراه دنیای بازی باشید.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، هاوزر که پیشتر تجربه سخنرانی در رویداد Game Connection پاریس را داشته اکنون به تهران آمده تا تجربیات خود را با علاقه‌مندان مستعد حوزه بازی‌سازی در ایران به اشتراک بگذارد.

او درباره نخستین حضور خود در **TGC** گفت: همه چیز فوق‌العاده است؛ سخنرانی افتتاحیه، مکان برگزاری و البته تور تهرانگردی جذابی که یک روز قبل از شروع همایش تدارک دیده شده بود.

هاوزر افزود: متأسفانه چیزهای خوبی درباره ایران نشنیده بودم. بنابراین باید به تهران می‌آمدم تا با چشم خودم واقعیت را ببینم. تبلیغات منفی زیادی علیه ایران جریان دارد اما خوشحالم که شخصا تجربه حضور در ایران را پیدا کرده‌ام (ادامه دارد ...)

## بازی‌سازی

(ادامه خبر ...) او خطاب به فعالان حوزه بازی در ایران گفت: بهترین راه پیشرفت به خصوص در زمینه کارهای عملی از جمله برنامه نویسی و طراحی هنری فقط یک چیز است: تمرین، تمرین، تمرین. کافیت با ممارست به کار خود ادامه دهید تا موفق شوید.

او برای امیدواری کرد که تجربه حضور در بزرگترین رویداد بازی های رایانه ای ایران را سال آینده نیز تکرار خواهد کرد.

هاوزر در وین مستقر است و شرکت برنامه نویسی خودش را با نام **roborodent e.U.** اداره می کند که تنها کارمندش خود اوست. او سابقه فعالیت به عنوان برنامه نویس ارشد در شرکت بازی سازی اتریشی مطرح **Sproing** را در کارنامه دارد و در حال حاضر روی چند بازی جدید مشغول کار است که هنوز اسمی از آنها منتشر نشده.

این برنامه نویس اروپایی در رویداد بازی های رایانه ای تهران درباره یک چالش مهم در ساخت بازی های موبایلی حرف می زند: حجم زیاد فایل های بازی و زمان طولانی دانلود که بسیاری از کاربران را از دانلود و نصب بازی های موبایلی منصرف می کند؛ عاملی که به درآمد بازی سازها و آینده کاری آنها لطمه می زند.

او در سخنرانی خود به مرور تغییر و تحولات یک دهه اخیر در این زمینه پرداخته و نیز راهکارهایی را به توسعه دهندگان بازی های موبایلی ارائه می کند.



## مهر خستناکار

### قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای: تحریم های امریکا هیچ اثری بر TGC نگذاشت (۱۳۹۵/۰۷/۰۲-۱۳۹۵/۰۷/۰۲)

قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: تحریم های امریکا نتوانست تاثیری بر **TGC۲۰۱۸** بگذارد و تمام میهمانان بین المللی ما به این رویداد آمدند. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حسن فتحی افزود: سخنرانان و شرکت های خارجی بیشتر و با کیفیت تری نسبت به سال گذشته به **TGC** آمده اند.

وی افزود: بنیاد ملی بازی های رایانه ای تمام تلاش خود را برای اتصال بازی سازان به بازارهای جهانی می کند و **TGC** را می توان نقطه عطف این تلاش ها دانست.

قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به تحریم های ظالمانه اخیر امریکا گفت: خوشبختانه این تحریم ها هیچ اثری بر کیفیت برگزاری این رویداد نداشت و حتی شرکت ها و سخنرانان امریکایی و کاتادایی طبق قول و قرار قبلی شان، به ایران آمدند.



## بازی‌سازی

### آخرین آمار رده بندی سنی بازی های رایانه ای در TGC۲۰۱۸ اعلام شد (۱۳۹۵/۰۷/۰۲-۱۳۹۵/۰۷/۰۲)

مدیر نظام رده بندی بازی های رایانه ای اعلام کرد: تاکنون بیش از ۲۲ هزار و ۵۰۰ بازی در کنسول های مختلف از نظر سنی رده بندی شده است. در ادامه همراه دنیای بازی باشید.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، رضا احمدی که در غرفه اسرا در بخش نمایشگاهی رویداد **TGC۲۰۱۸** با خبرنگار ما گفت وگو می کرد گفت: تاکنون در بخش کنسول های بازی و **PC**، بیش از ۴۵۰۰ بازی موبایلی رده بندی سنی شده اند. در بخش موبایل نیز بیش از ۱۸۰۰۰ بازی داخلی و خارجی رده بندی شده اند.

وی افزود: اسرا همکاری خوبی با مارکت های عرضه بازی دارد و اکنون در مارکت های پرفرمدار ایرانی، در بخش توضیحات هر بازی، رده بندی سنی بازی هایی که تاکنون در اسرا بررسی کرده ایم، مشخص شده است.

احمدی ادامه داد: در کنار رده بندی سنی بازی ها، یکی از اهداف مهم این است که سواد خانواده ها در حوزه بازی های رایانه ای را ارتقا دهیم. در این راه محتواهای موجود در هر بازی را به خانواده ها معرفی کرده و از آنها می خواهیم به این بخش نیز توجه کنند. چرا که ممکن است یک نفر در رده سنی بازی مربوط قرار بگیرد اما به خاطر مثلا حساسیت به صحنه های ترسناک، بهتر است سراغ بازی دیگری برود.

براساس این گزارش غرفه نظام رده بندی بازی های رایانه ای در بخش نمایشگاهی **TGC۲۰۱۸** برپا شده و آماده پاسخگویی به سوالات شرکت کنندگان در این رویداد است.



## بازی‌سازی

### سامانه همگرا برای نخستین بار در TGC معرفی شد (۱۳۹۵/۰۷/۰۲-۱۳۹۵/۰۷/۰۲)

سامانه همگرا برای نخستین بار در بخش نمایشگاهی **TGC۲۰۱۸** معرفی شد. در ادامه همراه دنیای بازی باشید.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، متین ایزدی معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره همگرا توضیح داد: ساختار حمایتی همگرا در سال ۱۳۹۶ متولد شد تا حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای در حوزه های مختلف صنعت بازی را، همان طور که از تماشای پیداست، همگرا (ادامه دارد ...)

## بازی سازی

(ادامه خبر ...) کند وی ادامه داد: به این ترتیب می توان خدماتی هدفمند و متنوع در جهت توانمندسازی صنعت بازی ایران ارائه کرد. در این راه چشم انداز ما شفاف سازی حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ارتقای تعالی شرکت ها و تیم ها و تحول ساختاری صنعت بازی ایران از طریق ارائه متنوع ترین، بهترین و سریع ترین خدمات حمایتی است.

ایزدی درباره انواع حمایت های بنیاد توضیح داد: جذب تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، مشاوره تخصصی و توسعه ساختاری، تبلیغات، بازاریابی و توسعه بازار، در اختیار گذاشتن تجهیزات، امکانات و محل استقرار، آموزش نیروی انسانی و پشتیبانی و آزمون بازی، راهکارهای ما برای حمایت از بازی سازان است.

معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان این که برای حمایت هدفمند و شفاف از بازی سازان، سامانه ای طراحی شده است گفت: این سامانه تا پایان تیرماه راه اندازی می شود و بازی سازان برای دریافت حمایت باید در آن ثبت نام کنند.

وی ادامه داد: امکان انتخاب حمایت مورد نیاز توسط بازی ساز، از ویژگی های این سامانه است.

براساس این گزارش، غرفه همگرا در بخش نمایشگاهی رویداد TGCT ۰۱۸ برپا شده و برای نخستین بار به معرفی سامانه همگرا به بازی سازان پرداخته است.



شرکتهای بنیاد  
IGDA

### TGCT ۰۱۸ رسماً آغاز شد (۱۳۹۵-۰۷/۰۹-۱۳۹۶)

تهران (پانا) - رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰۰ شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح امروز آغاز شد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در مراسم افتتاحیه این رویداد، مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) و حسن کریمی قنوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سخنرانان کلیدی هستند.

پس از مراسم افتتاحیه نیز در رویدادی جذاب و در بخش Pitch Fest نامزدهای «جایزه گیمستان» فرصت خواهند داشت بازی های خود را به ناشران، سرمایه گذاران و علاقه مندان این حوزه معرفی کنند.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور دارند. همچنین ۵ مسخر کلاس TGCT ۰۱۸ نیز دیروز در انستیتو ملی بازی سازی برپا شد.

با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود.

بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت می کنند. همچنین پس از برگزاری TGCT ۰۱۷، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده اند و رویداد امسال فرصتی طلایی برای آنها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شود.



سهره خندانگزار  
Sohreh Khodanazar

### برپایی غرفه نظام رده بندی بازی های رایانه ای در TGC و اعلام آخرین آمار رده بندی بازی ها (۱۳۹۴-۰۷/۰۹-۱۳۹۵)

مدیر نظام رده بندی بازی های رایانه ای اعلام کرد: تاکنون بیش از ۲۲ هزار و ۵۰۰ بازی در کنسول های مختلف، از نظر سنی رده بندی شده است. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، رضا احمدی که در غرفه اسرا در بخش نمایشگاهی رویداد TGCT ۰۱۸ با خبرنگار ما گفت و گو می کرد گفت: تاکنون در بخش کنسول های بازی و PC، بیش از ۴۵۰۰ بازی موبایلی رده بندی سنی شده اند. در بخش موبایل نیز بیش از ۱۸۰۰۰ بازی داخلی و خارجی رده بندی شده اند.

وی افزود: اسرا همکاری خوبی با مارکت های عرضه بازی دارد و اکنون در مارکت های پرتعداد ایرانی، در بخش توضیحات هر بازی، رده بندی سنی بازی هایی که تاکنون در اسرا بررسی کرده ایم، مشخص شده است.

احمدی ادامه داد: در کنار رده بندی سنی بازی ها، یکی از اهداف مهم این است که سواد خانواده ها در حوزه بازی های رایانه ای را ارتقا دهیم. در این راه محتواهای موجود در هر بازی را به خانواده ها معرفی کرده و از آنها می خواهیم به این بخش نیز توجه کنند. چرا که ممکن است یک نفر در رده سنی بازی مربوط قرار بگیرد اما به خاطر مثلا حساسیت به صحنه های ترسناک، بهتر است سراغ بازی دیگری برود.

براساس این گزارش غرفه نظام رده بندی بازی های رایانه ای در بخش نمایشگاهی TGCT ۰۱۸ برپا شده و آماده پاسخگویی به سوالات شرکت کنندگان در این رویداد است.



## دومین دوره رویداد بازی سازی Level Up آغاز شد؛ بزرگ ترین رقابت بازی سازی مستقل برای رایانه های

شخصی (۱۱۵۴-۹۷۰۰/۰/۱۵)

دومین دوره رویداد لول آپ (Level Up)، با هدف تولید و ساخت بازی های کامپیوتری برای رایانه های شخصی و با تمرکز با فرهنگ بازی سازی مستقل برگزار می شود.

به گزارش سرویس بازار ایستا، به گفته امیرحسین فصیحی، مدیرعامل شرکت فن افزار، در این رویداد که از همین امروز ثبت نام آن آغاز می شود و تا ۲۲ تیر ماه هم ادامه پیدا می کند، در امتداد شعار جهانی سازی دوره گذشته، عبارت «تیم بساز، بازی بساز» برای معرفی خط مشی برگزیده شده است تا اهمیت تیم سازی و نگرش گروهی را برای بازی سازان جوان پررنگ کند.

وی در توضیح تغییر نگاه این رویداد محبوب به سمت بازی های رایانه ای گفت: باور داریم که علی رغم توجه مضاعف به بازی های موبایل، هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد. از سوی دیگر، امسال، شرکت فن افزار در کنار خود هیولا، پلتفرم عرضه دیجیتال بازی های کامپیوتری را نیز به عنوان بازی برگزار کننده رویداد می بیند و از همین رو تصمیم گرفته است که در این دوره روی بازی های کامپیوتری (PC Games) و فرهنگ بازی سازی مستقل تمرکز شود.

محتوای ایرانی برای بازارهای جهانی

اولین دوره این رویداد دو سال پیش با شمار «در مسیر جهانی شدن» برگزار شد که در طی آن، ۱۷۴ تیم از اقصی نقاط ایران به رقابت پرداختند و ۶۴ محصول وارد مرحله داوری شدند. تفاوت عمده این دوره نسبت به دوره پیشین بها دادن به «قالب (Theme)» در بازی سازی است.

فصیحی درباره چارچوب های بازی سازی در این دوره از رویداد level up بیان کرد: امسال، تم ساختاری و تم محتوایی برای بازی های در نظر گرفته شده است. تم ساختاری، نوع بازی را مشخص می کند و تم محتوایی نیز با تکیه بر فرهنگ و هنر ایرانی، حال و هوای کلی بازی را روایت می کند.

وی در این مراسم از جای خالی بازی های رقابتی چندنفره در بازار ایران سخن گفت و اضافه کرد: بازی هایی که ساخته می شوند باید از نوع چندنفره رقابتی (Competitive Multiplayer) باشند. چنین سبک بازی های در بازار ایران کمتر یافت می شوند و در بازارهای جهانی نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند و طرفداران بسیاری دارند. ساخت بازی های چندنفره رقابتی با الهام گرفتن از فرهنگ غنی و هنر ایرانی می تواند مخاطب های داخلی و خارجی را به سمت بازی های مستقل ایرانی بکشاند.

مدیرعامل شرکت فن افزار همچنین درباره تمرکز این رویداد برای تولید بازی روی کامپیوترهای شخصی سخن گفت: بستر ایده آل برای این دست بازی ها، رایانه های شخصی است. به همین منظور تصمیم گرفتیم امسال تمرکز را روی این بخش از صنعت بازی بگذاریم و تیم های مستقل را تشویق کنیم تا در این راه قدم بگذارند.

ثبت نام در رویداد

کسری تهرانی، مدیر توسعه تجاری هیولا، در توضیح روند برگزاری رویداد گفت: تیم های علاقه مند به شرکت در رویداد Level Up فرصت دارند در بازه زمانی ۱۱ تا ۲۲ تیر در وب سایت فن افزار مشخصات خود را ثبت کنند. البته تنابیری نیز اتخاذ شده است تا کسانی که تیم کامل ندارند بتوانند تیم سازی و در این رویداد شرکت کنند.

به گفته این مدیر هیولا، تیم ها پس از تایید و ورود به رویداد می توانند از بین مربیان (Mentor) یکی را به عنوان مربی خود انتخاب کنند تا در طول این دوره از تجربه های وی استفاده کنند و هنگام ساخت بازی از راهنمایی های او کمک بگیرند.

وی از علاقه مندان دعوت کرد برای اطلاعات بیشتر به صفحه های اجتماعی رویداد لول آپ و هیولا در توئیتر و اینستاگرام یا Hayoola.com مراجعه کنند. تهرانی همچنین به روند برگزاری رویداد و مراحل آن اشاره کرد و افزود: تیم های ثبت نامی ۸ هفته فرصت دارند تا پروژه خود را بسازند. این رویداد در سه مرحله برگزار خواهد شد.

شرکت کنندگان باید برای عبور از هر مرحله، موارد خواسته شده از آن ها را ارسال کنند. آخرین مرحله یا همان مرحله سوم، ارسال خروجی بازی است که باید نسخه آزمایشی قابل بازی (Playable Demo) باشد به طوری که جذابیت و حس و حال بازی را کاملاً به نمایش بگذارد. در واقع، به اصطلاح بازی سازان باید برشی عمودی (Vertical Slice) از بازی باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر ویدئو آموزشی فن افزار درباره برش عمودی را در آپارات ببینید.

جوایز و داوری مسابقه

یاسر زین، یکی از مربیان رویداد، با اعلام آنکه بخشی از جوایز مسابقه به ترتیب مبلغ ۱۵، ۳۰ و ۷ میلیون تومانی برای تیم های لول تا سوم است گفت: با حمایت هیولا از این رویداد، بازی سازان در این دوره می توانند محصول تولیدی شان را تحت عنوان «دسترسی سریع» (Early Access) که روشی مرسوم در بازی سازی مستقل برای تأمین سرمایه جمعی است در این پلتفرم عرضه کنند. به این ترتیب تیم ها می توانند از این فرصت و سرمایه ای که به دست می آورند برای تکمیل محصول خود استفاده کنند.

وی تأکید کرد: تیم ها باید بتوانند بر اساس شرایطی که در وب سایت توضیح داده شده است محصولی قابل بازی تا هیات داوران این رویداد آن را در روز قضاوت ارزش گذاری کنند. همچنین در ادامه افزود: Level Up در تلاش است تا فضایی پدید آورد که علاقه مندان و تیم های بازی سازی بیشتری به سمت توسعه

بازی های مستقل قدم بردارند. با افزایش بازی های مستقل و کیفیت آن ها، صنعت بازی سازی ایران می تواند قدم های بهتر و بیشتری رو به جلو بردارد. در مراسم افتتاحیه رویداد، حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز حضور داشت و در سخنان خود به نقش حمایتی بنیاد اشاره کرد و گفت: صنعت بازی یکی از صنایع پرسود دنیاست. این بخش از صنعت پتانسیل بسیاری برای صادرات دارد و تاکنون چند تیم بازی سازی نشان داده اند که بازی ایرانی می تواند مخاطبان بین المللی جذب کند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای از هر رویداد با کیفیتی که باعث رشد صنعت و تیم های بازی سازی ایرانی شود حمایت می کند. همچنین، بنیاد از برگزیدگان این رویداد نیز حمایت کافی برای ورود به بازار تجاری خواهد کرد (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) تمرکز مثبت مجموعه‌هایی مانند هیولا منجر به توسعه فرهنگ بازی سازی دانش محور به خصوص در زمینه‌های مهبجوری مانند بازی های رایانه ای خواهد شد که برای بخش حرفه ای تر و کارگشته تر بازار سرگرمی های دیجیتال به شدت جذاب هستند. رویداد بازی سازی Level Up برآمده از تفکر و اندیشه یک تیم بازی سازی مستقل است که توانسته با تکیه بر ارزش های فرهنگی و هنری ایرانی محصولاتی را تولید کند که در بازارهای جهانی نیز مخاطبان بسیاری داشته باشند. برگزارکنندگان این رویداد تلاش می کنند تا فرهنگ و شجاعت ساخت بازی مستقل را در ایران تقویت کنند تا صنعت بازی سازی در ایران غنای بیشتری پیدا کند. انتهای پیام



### بازدید وزیر ارشاد از نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای (۱۳۹۵-۹۶-۱۱)

تهران-ایرنا- وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ظهر امروز جمعه از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران که از ۱۴ تیر ماه در سالن همایش های صدا و سیما برپا شده است، دیدن کرد.

به گزارش خبرنگار فرهنگی ایرنا، دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. سیدعباس صالحی هنگام بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای، با مسوولان غرفه ها که همه جوانان خلاق و فعال این حوزه هستند، گفت و گو کرد. این نمایشگاه ۸۵ غرفه دارد. صالحی در جریان بازدید از این نمایشگاه؛ با یک نرم افزار که آرک استودیو نام دارد، برای دقایقی کار کرد. آرک استودیو نرم افزار ویژه معماران ساختمان است که طراحی داخلی انجام می دهد. این نرم افزار با این کارکرد؛ به «بازی های واقعیت مجازی» شباهت دارد. رویداد تی جی سی (Tehran Game Conversation) از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت گیم کانکشن فرانسه برپا شده است. برگزاری ۸۰ کنفرانس تخصصی، برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان فرصت مناسبی را برای بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی ایجاد می کند تا دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش دهند. قراهنک ۱۲۰۰۹۰۰۹۰۱۷۰۱



### دومین دوره رویداد بازی سازی Level Up آغاز شد؛ بزرگ ترین رقابت بازی سازی مستقل برای رایانه های شخصی (۱۳۹۵-۹۶-۱۱)

به گزارش امتداد نیوز، به گفته امیرحسین فصیحی، مدیرعامل شرکت فن افزار، در این رویداد که از همین امروز ثبت نام آن آغاز می شود و تا ۲۲ تیر ماه ادامه پیدا می کند، در امتداد شمار جهانی سازی دوره گذشته، عبارت «تیم بساز، بازی بساز» برای معرفی خط مشی برگزیده شده است تا اهمیت تیم سازی و نگرش گروهی را برای بازی سازان جوان پررنگ کند. وی در توضیح تغییر نگاه این رویداد محبوب به سمت بازی های رایانه ای گفت: باور داریم که علی رغم توجه مضاعف به بازی های موبایل، هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد. از سوی دیگر، امسال، شرکت فن افزار در کنار خود هیولا، پلتفرم عرضه دیجیتال بازی های کامپیوتری را نیز به عنوان بازوی برگزار کننده رویداد می بیند و از همین رو تصمیم گرفته است که در این دوره روی بازی های کامپیوتری (PC Games) و فرهنگ بازی سازی مستقل تمرکز شود. محتوای ایرانی برای بازارهای جهانی اولین دوره این رویداد دو سال پیش با شعار «در مسیر جهانی شدن» برگزار شد که در طی آن، ۱۷۴ تیم از اقصی نقاط ایران به رقابت پرداختند و ۶۴ محصول وارد مرحله داوری شدند. تفاوت عمده این دوره نسبت به دوره پیشین بها دادن به «قالب (Theme)» در بازی سازی است. فصیحی درباره چارچوب های بازی سازی در این دوره از رویداد level up بیان کرد: امسال، تم ساختاری و تم محتوایی برای بازی های در نظر گرفته شده است. تم ساختاری، نوع بازی را مشخص می کند و تم محتوایی نیز با تکیه بر فرهنگ و هنر ایرانی، حال و هوای کلی بازی را روایت می کند. وی در این مراسم از جای خالی بازی های رقابتی چندنفره در بازار ایران سخن گفت و اضافه کرد: بازی هایی که ساخته می شوند باید از نوع چندنفره رقابتی (Competitive Multiplayer) باشند. چنین سبک بازی های در بازار ایران کمتر یافت می شوند و در بازارهای جهانی نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند و طرفداران بسیاری دارند. ساخت بازی های چندنفره رقابتی با الهام گرفتن از فرهنگ غنی و هنر ایرانی می تواند مخاطب های (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) داخلی و خارجی را به سمت بازی های مستقل ایرانی بکشاند.

مدیرعامل شرکت فن افزار همچنین درباره تمرکز این رویداد برای تولید بازی روی کامپیوترهای شخصی سخن گفت: بستر ایده آل برای این دست بازی ها، رایانه های شخصی است. به همین منظور تصمیم گرفتیم امسال تمرکز را روی این بخش از صنعت بازی بگذاریم و تیم های مستقل را تشویق کنیم تا در این راه قدم بگذارند.

ثبت نام در رویداد

کسری تهرانی، مدیر توسعه تجاری هیولا، در توضیح روند برگزاری رویداد گفت: تیم های علاقه مند به شرکت در رویداد Level Up فرصت دارند در بازه زمانی ۱۱ تا ۲۲ تیر در وب سایت فن افزار مشخصات خود را ثبت کنند. البته تأییری نیز اتخاذ شده است تا کسانی که تیم کامل ندارند بتوانند تیم سازی و در این رویداد شرکت کنند.

به گفته این مدیر هیولا، تیم ها پس از تأیید و ورود به رویداد می توانند از بین مربیان (Mentor) یکی را به عنوان مربی خود انتخاب کنند تا در طول این دوره از تجربه های وی استفاده کنند و هنگام ساخت بازی از راهنمایی های او کمک بگیرند.

وی از علاقه مندان دعوت کرد برای اطلاعات بیشتر به صفحه های اجتماعی رویداد لول آپ و هیولا در توئیتر و اینستاگرام یا Hayoola.com مراجعه کنند. تهرانی همچنین به روند برگزاری رویداد و مراحل آن اشاره کرد و افزود: تیم های ثبت نامی ۸ هفته فرصت دارند تا پروژه خود را بسازند. این رویداد در سه مرحله برگزار خواهد شد.

شرکت کنندگان باید برای عبور از هر مرحله، موارد خواسته شده از آن ها را ارسال کنند. آخرین مرحله یا همان مرحله سوم، ارسال خروجی بازی است که باید نسخه آزمایشی قابل بازی (Playable Demo) باشد به طوری که جذابیت و حس و حال بازی را کاملاً به نمایش بگذارد. در واقع، به اصطلاح بازی سازان باید برشی عمودی (Vertical Slice) از بازی باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر ویدئو آموزشی فن افزار درباره برش عمودی را در آپارات ببینید.

جوایز و دوری مسابقه

یاسر ژبان، یکی از مربیان رویداد، با اعلام آنکه بخشی از جوایز مسابقه به ترتیب مبلغ ۳۰، ۱۵ و ۷ میلیون تومانی برای تیم های لول تا سوم است گفت: با حمایت هیولا از این رویداد، بازی سازان در این دوره می توانند محصول تولیدی شان را تحت عنوان «دسترسی سریع» (Early Access) که روشی مرسوم در بازی سازی مستقل برای تأمین سرمایه جمعی است در این پلتفرم عرضه کنند. به این ترتیب تیم ها می توانند از این فرصت و سرمایه ای که به دست می آورند برای تکمیل محصول خود استفاده کنند.

وی تأکید کرد: تیم ها باید بتوانند بر اساس شرایطی که در وب سایت توضیح داده شده است محصولی قابل بازی تا هیات داوران این رویداد آن را در روز قضاوت ارزش گذاری کنند. همچنین در ادامه افزود: Level Up در تلاش است تا فضایی پدید آورد که علاقه مندان و تیم های بازی سازی بیشتری به سمت توسعه بازی های مستقل قدم بردارند. با افزایش بازی های مستقل و کیفیت آن ها، صنعت بازی سازی ایران می تواند قدم های بهتر و بیشتری رو به جلو بردارد. در مراسم افتتاحیه رویداد، حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز حضور داشت و در سخنان خود به نقش حمایتی بنیاد اشاره کرد و گفت: صنعت بازی یکی از صنایع پرسود دنیاست. این بخش از صنعت پتانسیل بسیاری برای صادرات دارد و تاکنون چند تیم بازی سازی نشان داده اند که بازی ایرانی می تواند مخاطبان بین المللی جذب کند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای از هر رویداد با کیفیتی که باعث رشد صنعت و تیم های بازی سازی ایرانی شود حمایت می کند. همچنین، بنیاد از برگزارکنندگان این رویداد نیز حمایت کافی برای ورود به بازار تجاری خواهد کرد.

تمرکز مثبت مجموعه هایی مانند هیولا منجر به توسعه فرهنگ بازی سازی دانش محور به خصوص در زمینه های مهجوری مانند بازی های رایانه ای خواهد شد که برای بخش حرفه ای تر و کارگشته تر بازار سرگرمی های دیجیتال به شدت جذاب هستند.

رویداد بازی سازی Level Up برآمده از تفکر و اندیشه یک تیم بازی سازی مستقل است که توانسته با تکیه بر ارزش های فرهنگی و هنری ایرانی محصولاتی را تولید کند که در بازارهای جهانی نیز مخاطبان بسیاری داشته باشند. برگزارکنندگان این رویداد تلاش می کنند تا فرهنگ و شجاعت ساخت بازی مستقل را در ایران تقویت کنند تا صنعت بازی سازی در ایران غنای بیشتری پیدا کند.

انتهای پیام



## بازدید وزیر ارشاد از نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای (۱۵/۰۷-۱۴/۰۷)

اقتصاد ایران: تهران-ایرنا- وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ظهر امروز جمعه از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران که از ۱۴ تیر ماه در سالن همایش های صدا و سیما برپا شده است، دیدن کرد.

به گزارش خبرنگار فرهنگی ایرنا، دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است.

سیدعباس صالحی هنگام بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای، با مسوولان غرفه ها که همه جوانان خلاق و فعال این حوزه هستند، گفت و گو کرد. این نمایشگاه ۸۵ غرفه دارد.

رویداد تی جی سی (Tehran Game Conversation) از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت گیم کانکشن فرانسه برپا شده است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) برگزاری ۸۰ کنفرانس تخصصی، برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان فرصت مناسبی را برای بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی ایجاد می کند تا دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش دهند.



## رویداد ۲۰۱۸ TGCT آغاز شد (۱۳۰۷/۰۹/۱۳۰۷-۱۳۰۷/۰۹/۱۳۰۷)

رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰۰ها شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح امروز آغاز شد.

به گزارش صبا؛ در مراسم افتتاحیه این رویداد، **Kate Edwards** مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) و حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سخنرانان کلیدی هستند.

پس از مراسم افتتاحیه نیز در رویدادی جذاب و در بخش **Pitch Fest** نامزدهای «جایزه گیمستان» فرصت خواهند داشت بازی های خود را به ناشران، سرمایه گذاران و علاقه مندان این حوزه معرفی کنند.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور دارند. همچنین ۵ مسرکلاس **TGCT ۲۰۱۸** نیز دیروز در انستیتو ملی بازی سازی برپا شد.

با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود.

بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت می کنند. همچنین پس از برگزاری **TGCT ۲۰۱۷**، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده اند و رویداد امسال فرصتی طلایی برای آنها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شود.



## رویداد ۲۰۱۸ TGCT آغاز شد (۱۳۰۷/۰۹/۱۳۰۷-۱۳۰۷/۰۹/۱۳۰۷)

رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰۰ها شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح امروز آغاز شد.

به گزارش شما نیوز؛ در مراسم افتتاحیه این رویداد، **Kate Edwards** مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) و حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سخنرانان کلیدی هستند.

پس از مراسم افتتاحیه نیز در رویدادی جذاب و در بخش **Pitch Fest** نامزدهای «جایزه گیمستان» فرصت خواهند داشت بازی های خود را به ناشران، سرمایه گذاران و علاقه مندان این حوزه معرفی کنند.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور دارند. همچنین ۵ مسرکلاس **TGCT ۲۰۱۸** نیز دیروز در انستیتو ملی بازی سازی برپا شد.

با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود.

بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت می کنند. همچنین پس از برگزاری **TGCT ۲۰۱۷**، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده اند و رویداد امسال فرصتی طلایی برای آنها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شود.

## جمعه بانزدهم تیرماه؛ بازدید وزیر فرهنگ و ارشاد از نمایشگاه بازی های رایانه ای (۱۳۸۲-۹۷/۴/۱۵)

سید عباس صالحی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز جمعه (۱۵ تیرماه) از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای دیدار کرد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از غرفه های این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولین غرفه های مختلف در جهت محصولات جدید آنها و مشکلاتی [...] و مشکلاتی [...] و مشکلاتی [...]

سید عباس صالحی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز جمعه (۱۵ تیرماه) از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای دیدار کرد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از غرفه های این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولین غرفه های مختلف در جهت محصولات جدید آنها و مشکلاتی که در این صنف دارند به صحبت ایستاد. دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از تمامی غرفه ها بازدید کرد و با جوانانی که بیشتر در این نمایشگاه حضور دارند و فعال هستند گفت و گو کرد و از شرایط این صنف آگاه شد. گفتنی است رویداد تی جی سی (Tehran Game Conversation) از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت گیم کاتکشن فرانسه برپا شده است. در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ کنفرانس تخصصی، برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمیستان این فرصت را محیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند. منبع خبر: خبرگزاری شبستان

## همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای با حمایت ایرانسل برگزار شد (۱۳۸۲-۹۷/۴/۱۵)

با حمایت ایرانسل همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طی روزهای پنجشنبه و جمعه ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی ایرانسل، به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه نویسان داخلی صنعت بازی رایانه ای، ایرانسل با اپ استور چارخونه، که به عنوان دومین اپ استور بزرگ ایران شناخته می شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، TGC ارائه کرد. چارخونه ایرانسل با رشد چشمگیر سه میلیونی تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی نظیر اختصاص API های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فروم اختصاصی برای گفتگو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده های برنامه)، ابروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل ها ارائه کرده است. براساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی سازها می توانند با مدل های کسب و درآمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانسل همکاری کنند.

ایرانسل همچنین برای ناشرانی که علاقمند به ارایه محصول خود در سطوح بین المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارایه کرده است. همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران بزرگترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه با حمایت ایرانسل برگزار شده است. ایرانسل این امکان را فراهم کرده است تا بازی سازهایی که قصد همکاری با ایرانسل را دارند با مراجعه به وب سایت توسعه دهندگان چارخونه در نشانی developer.charkhونه.com و یا بازیگ مراجعه کنند.

## بازدید وزیر فرهنگ و ارشاد از نمایشگاه بازی تهران ۲۰۱۸ (TGC ۲۰۱۸)

امروز پانزدهم تیرماه ۹۷ سیدعباس صالحی وزیر فرهنگ و ارشاد از نمایشگاه بین المللی بازی تهران ۲۰۱۸ (TGC) بازدید کرد و با بازی سازان و غرفه داران گفتگو کرده و به سوالات خبرنگاران پاسخ داد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم.

صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز توپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتما نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم.

وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع نافی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست.

صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان این که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در TGC دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازی سازان انجام دهند.

وی ادامه داد:

رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد.



## وزیر ارشاد: بازی های رایانه ای حوزه خوبی برای سرمایه گذاری است (۱۳۹۶-۱۷-۰۹/۱۵)

تهران- ایرنا- وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: ۲۸ میلیون کاربر بازی رایانه ای با متوسط ۱۹ سال سن در کشور وجود دارد که بازار بزرگی را در ایران به وجود آورده و از شرایط خوبی برای سرمایه گذاری برخوردار است.

به گزارش خبرنگار فرهنگی ایرنا، سیدعباس صالحی روز جمعه درحاشیه بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران در جمع خبرنگاران افزود: طبق آمار بنیاد ملی بازی های رایانه ای، کاربران ایرانی روزانه به طور متوسط ۹۰ دقیقه را به بازی رایانه ای اختصاص می دهند.

صالحی اظهار داشت: گفت و گوهای امروز من با بازی سازان ایرانی و همچنین نشست های قبلی در این زمینه نشان می دهد، سطح بازی های ایرانی از لحاظ کیفیت ارتقا قابل توجهی یافته و بازار فروش بازی های ایرانی نسبت به سال های قبل افزایش چشمگیری داشته است.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی اضافه کرد: علاوه بر افزایش کاربران بازی های ایرانی، فضای تقاضا برای این بازی ها در بازارهای خارجی نیز رو به افزایش است و اقبال مصرف کنندگان به تولیدات داخلی بیشتر شده است.

صالحی با بیان این موضوع که زیرساخت های گسترش بازی های رایانه ای ایرانی از لحاظ کمی و کیفی رو به پیشرفت است، توضیح داد: مهم این است که بازار مالی را به این سمت سوق دهیم و بخش خصوصی و دولتی نیز احساس کنند که یکی از بازارهای فرهنگی و اقتصادی، همین بازی های رایانه ای است.

وی با تأکید بر اینکه حوزه بازیهای رایانه ای با بودجه کم، بازدهی بسیار مضاعفی را می تواند در پی داشته باشد، اظهار داشت: در برخی صنایع با هزاران میلیارد می توان تحرک و پیشرفت ایجاد کرد، اما در صنعت بازی های رایانه ای با دهها میلیارد، اتفاقات بسیاری سامان می یابد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ادامه داد: بنابراین بخش خصوصی هم باید به این بازار بیشتر توجه و احساس کند این بازار پرسود و پرحاصل هم در بازارهای داخلی و هم خارجی فراهم است و بخش دولتی و بانک های ما نیز باید احساس کنند که یکی از حوزه های خوب سرمایه گذاری، بازی های رایانه ای است.

صالحی افزود: حوزه بازی های رایانه ای طبق مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی به بنیاد ملی بازیهای رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، واگذار شده اما ما برنامه هایی را برای هماهنگی بیشتر بین وزارتخانه های مختلف داشته و داریم.

خبرنگاری از وزیر ارشاد درمورد اختلاف میان بنیاد ملی بازیهای رایانه ای و کافه بازار پرسید و گفت که آیا این اختلاف به بازی سازهای ایرانی ضربه نمی زند؟ وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پاسخ داد: بازی رایانه ای صنعتی نوپا است و استقبال قابل توجه مصرف کنندگان داخلی را دارد که باید با هماهنگی های حداکثری بخش دولتی و خصوصی همراه شود.

صالحی با بیان اینکه به همراهی و هماهنگی همه مجموعه های فعال در زمینه بازی های رایانه ای، نیازمندی، ادامه داد: وزارت فرهنگ و (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ارشاد اسلامی بر این موضوع تاکید دارد که باید با همه توان داخلی در این زمینه کار کرد. صالحی توضیح داد: هر رویدادی هدف گذاری خاص خود را دارد و ممکن است بر اساس آن هدف گذاری، مجموعه ای حضور داشته باشد و در رویدادی دیگر حضور نداشته باشد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ادامه داد: اما اینکه اگر یک مجموعه، به فرض در یکی از رویدادها حضور نداشته باشد، به معنای آن نیست که آن مجموعه در حوزه بازی های رایانه ای نقشی ندارد بلکه باید نقش آن را در رویدادی دیگر جدی گرفت.

وی تاکید کرد: حتما باید در حوزه بازی های رایانه ای از همه استعداد و پتانسیل ها از جمله کافه بازار استفاده کنیم.

خبرنگاری از وزیر ارشاد پرسید: بسیاری از بازی سازها می گویند برای اینکه چرخه اقتصادی ما تکمیل شود خوب است کنار نمایشگاه تی جی سی، یک نمایشگاه عمومی هم برپا شود تا مردم هم بازی ها را مشاهده کنند.

صالحی در پاسخ گفت: در این مورد باید کار کارشناسی انجام شود، نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، امسال دومین اجرای خود را سپری می کند بنابراین رویدادی توپاست و احتیاج به بررسی های پیوسته برای تکامل خود دارد.

وی یادآور شد: تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در عرصه بین المللی هدف گذاری این رویداد است.

فرهنگ ۱۲۳۰۰۹۶۰۱۷۰۱



### وزیر ارشاد: بازی های رایانه ای حوزه خوبی برای سرمایه گذاری است (۱۵/۴-۱۷/۴-۱۳۹۵)

تهران- ایرنا- وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: ۲۸ میلیون کاربر بازی رایانه ای با متوسط ۱۹ سال سن در کشور وجود دارد که بازار بزرگی را در ایران به وجود آورده و از شرایط خوبی برای سرمایه گذاری برخوردار است.

به گزارش خبرنگار فرهنگی ایرنا، سیدعباس صالحی روز جمعه درحاشیه بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران در جمع خبرنگاران افزود: طبق آمار بنیاد ملی بازی های رایانه ای، کاربران ایرانی روزانه به طور متوسط ۹۰ دقیقه را به بازی رایانه ای اختصاص می دهند.

صالحی اظهار داشت: گفت و گوهای امروز من با بازی سازان ایرانی و همچنین نشست های قبلی در این زمینه نشان می دهد، سطح بازی های ایرانی از لحاظ کیفیت ارتقا قابل توجهی یافته و بازار فروش بازی های ایرانی نسبت به سال های قبل افزایش چشمگیری داشته است.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی اضافه کرد: علاوه بر افزایش کاربران بازی های ایرانی، فضای تقاضا برای این بازی ها در بازارهای خارجی نیز رو به افزایش است و اقبال مصرف کنندگان به تولیدات داخلی بیشتر شده است.

صالحی با بیان این موضوع که زیرساخت های گسترش بازی های رایانه ای ایرانی از لحاظ کمی و کیفی رو به پیشرفت است، توضیح داد: مهم این است که بازار مالی را به این سمت سوق دهیم و بخش خصوصی و دولت ی تیز احساس کنند که یکی از بازارهای فرهنگی و اقتصادی، همین بازی های رایانه ای است.

وی با تاکید بر اینکه حوزه بازیهای رایانه ای با بودجه کم، بازدهی بسیار مضاعفی را می تواند در پی داشته باشد، اظهار داشت: در برخی صنایع با هزاران میلیارد می توان تحرک و پیشرفت ایجاد کرد، اما در صنعت بازی های رایانه ای با دهها میلیارد، اتفاقات بسیاری سامان می یابد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ادامه داد: بنابراین بخش خصوصی هم باید به این بازار بیشتر توجه و احساس کند این بازار پرسود و پرحاصل هم در بازارهای داخلی و هم خارجی فراهم است و بخش دولت ی و بانک های ما نیز باید احساس کنند که یکی از حوزه های خوب سرمایه گذاری، بازی های رایانه ای است.

صالحی افزود: حوزه بازی های رایانه ای طبق مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی به بنیاد ملی بازیهای رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، واگذار شده اما ما برنامه هایی را برای هماهنگی بیشتر بین وزارتخانه های مختلف داشته و داریم.

خبرنگاری از وزیر ارشاد درمورد اختلاف میان بنیاد ملی بازیهای رایانه ای و کافه بازار پرسید و گفت که آیا این اختلاف به بازی سازهای ایرانی ضربه نمی زند؟

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پاسخ داد: بازی رایانه ای صنعتی نوپا است و استقبال قابل توجه مصرف کنندگان داخلی را دارد که باید با هماهنگی های حداکثری بخش دولت ی و خصوصی همراه شود.

صالحی با بیان اینکه به همراهی و هماهنگی همه مجموعه های فعال در زمینه بازی های رایانه ای، نیازمندیم، ادامه داد: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر این موضوع تاکید دارد که باید با همه توان داخلی در این زمینه کار کرد.

صالحی توضیح داد: هر رویدادی هدف گذاری خاص خود را دارد و ممکن است بر اساس آن هدف گذاری، مجموعه ای حضور داشته باشد و در رویدادی دیگر حضور نداشته باشد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ادامه داد: اما اینکه اگر یک مجموعه، به فرض در یکی از رویدادها حضور نداشته باشد، به معنای آن نیست که آن مجموعه در حوزه بازی های رایانه ای نقشی ندارد بلکه باید نقش آن را در رویدادی دیگر جدی گرفت.

وی تاکید کرد: حتما باید در حوزه بازی های رایانه ای از همه استعداد و پتانسیل ها از جمله کافه بازار استفاده کنیم.

خبرنگاری از وزیر ارشاد پرسید: بسیاری از بازی سازها می گویند برای اینکه چرخه اقتصادی ما تکمیل شود خوب است کنار نمایشگاه تی جی سی، یک نمایشگاه عمومی هم برپا شود تا مردم هم بازی ها را مشاهده کنند.

صالحی در پاسخ گفت: در این مورد باید کار کارشناسی انجام شود، نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، امسال دومین اجرای خود را سپری می کند بنابراین رویدادی توپاست و احتیاج به بررسی های پیوسته برای تکامل خود دارد.(ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) وی یادآور شد: تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در عرصه بین المللی هدف گذاری این رویداد است.   
 فراهنگ ۱۳۰۰۹۰۱۲۰۰ ۱۷۰۱  
 منبع: ایرنا

### پاسخ وزیر فرهنگ و ارشاد به دیجیاتو: باید از استعداد کافه بازار استفاده کنیم (۱۳۰۱/۰۷/۰۴-۱۳۰۱/۰۷/۰۴)

عباس صالحی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ظهر امروز از نمایشگاه ۲۰۱۸ TGC و غرفه های بازی سازی بازدید کرد. در جریان پرسش و پاسخ با خبرنگاران، از عباس صالحی پیرامون اختلاف اخیر کافه بازار و بنیاد ملی بازی های رایانه ای پرسیدیم. عباس صالحی پاسخ داد:

«ما حتما همراهی و هماهنگی تمامی کسانی که در مجموعه بازی فعالیت می کنند را نیازمندیم و بازار بازی باید با هماهنگی حداکثری مجموعه های دولتی، عمومی و خصوصی همراه باشد. طبیعتا استفاده از تمامی استعدادهای برای فعالیت در این حوزه مورد تاکید وزارت فرهنگ و ارشاد بوده و ما نیازمند استعداد کافه بازار هستیم. این شرکت به عنوان یکی از استعدادهای اجتماعی و درونی ما، مورد تایید بنده به عنوان وزیر فرهنگ و ارشاد است.»

او در ادامه به توضیحات بنیاد ملی بازی های رایانه ای و تاکید ۲۰۱۸ TGC بر واردات بازی های ویدیویی اشاره کرد و گفت: «این رویداد به گونه ای طراحی شده که بعضی شرکت ها در آن حضور ندارند اما این به آن معنی نیست که شرکتی نقشی در حوزه بازی ندارد. نقش آن ها را باید جدی گرفت اما در رویدادی دیگر.»

صالحی پرسش دیگر دیجیاتو مبنی بر تلاش دولت برای حفظ نمایشگاه TGC علی رغم بازگشت تحریم ها را چنین پاسخ داد: «طبعاً باید ببینیم مسیری که طی می کنیم به کجا می رسد. هنوز بسیاری از صحبت ها در حد گمانه زنی است تا ببینیم اتفاقاتی که قرار است رخ بدهد در چه عمقی خواهد بود و آیا روی این فضا هم تاثیر خواهد گذاشت یا خیر. در تلاش هستیم که از این رویداد صیانت کنیم و تحریم ها حداقل ضربه را به آن بزنند.»

کافه بازار ابتدای این هفته با انتشار ایمیلی از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای از تحریم نمایشگاه ۲۰۱۸ TGC خبر داد. در ایمیل ارسالی به شرکت کنندگان کافه بازار، روابط عمومی بنیاد ملی بازی با ارائه لینک انتقاد تویتری امین امیرشریفی، مدیرعامل کافه بازار از TGC، خبر حذف شرکت کنندگان این نمایشگاه را داد.

کریمی قدوسی اما بعد از انتشار این خبر و در گفتگو با دیجیاتو، علت حذف شرکت کنندگان کافه بازار را رویکرد این شرکت برای واردات بازی اعلام کرد و گفت: من اصلا در جریان متن ایمیل ارسالی نبودم. در ایمیلی جداگانه که یک روز بعد ارسال شد، علت لغو بلیت ها توضیح داده شد؛ توضیحی متفاوت با ایمیل ابتدایی. همزمان با انتشار این ایمیل، بنیاد ملی بازی های رایانه ای در توییتر، ابلاغیه داخلی به تاریخ ۲ تیرماه را منتشر کرد که در آن به ممنوعیت تبلیغات بازی های ویدیویی خارجی در این نمایشگاه اشاره شده بود.

### ۲۰۱۸ TGC رسماً آغاز شد (۱۳۰۱/۰۷/۰۴-۱۳۰۱/۰۷/۰۴)

رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰۰ ها شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح امروز آغاز شد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در مراسم افتتاحیه این رویداد، مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) و حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سخنرانان کلیدی هستند.

پس از مراسم افتتاحیه نیز در رویدادی جذاب و در بخش Pitch Fest، نامزدهای «جایزه گیمستان» فرصت خواهند داشت بازی های خود را به ناشران، سرمایه گذاران و علاقه مندان این حوزه معرفی کنند. در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور دارند. همچنین ۵ مسرکلاس ۲۰۱۸ TGC نیز دیروز در استیو ملی بازی سازی برپا شد.

با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود.

بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت می کنند. همچنین پس از برگزاری ۲۰۱۷ TGC، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده اند و رویداد امسال فرصتی طلایی برای آنها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شود.



**صالحی از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد** (۱۳۹۵/۰۴/۱۵-۱۳۹۵/۰۴/۱۵)

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای بازدید کرد.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی دولت به نقل از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سیدعباس صالحی در این بازدید ضمن گفت و گو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفت و گو کرد.

دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است.

نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است.

در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ نشست تخصصی، برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان این فرصت را مهیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند.

**صالحی از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد** (۱۳۹۵/۰۴/۱۵-۱۳۹۵/۰۴/۱۵)

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز جمعه از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای دیدن کرد.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سیدعباس صالحی در این بازدید ضمن گفتگو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفتگو کرد.

دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان آن، بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است.

نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است.

در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ نشست تخصصی و برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان، این فرصت را مهیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند.

**گزارش مهر از روز اول رویداد تی جی سی؛ تی جی سی ۲۰۱۸ در ایران، پلی به دنیای بازی سازان حرفه ای**

(۱۳۹۵/۰۴/۱۵-۱۳۹۵/۰۴/۱۵)

روز اول از رویداد بزرگ تی جی سی، تعاملی میان بازی سازان داخلی و خارجی و ناشران صورت گرفت که باعث تحولی عمیق در بازی سازی رایانه ای خواهد شد.

به گزارش خبرنگار مهر، روز اول رویداد تی جی سی از اتفاقات مهم و قابل اجرا برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای ۱۴ تیرماه در همایش های بین المللی صداوسیما برگزار شد. این رویداد که به عنوان بزرگترین بستر و فرصت های مناسب برای بازی سازان کشور در راستای گسترش تعاملات بین المللی شناخته می شود با وجود کنفرانس ها، پنل ها، مستر کلاس و آشنایی با ناشران دیگر کشورها امتیازات گسترده ای را برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای به ارمغان می آورد.

استراتژی های مهم برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی

در افتتاحیه رویداد تی جی سی ۲۰۱۸ حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی های رایانه ای را بی حد و مرز دانست و تلاش کشورهای مختلف برای محدود کردن این صنعت را بی نتیجه می خواند، او می گوید: امروز می توانیم با افتخار سرمایه را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در تی جی سی به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه بیان می کنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثرتر می شود. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه به افرادی که در این حوزه فعالیت گسترده و مثمرتر دارند اشاره کرد و بیان می کند: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد. صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در تی جی سی به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند. برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی قدوسی می گوید: استراتژی دوم بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی است و تبلور این استراتژی را در برگزاری تی جی سی مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز لایه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند. وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در تی جی سی به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی می داند و می گوید: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد.

فرهنگ و تمدن آریایی خود را در آغوش بگیرید در ادامه برنامه تی جی سی «کیت ادوارد» مدیرعامل «Geogrify» و رئیس سابق انجمن بین المللی بازی سازان برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای و بازی سازان خلاق اظهار امیدواری کرد که در ایران عرصه بازی سازی پیشرفت قابل توجه ای داشته است و توانسته مخاطبان خود را جذب کند. او می گوید: برای من افتخار بزرگی است که به ایران آمدم و همواره کسانی که با عشق و علاقه بازی ساخته اند را تحسین کرده ام. بسیار به سفر کردن علاقه دارم و یکی از چیزهایی که در این سفرها یاد گرفتم این است که «مکان» محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند و لازم نیست حتما در یک کشور خاصی زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. من بازی سازان فراوانی دیده ام که خودشان چگونگی بازی سازی را یاد گرفته و پیشرفت کرده اند.

او همچنین بیان می کند: نکته ای که وجود دارد این است که استعداد و نبوغ همیشه خود را نشان می دهد. برخی فکر می کنند از کشورهای مطرح بازی سازی جدا هستند و هیچ زمان بازی های شان به صورت بین المللی منتشر نمی شود. اما این حقیقت ندارد، شما چه در فرانسه باشید چه در ایران یا آمریکا، می توانید به موفقیت زیادی دست پیدا کنید. مطمئن باشید تمام بازی سازان دنیا روزی همین استرس ها و نگرانی های شما برای موفقیت بازی هایشان را داشته اند. بسیاری از مردم آمریکا فکر می کنند بازی «انگلی برد» در آمریکا ساخته شده اما این بازی در فنلاند توسعه یافته است. در واقع اصلا مهم نیست این بازی در فنلاند بوده یا آمریکا، استعداد خودش را نشان می دهد و بازی جهانی می شود.

ادوارد با اشاره به جمله ای از مارک تواین که «مقایسه، مرگ شادی است»، می گوید: خودتان را با دیگران مقایسه نکنید و بیشترین تمرکز را برای خلق آثارتان بگذارید و فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. همچنین شما شخصیت های اساطیری و بزرگی چون کوروش و آرش کمان گیر دارید. شاید بپرسید ایرانی ها این قهرمانان را می شناسند چرا باید درباره شان بازی بسازم. ولی من به شما می گویم مردم دنیا از تاریخچه این قهرمانان بی خبرند. چینی ها به خوبی در بازی های موفق خود، از داستان ها و تمدن شان الهام می گیرند و شما نیز باید از فرهنگ خود الهام بگیرید.

او درآمد اقتصادی بازی های رایانه ای را از درآمد ورزش هایی همچون فوتبال بالاتر می داند و بیان می کند: در دنیا درآمد صنعت بازی های رایانه ای در سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد. هدف ما این نباید باشد که دنیا را با یک بازی عوض کنیم. اما می توانیم بر گوشه ای از یک دنیا اثرگذار باشیم و محیط اطراف مان را بهبود بخشیم. در این راه اشتراک دانش موضوع بسیار مهم و تاثیر گذاری است.

در ادامه برنامه تی جی سی، تولیدکنندگان بازی های رایانه ای از جمله پیج فست، آواگیم، لیک هورس، یوزیا و... برای معرفی بازی های رایانه ای خود با مخاطبان و علاقه مندان این عرصه صحبت کردند.

به گزارش مهر، بی شک تفاوت هایی در بازی های رایانه ای ایران و دیگر کشورها وجود دارد و هیچ گاه بازی ها قابل قیاس با یکدیگر نیستند. اتفاقا این تفاوت ها است که انسان ها را قوی می کند تا گام موثری برای پیشرفت رو به جلو بردارند. پس توانایی و استعدادهاست که مرزها را می شکند و به مرحله شکوفایی می رساند. ایرانی ها از قافله بازی های رایانه ای در دنیا عقب نمانده اند. پس همچنان تلاش می کنند تا بتوانند جای شان را در دنیای بازی های رسانه ای پیدا کنند. خبرنگار مهر با چند تن از بازی سازان و تولیدکنندگان این عرصه درباره صنعت بازی سازی، کپی رایت و خلق شخصیت های بازی صحبت کرده است، که در ادامه می آید:

بازی سازان خود را باور کنندمهدی بهرامی، بازی ساز و تولیدکننده در این صنعت، فارغ التحصیل رشته گیم از دانشگاه هلند است، درباره برنامه سازی در ایران می گوید: مطمئنا برگزاری برنامه های تی جی سی می تواند پلی میان بازی سازان ایرانی و خارجی باشد. با توجه به اینکه تمام شرکت های صنعتی در خارج ایران را تحریم کرده اند باید محظنی ایجاد کنیم تا به آنان ثابت شود که ما هم دارای صنعت بازی سازی هستیم.

او ادامه می دهد: استعدادهای زیادی در عرصه بازی سازی در ایران وجود دارد که از این استعدادهای توانایی غافلیم و مطمئنا چیزی از دیگر کشورهای پیشرفته کم نداریم اما هنوز به خودباوری عمیق نرسیده ایم. با توجه به برگزاری برنامه هایی همچون تی جی سی و برقراری ارتباطات خوب و غنی می (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) توانیم اعتماد به نفس خود را پیدا کنیم و در بازی سازی موفق تر عمل کنیم. اگر شخص بازی ساز تمام تمرکز خود را برای بهتر شدن کارش، به دور از کپی رایت بگذارد صددرصد به موفقیت های چشمگیری دست پیدا می کنیم. لزوما نباید به دنبال حمایت های خاص دولتی و خصوصی باشیم زیرا در زمینه «گیم» اگر بازی سازی ها خوب باشد قطعا دیده می شویم.

بر اساس این گزارش، برخی از مخاطبان در عرصه بازی گیم، بارها گفته اند که بازی های ایرانی کپی شده دیگر بازی های خارجی هستند و مسئله کپی رایت یکی از معضلات اساسی در عرصه بازی سازی رایانه ای است بهرامی در این زمینه می گوید: یکی از دلایلی که بازی سازان ایرانی به قهرمان های خارجی می پردازند و گاهی از روی دست آنان کپی می کنند به این خاطر است که با آن بازی ها بزرگ شدند و زمانی که می خواهند بازی سازی کنند، مشابه آن را می سازند. اما اگر از سبک بازی های جهانی فاصله بگیریم و به فرهنگ و تمدن خودمان بپردازیم کار کمی سخت تر می شود و من احساس می کنم که نمی توان چنین کاری را به ثمر رساند.

بازی سازی، رویا ساختن استیسیف از دیگر بازی سازان ایرانی، درباره صنعت بازی سازی می گوید: به اعتقاد من بازی سازی، رویاسازی است. البته هر کس که وارد این نوع بازار کاری می شود باید با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم کند تا به موفقیت برسد. مسلما برگزاری برنامه های تی جی سی، برای کسانی که می خواهند آشنایی بیشتری در صنعت بازی سازی داشته باشند مفید است. به جرات می گویم شرکت در برنامه های تی جی سی به اندازه ۴ سال دانشگاه رفتن و دریافت مدرک لیسانس می ارزد.

اساس برگزاری برنامه های تی جی سی تعامل بازی سازان استیا توجه به اینکه امسال دوره دوم از برگزاری تی جی سی است، بدون شک، سال قبل برای بازی سازان دستاوردهای مهمی را به همراه داشته که امسال با شوق و انگیزه بیشتری در این برنامه شرکت کرده اند. بیدقی از دیگر بازی سازان رایانه ای در کشور، به تعامل خوب بازی سازان با یکدیگر اشاره دارد و می گوید: با برگزاری برنامه های همچون تی جی سی تعامل خوبی میان بازی سازان صورت می گیرد تا با یکدیگر آشنا شوند و از نحوی بازی سازی ها و نوع سلیقه ها اطلاع پیدا کنند. امیدوارم برای صدور مجوز و ممیزی ها دست ناشران و تولیدکننده ها را باز بگذارند و محدودیت ها را کمتر کنند تا آنان به خوبی در این راه فعالیت کنند.



## وزیر ارشاد: بازی های رایانه ای حوزه خوبی برای سرمایه گذاری است (۱۳۹۵-۱۷/۰۴/۱۳۹۶)

اقتصاد ایران: تهران - ایرنا - وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: ۲۸ میلیون کاربر بازی رایانه ای با متوسط ۱۹ سال سن در کشور وجود دارد که بازار بزرگی را در ایران به وجود آورده و از شرایط خوبی برای سرمایه گذاری برخوردار است.

به گزارش خبرنگار فرهنگی ایرنا، سیدعباس صالحی روز جمعه در حاشیه بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران در جمع خبرنگاران افزود: طبق آمار بنیاد ملی بازی های رایانه ای، کاربران ایرانی روزانه به طور متوسط ۹۰ دقیقه را به بازی رایانه ای اختصاص می دهند.

صالحی اظهار داشت: گفت و گوهای امروز من با بازی سازان ایرانی و همچنین نشست های قبلی در این زمینه نشان می دهد، سطح بازی های ایرانی از لحاظ کیفیت ارتقا قابل توجهی یافته و بازار فروش بازی های ایرانی نسبت به سال های قبل افزایش چشمگیری داشته است.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی اضافه کرد: علاوه بر افزایش کاربران بازی های ایرانی، فضای تقاضا برای این بازی ها در بازارهای خارجی نیز رو به افزایش است و اقبال مصرف کنندگان به تولیدات داخلی بیشتر شده است.

صالحی با بیان این موضوع که زیرساخت های گسترش بازی های رایانه ای ایرانی از لحاظ کمی و کیفی رو به پیشرفت است، توضیح داد: مهم این است که بازار مالی را به این سمت سوق دهیم و بخش خصوصی و دولتی نیز احساس کنند که یکی از بازارهای فرهنگی و اقتصادی، همین بازی های رایانه ای است.

وی با تأکید بر اینکه حوزه بازیهای رایانه ای با بودجه کم، بازدهی بسیار مضاعفی را می تواند در پی داشته باشد، اظهار داشت: در برخی صنایع با هزاران میلیارد می توان تحرک و پیشرفت ایجاد کرد، اما در صنعت بازی های رایانه ای با دهها میلیارد، اتفاقات بسیاری سامان می یابد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ادامه داد: بنابراین بخش خصوصی هم باید به این بازار بیشتر توجه و احساس کند این بازار پرسود و پرخاصل هم در بازارهای داخلی و هم خارجی فراهم است و بخش دولتی و بانک های ما نیز باید احساس کنند که یکی از حوزه های خوب سرمایه گذاری، بازی های رایانه ای است.

صالحی افزود: حوزه بازی های رایانه ای طبق مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی به بنیاد ملی بازیهای رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، واگذار شده اما ما برنامه هایی را برای هماهنگی بیشتر بین وزارتخانه های مختلف داشته و داریم.

خبرنگاری از وزیر ارشاد در مورد اختلاف میان بنیاد ملی بازیهای رایانه ای و کافه بازار پرسید و گفت که آیا این اختلاف به بازی سازهای ایرانی ضربه نمی زند؟ وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پاسخ داد: بازی رایانه ای صنعتی نوپا است و استقبال قابل توجه مصرف کنندگان داخلی را دارد که باید با هماهنگی های حداکثری بخش دولتی و خصوصی همراه شود.

صالحی با بیان اینکه به همراهی و هماهنگی همه مجموعه های فعال در زمینه بازی های رایانه ای، نیازمندیم، ادامه داد: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر این موضوع تأکید دارد که باید با همه توان داخلی در این زمینه کار کرد.

صالحی توضیح داد: هر رویدادی هدف گذاری خاص خود را دارد و ممکن است بر اساس آن هدف گذاری، مجموعه ای حضور داشته باشد و در رویدادی دیگر حضور نداشته باشد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ادامه داد: اما اینکه اگر یک مجموعه، به فرض در یکی از رویدادها حضور نداشته باشد، به معنای آن نیست که آن مجموعه در حوزه بازی های رایانه ای نقشی ندارد بلکه باید نقش آن را در رویدادی دیگر جدی گرفت. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) وی تاکید کرد: حتما باید در حوزه بازی های رایانه ای از همه استعداد و پتانسیل ها از جمله کافه بازار استفاده کنیم. خبرنگاری از وزیر ارشاد پرسید: بسیاری از بازی سازها می گویند برای اینکه چرخه اقتصادی ما تکمیل شود خوب است کنار نمایشگاه تی جی سی، یک نمایشگاه عمومی هم برپا شود تا مردم هم بازی ها را مشاهده کنند. صالحی در پاسخ گفت: در این مورد باید کار کارشناسی انجام شود، نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، امسال دومین اجرای خود را سپری می کند بنابراین رویدادی توپاست و احتیاج به بررسی های پیوسته برای تکامل خود دارد. وی یادآور شد: تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در عرصه بین المللی هدف گذاری این رویداد است.



### صالحی از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد (۱۳۹۵/۰۷/۱۵-۱۳۹۵/۰۷/۱۴)

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز جمعه از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای دیدن کرد.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سیدعباس صالحی در این بازدید ضمن گفتگو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفتگو کرد. دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان آن، بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است. در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ نشست تخصصی و برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان، این فرصت را مهیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند. منبع: خبرگزاری مهر



### بازدید وزیر ارشاد از نمایشگاه بازی های رایانه ای (۱۳۹۵/۰۷/۱۵-۱۳۹۵/۰۷/۱۴)

اقتصاد ایران: وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای بازدید کرد.

به گزارش خبرگزاری فارس به نقل از روابط عمومی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سیدعباس صالحی در بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای ضمن گفت و گو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفت و گو کرد. دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است. در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ نشست تخصصی، برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان این فرصت را مهیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند. انتهای پیام/



### صالحی از نمایشگاه بازی های رایانه ای بازدید کرد (۱۳۹۵/۰۷/۱۵-۱۳۹۵/۰۷/۱۴)

به گزارش شبکه خبری ایرنا به نقل از مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سیدعباس صالحی در این بازدید ضمن گفتگو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد.(ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفتگو کرد.

دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزار کنندگان آن، بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است.

در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ نشست تخصصی و برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان، این فرصت را مهیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند.



### بازدید وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از رویداد TGC ۲۰۱۸ (۱۳۹۷/۰۶/۱۵-۱۶:۰۰)

سید عباس صالحی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، صبح امروز در TGC ۲۰۱۸ حضور یافت و از بخش های مختلف این رویداد بازدید کرد.

سید عباس صالحی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز صبح ساعت ۱۱:۰۰ در همایش TGC ۲۰۱۸ حضور یافت و بخش های مختلف این رویداد را از نظر گذراند.

وی در ابتدا از تمامی غرفه ها بازدید کرد و در این حین با توسعه دهندگان و همچنین پروژه های آنها نیز آشنا شد. صالحی در این دیدارها توانست برخی از این پروژه ها را مورد آزمایش قرار دهد. او در ابتدا با بازدید از بازی های توسعه دهندگان ایرانی اظهار کرد:

خلاقیت ها و توانایی های توسعه دهندگان ایرانی پیشرفت قابل توجهی داشته است که در جریان این نمایشگاه هم دیده شده است. به نظر می رسد که ما یک مسیر بسیار شتابنده ای را در فضای خلاقیت ها و کارکرد های حوزه بازی سازی داشته ایم و با توجه به پژوهش هایی که به دست بنیاد ملی بازی های ایرانی ارائه شده است بیش از ۲۸ میلیون بازیکن رایانه ای داریم که با میانگین ۹۰ دقیقه در روز به تجربه بازی های ویدئویی پرداخته اند.

وی در گفت و گو هایی که با بازی سازان ایرانی داشت به پیشرفت این صنعت در ایران اشاره کرد و اظهار داشت که بازار فروش بازی های ایرانی به میزان قابل توجه ای رسیده است. به گفته صالحی تقاضای کاربران ایرانی نیز روز به روز افزایش پیدا کرده است و زیرساخت ها هم در این راستا پیشرفت چشمگیری داشته اند. رونق بازار فرهنگی و اقتصادی یکی از اهداف سازندگان است که صالحی به آن اشاره داشت و اظهار داشت که این حوزه با بودجه کم می تواند بازدهی مضاعفی داشته باشد.

در انتها وی به سالن ورودی این رویداد مراجعه کرد و به سوالات خبرنگاران پاسخ داد. صالحی در جواب به سوال یکی از خبرنگاران در مورد احتمال برگزاری نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC ۲۰۱۸ گفت که هدف این رویداد این است که بتوان آثار ایرانی را در بازار های خارجی نیز عرضه کرد. وی بر این باور است که این همایش هنوز جای رشد دارد و مسئولین باید با همراهی یکدیگر به این موضوع رسیدگی کنند. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در انتها بیان کرد که آنها نیز فعالیت هایی را در این زمینه در برنامه کاری خود قرار داده اند.

صالحی همچنین در پاسخ به تأثیرات تحریم روی این حوزه گفت که در حال حاضر خیلی از پیشینی ها در حد حدس و گمان است، اما باز با این حال قصد دارند از برگزاری این رویداد حفاظت کنند. در آن سو با توجه به سوال یکی از خبرنگاران، وی اشاره داشت که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید با کمک یکدیگر به رشد این صنعت کمک کنند. او در ادامه افزود که در این راستا صدا و سیما به طور جدی به این موضوع رسیدگی نکرده است و امیدوار است که در آینده شاهد برخی فعالیت ها از آن باشد.

وزیر ارشاد همچنین در جمع خبرنگاران گفت که با توجه به مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسئولیت حوزه بازی های رایانه ای به بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، سپرده شده است. همچنین وی در انتها افزود که برنامه های بیشتری با وزارتخانه ها در این حوزه خواهد داشت.



### بازدید وزیر ارشاد از نمایشگاه بازی های رایانه ای (۱۳۹۷-۰۷-۰۸/۱۵)

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای بازدید کرد.

به گزارش خبرگزاری فارس به نقل از روابط عمومی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سیدعباس صالحی در بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای ضمن گفت و گو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفت و گو کرد. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است.

نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است. در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ نشست تخصصی، برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان این فرصت را مهیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدیویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند.  
منبع: فارس



## ۲۰۱۸ TGC | وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی: برای تقویت و تکامل TGC از بازی سازان نظرخواهی می کنیم

(۱۳۹۶-۰۷/۰۴/۱۵)

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز به بازدید از TGC ۲۰۱۸ پرداخت. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید عباس صالحی امروز ظهر از TGC ۲۰۱۸ بازدید کرد و با تعداد زیادی از بازی سازان و غرفه داران حاضر در این رویداد به گفت و گو پرداخت. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم. صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز توپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتما نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم. وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع نافی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست. صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمراهه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان این که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در TGC دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازی سازان انجام دهند. وی ادامه داد: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد.



## همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران برگزار شد (۱۳۹۶-۰۷/۰۴/۱۵)

با حمایت ایرانسل همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طی روزهای پنجشنبه و جمعه ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

به گزارش سپینا به نقل از روابط عمومی ایرانسل، به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه نویسان داخلی صنعت بازی رایانه ای، ایرانسل با اب استور چارخونه، که به عنوان دومین اب استور بزرگ ایران شناخته می شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، TGC ارائه کرد.

چارخونه ایرانسل با رشد چشمگیر سه میلیونی تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی نظیر اختصاص API های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فروم اختصاصی برای گفتگو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده های برنامه)، اپروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل ها ارائه کرده است. بر اساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی سازها می توانند با مدل های کسب و در آمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانسل همکاری کنند.

ایرانسل همچنین برای ناشرانی که علاقمند به ارایه محصول خود در سطوح بین المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارایه کرده است. همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران بزرگترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه با حمایت ایرانسل برگزار شده است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ایرانسل این امکان را فراهم کرده است تا بازی سازهایی که قصد همکاری با ایرانسل را دارند با مراجعه به وب سایت توسعه دهندگان چارخونه در نشانی [developer.charkhoneh.com](http://developer.charkhoneh.com) و یا بازیگ مراجعه کنند.



## نتیجه حضور ناشر اتریشی در ۲۰۱۸ TGC: انتشار دو بازی موبایلی ایرانی در بازارهای جهانی (۱۳/۰۹/۹۵-۱۳/۰۹/۹۵)

مایکل هابزل (Michael Haberl) بنیانگذار و مدیرعامل شرکت اتریشی Playades از انتشار بازی های اندرویدی ایرانی به وسیله این شرکت در بازارهای بین المللی خبر داد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، هابزل درباره دومین سال حضور خود در TGC گفت: امسال بازی سازهای جاه طلب و پروژه های جذابی را دیده ام. شرکت های ایرانی تلاش زیادی دارند که بازی های خوب بسازند و به عنوان یک ناشر بین المللی سعی داریم به بازی سازهای ایرانی کمک کنیم. هابزل افزود: سال قبل با بازی سازهای زیادی در تهران دیدار داشتیم که در نتیجه آن مذاکرات، ماه گذشته دو بازی موبایلی ایرانی Ring Mania و Poly Valley محصول شرکت Nova را عرضه کردیم. همایش امسال فرصتی است تا بازی سازهای بیشتری را ببینیم و پروژه های متنوعی را زیر نظر بگیریم.

این ناشر اتریشی روی عرضه بازی های اندرویدی در فروشگاه های نرم افزاری گوناگون به جز Google Play و App Store متمرکز است. او گفت: من شرکت خود را در سال ۲۰۰۶ تاسیس کردم. آن زمان چیزی به اسم فروشگاه های نرم افزاری وجود نداشت و تنها راه دسترسی به بازی های موبایلی از طریق اپراتورهای موبایلی بود. امروزه هم سیستم مشابهی در سراسر دنیا وجود دارد که من آن را فروشگاه های نرم افزاری جاببی می نامم، فروشگاه های دیجیتال که بازارهای داخلی و منطقه ای خود را هدف قرار داده اند و ما نیز روی این بازارها متمرکز هستیم.

Playades بازی های خود را روی فروشگاه های نرم افزاری کوچک و بزرگ اروپا، آمریکای لاتین، خاورمیانه، آفریقا و شرق آسیا منتشر می کند، هرچند برای این ناشر کوچک، ورود به بازارهای رقابتی بزرگ چین، کره جنوبی و ژاپن کار دشواری است.

به گفته هابزل، بازی های این شرکت از جمله دو عنوان ایرانی در بازارهای نظیر آلمان، اسپانیا، فرانسه، پرتغال و ایتالیا عرضه می شود. او در مورد ساختار این فروشگاه های نرم افزاری گفت: تقلید را در نظر بگیرید با این تفاوت که کاربران به جای دریافت اشتراک برای تماشای فیلم و سریال برای دسترسی به بازی های موبایلی اشتراک تهیه می کنند. برای مثال تحت یک مدل اشتراکی به مدت یک ماه می توانید به همه بازی های موجود روی یک فروشگاه نرم افزاری دسترسی داشته باشید و در یک مدل ارزان تر هر هفته پنج بازی موبایلی به شما تعلق می گیرد. شما این بازی ها را دانلود می کنید و تا زمانی که اشتراک داشته باشید می توانید آنها را روی گوشی خود بازی کنید. درآمد بازی سازها نیز از هزینه اشتراک کاربران تامین می شود. هابزل ادامه داد: ما امسال نیز به دنبال بازی سازهایی هستیم که قصد دارند به بازارهای خارجی ورود کنند. در روز نخست TGC دیدارهای بسیاری داشتم و حتی در بیرون از سالن های کنفرانس بازی سازهای زیادی برای مذاکره به سراغم آمدند. در رویداد امسال پنج تا ده عنوان موبایلی ایرانی توجه Playades را جلب کرده است.

او افزود: مشکل عمده بسیاری از توسعه دهندگان نرم افزاری که فقط به شرکت های ایرانی محدود نمی شود تطبیق با استانداردهای ماست و اغلب بازی سازهای کوچک و مستقل فاقد منابع و سرعت لازم برای اعمال این تغییرات هستند. این استانداردها بومی سازی، چند زبانه بودن (منوها و دیالوگ ها)، طیف رنگ ها و شکل آیکن ها و مواردی از این دست را شامل می شود.

او گفت: ما به شدت علاقه مند به انتشار این پنج تا ده عنوان هستیم اما توپ در زمین بازی سازهای ایرانی است و آنها هستند که باید بازی های خود را به استانداردهای ما نزدیک کنند.

هابزل اظهار داشت که Playades تاکنون بیش از ۵۰ بازی از EA - یکی از بزرگ ترین شرکت های بازی دنیا - را در فروشگاه های نرم افزاری جاببی عرضه کرده است.

او درباره نحوه برگزاری ۲۰۱۸ TGC گفت: همه چیز در سطح مطلوبی است و برای ارتقای این رویداد کار چندانی برای انجام دادن وجود ندارد. بازی سازها و ناشران باید همدیگر را ملاقات کنند و بشناسند و TGC این فرصت را برای هر دو گروه فراهم آورده است.

با وجود این هابزل یکی از موانع اصلی پیش روی توسعه دهندگان ایرانی را کمبود منابع دانست و گفت: با توسعه دهندگان متعددی صحبت کردم و برخی از آنها می گفتند که کمبود منابع مالی ممکن پروژه آنها را به تعطیلی بکشاند. اما سازمان ها و نهادهای مربوطه باید به کمک این بازی سازها بیایند.



## ۲۰۱۸ TGC | آیا تحصیلات آکادمیک برای صنعت بازی های رایانه ای موثر است؟ (۱۳/۰۹/۹۵-۱۳/۰۹/۹۵)

در دومین پنل برگزار شده در ۲۰۱۸ TGC، حاضران در پنل تلاش کردند به این سوال پاسخ دهند که «آیا تحصیلات آکادمیک برای صنعت بازی های رایانه ای موثر است؟».

در این پنل بهروز مینایی استاد دانشگاه علم و صنعت و مدیرعامل سابق بنیاد ملی بازی های رایانه ای، هادی مرادی استاد دانشگاه تهران، مجتبی وحیدی اصل استاد دانشگاه شهید بهشتی و رییس آزمایشگاه بازی های دیجیتال این دانشگاه، کامیار محیبیان رییس انستیتو ملی بازی سازی ایران و پروفیسور Malte Behmamm مدیرعامل شرکت Game Farm به بحث و تبادل نظر پرداختند. فرزانه شریفی نیز دبیر این پنل را برعهده داشت. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) لزوم تعریف رشته های تخصصی بازی سازی در مقطع دکتریاستاد دانشگاه علم و صنعت با بیان این که مهم ترین سرمایه یک شرکت بازی سازی، نیروی انسانی کارآمد است گفت: خروجی های دانشگاه امروز به صورتی است که شرکت های بازی سازی باید ۶ ماه تا یک سال برای تربیت و آماده سازی نیروی جدید تلاش کنند و این موضوع هزینه های آن شرکت را افزایش می دهد.

پهروز مینایی ادامه داد: سال ۲۰۰۴ که از امریکا بازگشتم، هنوز هیچ کدام از دانشگاه های آنجا رشته رسمی بازی سازی نداشتند. اما در سال ۲۰۰۶ لاپراتوار بازی های جدی در دانشگاه میشیگان راه اندازی شد و اکنون صدها دانشگاه در امریکا و اروپا، به ویژه در آلمان و فنلاند، رشته بازی سازی دارند. وی با بیان این که دانشگاه ها باید ببینند شرکت ها چه نیازی دارند و براساس آن به تربیت نیروی انسانی بپردازند گفت: مدیریت فرایند صرف تا صد یک بازی کار بسیار دشواری است و می توان گفت یکی پیچیده ترین پروژه های مهندسی است.

مینایی ادامه داد: مدیر پروژه باید بتواند هم زمان میان نیروی هنری، نیروی فنی و نیروی طراحی ارتباط و هماهنگی برقرار کند. اما در دانشگاه ها روی این بخش کار نمی شود.

استاد دانشگاه علم و صنعت گفت: صنعت بازی سازی ما نیازمند تعریف رشته های بسیار تخصصی در مقطع PHD است. همچنین باید از رشته MBA نیز به این صنعت ورودی داشته باشیم تا آنها به این سوال که چگونه می توان از بازی درآمد داشت، پاسخ دهند.

حل مسایل بازی سازی در گرو پژوهش های پیشرفته دانشگاهیهادی مرادی استاد دانشگاه تهران نیز در این پانل گفت: اگر شما قهرست ۵۰ دانشگاه برتر امریکا را ببیند، تعداد کمی از آنها در حوزه بازی سازی فعال هستند و بیشتر این رشته در دانشگاه های کوچکتر راه افتاده است. با این حال با پیدایش مسایل تخصصی و چالش های فناورانه در این حوزه، به تدریج دانشگاه های بزرگ را هم در بر می گیرد.

وی افزود: با گسترش روزافزون بازی در صنعت گیم، مسایل پیچیده ای مانند کاهش مصرف برق و داده در موبایل ها و همچنین استفاده حداکثری از منابع محدود، نیاز به پژوهش های پیشرفته دانشگاهی دارد.

مرادی تاکید کرد: نمی توان نقش دانش آکادمیک را در ساخت بازی نادیده گرفت. شاید با یک آموزش کوتاه مدت حرفه ای بتوان شروع به بازی سازی کرد ولی این دانش، نمی تواند موضوعات و مشکلات اساسی بازی ساز را حل کند.

صنعت بازی به سمت تولید خودکار در حرکت استمجتبی وحیدی اصل استاد دانشگاه شهید بهشتی دیگر فرد حاضر در این پنل بود. او گفت: صنعت بازی یک حوزه چند رشته ای است و این صنعت به متخصصان مختلفی، از روانشناس و جامعه شناس، تا متخصصان علوم فیزیک و محاسبه کنندگان مسایل ریاضی، نیاز دارد.

وی افزود: اکنون این صنعت به سمت تولید خودکار بازی ها، از جمله تولید خودکار مراحل مختلف، موسیقی و حتی داستان می رود و بی توجهی به این مسایل، ما را از بازی سازان دنیا به شدت عقب می اندازد.

وحیدی اصل با بیان این که در ایران بازی بیشتر با هدف سرگرمی تولید می شود گفت: حوزه هایی از جمله بحث «بازی های جدی» چندان در کشور مورد توجه قرار نگرفته است.

ضرورت وجود دانشکده متمرکز آموزش بازی های رایانه ایکامیار محبوبیان رییس انستیتو ملی بازی سازی ایران نیز در این پنل گفت: ما به یک آموزش نظام مند منطبق با نیازهای صنعت در دانشگاه ها نیاز داریم. البته این آموزش قاعدتا شامل مسایل مقدماتی است تا دانشجویان آماده ورود به جامعه حرفه ای بازی سازی شوند.

وی با بیان این که برخی دانشگاه ها به آموزش حوزه های مختلف بازی ورود کرده اند گفت: این که در دانشگاه تبریز صرفا به بحث Art پرداخته شود و در تهران مسایل فنی آموزش داده شود، ایده اشتباهی است. چون دانشجویان رشته های مختلف بازی سازی باید در کنار هم، کار گروهی را تمرین کنند. درواقع ما باید یک دانشکده تولید بازی داشته باشیم که هم زمان به هر سه بخش طراحی بازی، طراحی هنری و مباحث فنی بپردازد.

محبوبیان با بیان این که رشد یک صنعت همراه با حواشی است گفت: باید دانشگاه ها به مسایلی نظیر تاثیر بازی های رایانه ای در جامعه نیز ورود کنند.

نقش دانشگاه در یک صنعت خلاق Malte Behrmann مدیرعامل شرکت Game Farm نیز در این نشست گفت: در بیست سالی که در صنعت بازی بوده ام، این صنعت روز به روز در حال تغییر بوده و معتقدم این تغییرات همواره ادامه خواهد داشت.

وی افزود: وقتی بازی وارد حوزه موبایل، شد گوشی ها تبدیل به بهترین دوستان ما شدند و توانستیم وسیله بازی کردن را با خود حمل کنیم و البته چالش های زیادی هم برای بازی سازان داشت. معتقدم چالش بعدی بازی سازان نیز تقابل انسان و ماشین است.

Behrmann با بیان این که با توسعه دهندگان زیادی در IGC و پیش از آن در رویاندهای دیگر گفت وگو کردم، افزود: برخی از تیم ها ساخت بازی VR را مدنظر قرار داده اند. به احتمال زیاد VR در آینده با اقبال روبرو نخواهد شد و این یکی از تله هایی است که باید به آن آگاه باشیم. اگر یک بازی جدی می

خواهید در حوزه VR بسازید، کارتان را ادامه دهید اما اگر به دنبال یک بازار بزرگ و عمومی هستید، چنین بازاری به نظر من وجود ندارد.

این استاد دانشگاه ادامه داد: افراد زیادی را دیده ام که رشته تحصیلی شان چیز دیگری است اما استعداد فرولانی در این حوزه دارند و حیف است از آنها استفاده نکنیم. خود من به عنوان یک استاد دانشگاه از وجود آموزش رسمی دفاع می کنم اما نباید این صنعت را با صنایع دیگر اشتباه بگیریم. این یک صنعت خلاقانه است و لزوما آموزش رسمی در موفقیت یک بازی تاثیرگذار نیست.

Behrmann گفت: به عنوان کسی که در دانشگاه کار می کنم می دانم که چقدر دانشگاه ها در تغییرات سیلابس های درسی شان کند هستند و این یک مشکل بزرگ در حوزه ای است که با تغییرات پرشتابی روبرو است.



## ۲۰۱۸ TGC | دو بازی موبایلی ایرانی در بازارهای جهانی عرضه شدند (۳۰/۱۱-۲۷/۱۲/۹۵)

مایکل هابریل (Michael Haberl) بنیانگذار و مدیرعامل شرکت اتریشی Playades از انتشار بازی های اندرویدی ایرانی به وسیله این شرکت در بازارهای بین المللی خبر داد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، هابریل درباره دومین سال حضور خود در TGC گفت: امسال بازی سازهای جاه طلب و پروژه های جذابی را دیده ام. شرکت های ایرانی تلاش زیادی دارند که بازی های خوب بسازند و به عنوان یک ناشر بین المللی سعی داریم به بازی سازهای ایرانی کمک کنیم. هابریل افزود: سال قبل با بازی سازهای زیادی در تهران دیدار داشتیم که در نتیجه آن مذاکرات، ماه گذشته دو بازی موبایلی ایرانی Poly و Ring Mania Valley محصول شرکت Nova را عرضه کردیم. همایش امسال فرصتی است تا بازی سازهای بیشتری را ببینیم و پروژه های متنوعی را زیر نظر بگیریم.

این ناشر اتریشی روی عرضه بازی های اندرویدی در فروشگاه های نرم افزاری گوناگون به جز Google Play و App Store متمرکز است. او گفت: من شرکت خود را در سال ۲۰۰۶ تاسیس کردم. آن زمان چیزی به اسم فروشگاه های نرم افزاری وجود نداشت و تنها راه دسترسی به بازی های موبایلی از طریق اپراتورهای موبایلی بود. امروزه هم سیستم مشابهی در سراسر دنیا وجود دارد که من آن را فروشگاه های نرم افزاری جابجایی می نامم، فروشگاه های دیجیتال که بازارهای داخلی و منطقه ای خود را هدف قرار داده اند و ما نیز روی این بازارها متمرکز هستیم.

Playades بازی های خود را روی فروشگاه های نرم افزاری کوچک و بزرگ اروپا، آمریکای لاتین، خاورمیانه، آفریقا و شرق آسیا منتشر می کند، هرچند برای این ناشر کوچک، ورود به بازارهای رقابتی بزرگ چین، کره جنوبی و ژاپن کار دشواری است.

به گفته هابریل، بازی های این شرکت از جمله دو عنوان ایرانی در بازارهای نظیر آلمان، اسپانیا، فرانسه، پرتغال و ایتالیا عرضه می شود. او در مورد ساختار این فروشگاه های نرم افزاری گفت: تقلید را در نظر بگیرید با این تفاوت که کاربران به جای دریافت اشتراک برای تماشای فیلم و سریال برای دسترسی به بازی های موبایلی اشتراک تهیه می کنند. برای مثال تحت یک مدل اشتراکی به مدت یک ماه می توانید به همه بازی های موجود روی یک فروشگاه نرم افزاری دسترسی داشته باشید و در یک مدل ارزان تر هر هفته پنج بازی موبایلی به شما تعلق می گیرد. شما این بازی ها را دانلود می کنید و تا زمانی که اشتراک داشته باشید می توانید آنها را روی گوشی خود بازی کنید. درآمد بازی سازها نیز از هزینه اشتراک کاربران تامین می شود.

هابریل ادامه داد: ما امسال نیز به دنبال بازی سازهایی هستیم که قصد دارند به بازارهای خارجی ورود کنند. در روز نخست TGC دیدارهای بسیاری داشتیم و حتی در بیرون از سالن های کنفرانس بازی سازهای زیادی برای مذاکره به سراغ آمدند. در رویداد امسال پنج تا ده عنوان موبایلی ایرانی توجه Playades را جلب کرده است.

او افزود: مشکل عمده بسیاری از توسعه دهندگان نرم افزاری که فقط به شرکت های ایرانی محدود نمی شود تطبیق با استانداردهای ماست و اغلب بازی سازهای کوچک و مستقل فاقد منابع و سرعت لازم برای اعمال این تغییرات هستند. این استانداردها بومی سازی، چند زبانه بودن (منوها و دیالوگ ها)، طیف رنگ ها و شکل آیکن ها و مواردی از این دست را شامل می شود.

او گفت: ما به شدت علاقه مند به انتشار این پنج تا ده عنوان هستیم اما توپ در زمین بازی سازهای ایرانی است و آنها هستند که باید بازی های خود را به استانداردهای ما نزدیک کنند.

هابریل اظهار داشت که Playades تاکنون بیش از ۵۰ بازی از EA - یکی از بزرگ ترین شرکت های بازی دنیا - را در فروشگاه های نرم افزاری جانبی عرضه کرده است.

او درباره نحوه برگزاری TGC ۲۰۱۸ گفت: همه چیز در سطح مطلوبی است و برای ارتقای این رویداد کار چندانی برای انجام دادن وجود ندارد. بازی سازها و ناشران باید همدیگر را ملاقات کنند و بشناسند و TGC این فرصت را برای هر دو گروه فراهم آورده است.

با وجود این هابریل یکی از موانع اصلی پیش روی توسعه دهندگان ایرانی را کمبود منابع دانست و گفت: با توسعه دهندگان متعددی صحبت کردم و برخی از آنها می گفتند که کمبود منابع مالی ممکن پروژه آنها را به تعطیلی بکشاند. اما سازمان ها و نهادهای مربوطه باید به کمک این بازی سازها بیایند.

## همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانشل برگزار شد (۳۰/۱۱-۲۷/۱۲/۹۵)

جامع خبر(جامع نیوز) با حمایت ایرانشل همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طی روزهای پنجشنبه و جمعه ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد. به گزارش جامع خبر از روابط عمومی ایرانشل، به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه نویسان داخلی صنعت بازی رایانه ای، ایرانشل با اب استور چارخونه، که به عنوان دومین اب استور بزرگ ایران شناخته می شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، TGC ارائه کرد.

چارخونه ایرانشل با رشد چشمگیر سه میلیونی تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی نظیر اختصاص API های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فروم اختصاصی برای گفتگو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده های برنامه)، اپروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل ها ارائه کرده است. براساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی سازها می توانند با مدل های کسب و در آمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانشل همکاری کنند.

ایرانشل همچنین برای ناشرانی که علاقمند به ارایه محصول خود در سطوح بین المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارایه کرده است. همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران بزرگترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه با حمایت ایرانسل برگزار شده است. ایرانسل این امکان را فراهم کرده است تا بازی سازهایی که قصد همکاری با ایرانسل را دارند با مراجعه به وب سایت توسعه دهندگان چارخونه در نشانی developer.charkhoneh.com و یا بازیگ مراجعه کنند

## سخت افزار

## سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی (۲۰۱۸-۲۰۲۰)

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه TGC ۲۰۱۸، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخلی و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حسن کریمی قدوسی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و بدون محدودیت هستند و هر قدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت.

وی با بیان این که بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می زنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثر تر می شود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی خطاب به بازی سازان گفت: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخلی و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد.

وی با بیان این که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در TGC به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاکید کرد: برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی با بیان این که در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت: در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش ارائه می شود تا بازی سازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی داشته باشند.

وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری TGC مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز ارائه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند.

کریمی با تاکید بر این که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد

## سخت افزار

## مجتبی رجبی، استاد مستر کلاس TGC ۲۰۱۸: به تدریج شاهد اثرات TGC در صنعت بازی های ویدئویی خواهیم بود (۲۰۱۸-۲۰۲۰)

یکی از اساتید مستر کلاس های TGC ۲۰۱۸ معتقد است برگزاری این رویداد به تدریج اثرات ثمربخشی بر صنعت بازی های ویدئویی خواهد داشت. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مجتبی رجبی که روز گذشته مستر کلاس Performance optimization and final build file size reduction in Unity3D را برگزار کرد، درباره این کلاس توضیح داد: تلاش کردم با توجه به تجربه ای که در ۸ سال گذشته در کار با Unity دارم، نکات مفیدی درباره بهینه سازی و کاهش حجم فایل نهایی ساخته شده را به شرکت کنندگان بگویم.

وی که آخرین پروژه اش ساخت بازی «ماشین آنلاین» بوده است گفت: بازی سازان ایرانی به خوبی در حال رشد هستند و خوشحالم از این کلاس نیز استقبال خوبی شد.

رجبی که دومین سال است در TGC حضور دارد گفت: نباید از این رویداد انتظار معجزه داشته باشیم و بگوییم از فردا باید ۲۰ بازی ایرانی (ادامه دارد ...)

## سخت‌افزار

(ادامه خبر ...) صادر شود. خیلی از بازی‌ها به حدی نرسیده که بتوانند در بازارهای خارجی حضور یابند و حتی برخی از بازی‌ها قواعد معرفی بازی را نمی‌دانند. وی تأکید کرد: **TGC** باید با قدرت ادامه یابد و با حضور اساتید خارجی و افزایش تعاملات بین‌المللی، به تدریج سهم بیشتری از بازارهای بین‌المللی را به دست آورد.



فوتوس

### بازدید وزیر ارشاد از نمایشگاه بازی‌های رایانه‌ای (۱۳۹۵/۰۷/۰۸-۱۳۹۵/۰۷/۰۸)

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز از دومین نمایشگاه بین‌المللی بازی‌های رایانه‌ای بازدید کرد.

به گزارش فاتوس، سیدعباس صالحی در بازدید از دومین نمایشگاه بین‌المللی بازی‌های رایانه‌ای ضمن گفت و گو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش‌های صدا و سیما از بخش‌های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفت و گو کرد. دومین همایش و نمایشگاه بین‌المللی بازی‌های رایانه‌ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان بزرگ‌ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی‌های رایانه‌ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برپا شده است. در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ نشست تخصصی، برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان این فرصت را مهیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی‌های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند.



پورسخت‌افزار

### مدیرعامل شرکت هندی Qualitas Global: «عرضه بازی‌های ایرانی در هند را بررسی می‌کنیم» (۱۳۹۵/۰۷/۰۸-۱۳۹۵/۰۷/۰۸)

نویل پاتل (Neville Patel) بنیانگذار و مدیرعامل شرکت هندی Qualitas Global به تهران آمده تا خدمات کنترل کیفی شرکت خود را در اختیار توسعه‌دهندگان نرم‌افزاری ایرانی قرار دهد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، پاتل گفت: ما یک شرکت کنترل کیفیت (QA) هستیم و فعالیت ما روی تست و تضمین کیفی دامنه وسیعی از نرم‌افزارها، بازی‌ها و اپلیکیشن‌ها معطوف است.

به گفته پاتل، این شرکت که بیش از ۵۰۰ کارمند دارد و علاوه بر شهر بونه در هند، در هلند نیز فعالیت می‌کند نه تنها در طول دوره توسعه بازی‌ها و اپلیکیشن‌ها بلکه پس از انتشار نیز به کنترل کیفی نرم‌افزارها پرداخته و بازخورد کاربران را برای به روزرسانی‌های بعدی دریافت و به توسعه‌دهندگان منتقل می‌کند.

او افزود: هدف ما برقراری ارتباط با توسعه‌دهندگان نرم‌افزاری ایرانی از طریق بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای است. ما همچنین تیم‌نگاهی به بازی‌های موبایلی و عرضه آنها در بازار هند داریم. در روز نخست **TGC** عنوان زیادی را دیدیم و با بازی‌سازها به صحبت نشستیم. بعد از بازگشت به هند باید کیفیت این بازی‌ها و احتمال پذیرش آن نزد کاربران هندی را بررسی کنیم و سپس تصمیم خواهیم گرفت.

پاتل اظهار داشت: ما به دنبال ایجاد یک فضای تعاملی و دوستانه بین صنعت بازی‌های رایانه‌ای هند و ایران هستیم و راه‌های مختلف ارائه خدمات به شرکت‌های ایرانی را ارزیابی می‌کنیم. کنترل کیفیت در ایران حوزه چندان محبوبی به شمار نمی‌آید و تصور می‌کنیم که ما می‌توانیم در این حوزه حضور موفقی داشته باشیم.

این شرکت به حوزه‌های توظهوری نظیر تست و ارزیابی فناوری‌های ورزشی و خودروهای خودران نیز ورود کرده است. پاتل در این باره گفت: ما حسگرهای خودروهای خودران را تست می‌کنیم، مواردی نظیر توانایی در شناخت محیط، تشخیص اشیا و خواندن تابلوهای راهنما. این حسگرها نقش مهمی در امنیت خودروهای خودران ایفا می‌کنند.

او درباره تجربه شرکت در رویداد بین‌المللی بازی‌های رایانه‌ای تهران گفت: این نخستین حضور من در **TGC** است و با بازی‌سازهای جوان زیادی برخورد داشته‌ام که عنوان قابل توجهی را به نمایش درآورده‌اند. آینده روشنی را در انتظار بازی‌سازان ایرانی می‌بینم.

## تعمال حرفه ای میان بازی سازان داخلی و خارجی

تی جی سی ۲۰۱۸ در ایران

به گزارش گروه فرهنگی صنعت بازی های رایانه ای، طی این سال هادر زمینه های مختلفی رشد کرده و امروزه یکی از سودآورترین صنعت ها محسوب می شود. چنین صنعتی با توجه به روند رو به رشد و استقبال مخاطبان آن بی شک دارای جایگاه های شغلی متعدد با گرایش های متنوعی است. همین تقسیم بندی گرایش ها باعث مشخص شدن وظایف در تیم های بزرگ و پرجمعیت تولید بازی می شود تا در نهایت به رشد و منفعت همه تولیدکنندگان و مصرف کنندگان این صنعت بینجامد.

رویداد تی جی سی از اتفاقات مهم و قابل اجرا برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای ۱۴ تیرماه در همایش های بین المللی صداوسیما برگزار شد. این رویداد که به عنوان بزرگترین بستر و فرصت های مناسب برای بازی سازان کشور در راستای گسترش تعاملات بین المللی شناخته می شود با وجود کنفرانس ها، پتل ها، مسترکلاس و آشنایی با ناشران دیگر کشورها امتیازات گسترده ای را برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای به ارمغان می آورد.

●● درآمد بازی های رایانه ای در ایران و جهان

براساس آمارها با بررسی درآمد بازی های رایانه ای در جهان ایران با ۲۷ میلیون دلار در رده بیست و پنجم قرار گرفته است. در سال ۲۰۱۶ چین با ۲۴ میلیارد دلار درآمد توانست رتبه اول جهان را در صنعت بازی های کامپیوتری به خود اختصاص دهد و ایران با ۲۷ میلیارد دلار در جایگاه بیست و پنجم جهان قرار گرفته است.

در رده بندی جهانی کسب درآمد از صنعت بازی های رایانه ای، پس از چین، امریکا، ژاپن، کره جنوبی و آلمان در رتبه های دوم تا پنجم جهان قرار دارند. آمارها نشان می دهد حدود ۶۰ درصد از کاربران بازی های رایانه ای در ایران مرد و ۴۰ درصد زنان هستند، ۲۵ درصد کاربران گیم کمتر از ۱۲ سال سن دارند و ۳۳ درصد در رده سنی ۱۲ تا ۱۹ سال هستند. نکته جالب در بازی های رایانه ای جمعیت ۱ درصدی کاربران گیم با سن بالای ۶۰ سال است.

●● وزیر ارشاد بازی های رایانه ای حوزه خوبی برای سرمایه گذاری است

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با اشاره به اینکه ۲۸ میلیون کاربر بازی رایانه ای با متوسط ۱۹ سال سن در کشور وجود دارد، گفت: بازار بزرگی را در ایران به وجود آورده و از شرایط خوبی برای سرمایه گذاری برخوردار است.

سیدعباس صالحی روز گذشته درحاشیه بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران در جمع خبرنگاران افزود: طبق آمار بنیاد ملی بازی های رایانه ای، کاربران ایرانی روزانه به طور متوسط ۹۰ دقیقه را به بازی رایانه ای اختصاص می دهند.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی اضافه کرد: علاوه بر افزایش کاربران بازی های ایرانی، فضای تقاضا برای این بازی ها در بازارهای خارجی نیز رو به افزایش است و اقبال مصرف کنندگان به تولیدات داخلی بیشتر شده است.

وی با تاکید بر اینکه حوزه بازیهای رایانه ای با بودجه کم، بازدهی بسیار مضاعفی را می تواند در پی داشته باشد، اظهار داشت: در برخی صنایع با هزاران میلیارد می توان تحرک و پیشرفت ایجاد کرد، اما در صنعت بازی های رایانه ای با دهها میلیارد، اتفاقات بسیاری سامان می یابد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ادامه داد: بنابراین بخش خصوصی هم باید به این بازار بیشتر توجه و احساس کند این بازار پرسود و پرحاصل هم در بازارهای داخلی و هم خارجی فراهم است و بخش دولتی و بانک های ما نیز باید احساس کنند که یکی از حوزه های خوب سرمایه گذاری، بازی های رایانه ای است.

صالحی افزود: حوزه بازی های رایانه ای طبق مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی به بنیاد ملی بازیهای رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، واگذار شده اما ما برنامه هایی را برای هماهنگی بیشتر بین وزارتخانه های مختلف داشته و داریم.

●● استراتژی های مهم برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی

حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی های رایانه ای را بی حد و مرز دانست و تلاش کشورهای مختلف برای محدود کردن این صنعت را بی نتیجه می خواند، او می گوید: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در تی جی سی به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه بیان می کنم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثرتر می شود. موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه به افرادی که در این حوزه فعالیت گسترده و شمرنمتر دارند اشاره کرد و بیان می کند: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موقعیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد. صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در تی جی سی به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند. برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی می داند و می گوید: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد.

فرهنگ و تمدن آریایی خود را در آغوش بگیرید

در ادامه برنامه تی جی سی «کیت انوار» مدیرعامل «Geonify» و رئیس سابق انجمن بین المللی بازی سازان برای تولیدکنندگان بازی های رایانه ای و بازی سازان خلاق اظهار امیدواری کرد که در ایران عرصه بازی سازی پیشرفت قابل توجهی داشته است و توانسته مخاطبان خود را جذب کند. او می گوید: برای من افتخار بزرگی است که به ایران آمدم و همواره کسانی که با عشق و علاقه بازی ساخته اند را تحسین کرده ام. بسیار به سفر کردن علاقه دارم و یکی از چیزهایی که در این سفرها یاد گرفتیم این است که «مکان» محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند و لازم نیست حتما در یک کشور (اندامه دارد ...)

## جهان اقتصاد

(ادامه خبر ...) خاصی زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. من بازی سازان فراوانی دیده ام که خودشان چگونگی بازی سازی را یاد گرفته و پیشرفت کرده اند.



### سخت‌افزار

## کیان اشرفی استاد مستر کلاس ۲۰۱۸ TGC: تجربیات بازی سازیمان را مستند کنیم تا کل صنعت رشد کند

(۱۳۹۵-۰۲/۰۴/۹۵)

کیان اشرفی در جریان برگزاری مستر کلاس Turn-based Strategy Game Postmortem بر لزوم مستند کردن مراحل ساخت بازی و انتقال تجربیات به دیگر گروه های بازی سازی تاکید کرد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، کیان اشرفی مدیر هنر شرکت آتارشید گفت: یکی از مسائلی که در ایران جایش بسیار خالی است، مستند کردن فعالیت های انجام شده در یک پروژه است. من تجربه کار با تیم هایی را دارم که پروژه شکست خورده و افراد از هم جدا شده اند، اما هیچ مستندی درباره مراحل انجام کار، مشکلات و دلایل شکست وجود ندارد و این تجربه که با هزینه زیاد به دست آمده، عملاً از بین می رود.

وی افزود: بازی سازان ایران چندان عادت به مستند کردن فعالیت های خود ندارند. در تیم های خارجی شاهد این هستیم که بازی سازان مرتباً درباره مراحل انجام کار توییت می کنند و به مستند سازی پروژه می پردازند.

اشرفی درباره اهمیت مستندسازی تجارب گفت: اگر تجربیات خود را مستند نکرده و در اختیار همدیگر قرار ندهیم، هر تیم و شرکت بازی سازی باید از اول خطاهای گذشته را تکرار کند و رشد صنعت کند می شود. این درحالی است که اگر یک بازی ساز پس از ۲۰ سال فعالیت، تجربیاتش را به دیگران منتقل کند، بازی سازان جوان بخش عمده ای از اشتباهات گذشته را تکرار نمی کنند. آنها هم ۲۰ سال بعد اگر تجربه شان را منتقل کنند، فرد جدید ۴۰ سال تجربه در اختیار دارد و سرعت رشد صنعت چند برابر می شود.

وی ادامه داد: طبیعتاً برخی مسایل مانند بحث مارکتینگ محرمانه است، اما به اشتراک گذاشتن تجارب فنی، می تواند صنعت کوچک بازی سازی در کشور را با سرعت بیشتری به حرکت درآورد.

استاد مستر کلاس ۲۰۱۸ TGC گفت: در مراحل مختلف پروژه اخیر شرکت آتارشید به نام «رستاخیز»، کار مستندسازی را انجام داده ام و در این کلاس به کالبدشکافی تجربه ساخت بازی پرداختیم.

وی درباره برگزاری TGC نیز گفت: برخی انتقاد می کردند که سطح کنفرانس ها پایین بود. اما به شخصه خود من با شرکت در TGC سال گذشته، تجربه بسیار خوبی به دست آوردم و در همین پروژه رستاخیز، کار چند هفته جلو افتاد.

اشرفی با استقبال از تغییر زمان برگزاری مستر کلاس ها به یک روز پیش از آغاز رویداد گفت: سال گذشته این موضوع سبب شد تا شرکت کنندگان چند کنفرانس را از دست بدهند اما امسال خوشبختانه این مشکل حل شد.



### گاما

## بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸ معرفی شدند (۱۳۹۵-۰۲/۰۴/۹۵)

در مراسم اختتامیه ۲۰۱۸ TGC، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، جایزه گیمستان برای نخستین بار در ۲۰۱۸ TGC برگزار شد. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند. در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزد های گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان این دوره را ملاحظه می کنید:

در بخش موبایل

بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش PC

بهترین بازی بصری: Filliping Filip

خلاقانه ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Filliping Filip

## برندگان بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸ معرفی شدند (۱۳۹۷/۰۹/۱۵-۱۳۹۷/۰۹/۱۵)

در مراسم اختتامیه ۲۰۱۸ IGCT، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان ۲۰۱۸ از میان بازی های منتخب این همایش معرفی شدند.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، جایزه گیمستان برای نخستین بار در ۲۰۱۸ IGCT برگزار شد. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزد های گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد IGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان این دوره را ملاحظه می کنید:

برندگان بخش موبایل گیمستان ۲۰۱۸ بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape  
خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

برندگان بخش PC گیمستان ۲۰۱۸ بهترین بازی بصری: Flipping Filip

خلاقانه ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Flipping Filip



## بازدید وزیر ارشاد از نمایشگاه بازی های رایانه ای (۱۳۹۷/۰۹/۱۵-۱۳۹۷/۰۹/۱۵)

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای بازدید کرد.

به گزارش بسیج پرس، سیدعباس صالحی در بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای ضمن گفت و گو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفت و گو کرد.

دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است.

در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ نشست تخصصی، برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان این فرصت را مهیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند.



## در اختتامیه رویداد تی جی سی؛ برندگان رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» دریافت کردند (۱۳۹۷/۰۹/۱۵-۱۳۹۷/۰۹/۱۵)

برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد.

به گزارش خبرنگار مهر، برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد.

«گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، هند، مراکش، قزاقستان، یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر و سایر کشورها در آن حضور دارند. از ویژگی این کشورها، حضور تیم های خلاق بازی ساز است که صنعت بازی های ویدئویی را گسترش داده اند. ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی می کنند و نزدیک به ۴۰ درصد آنان به بازی کردن مشغول هستند.» (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد تی جی سی، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان به شرح ذیل است:

در بخش «موبایل»:

بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش «PC»:

بهترین بازی بصری: Filliping Filip

خلاقانه ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Filliping Filip

همچنین در دومین روز رویداد تی جی سی وزیر ارشاد نیز امروز عصر از این رویداد بازدید کرد.

به گزارش خبرنگار مهر، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم.

صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز توپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتما نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم.

وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع نافی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست.

صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان این که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در TGC دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازی سازان انجام دهند.

وی ادامه داد: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد.

صالحی در پاسخ به خبرنگار مهر، درباره نحو مجوزها به بازی سازان و تولیدکنندگان که بسیاری از آنان در این زمینه به برخی محدودیت ها اشاره کرده بودند گفت: در دادن مجوز هیچ گونه محدودیتی وجود ندارد و تمام بازی سازان دستشان در این زمینه باز است.



### برندگان رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» دریافت کردند (۱۳/۰۴/۹۶-۱۷/۰۴/۹۶)

به گزارش خبرنگار مهر، برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد.

«گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، هند، مراکش، قزاقستان، یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر و سایر کشورها در آن حضور دارند. از ویژگی این کشورها، حضور تیم های خلاق بازی ساز است که صنعت بازی های ویدئویی را گسترش داده اند. ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی می کنند و نزدیک به ۴۰ درصد آنان به بازی کردن مشغول هستند»

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد تی جی سی، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان به شرح ذیل است:

در بخش «موبایل»:

بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ... در بخش «pc»)

بهترین بازی بصری: **Filliping Filip**

خلاقانه ترین بازی: **woodfarer**

بهترین بازی: **Filliping Filip**

همچنین در دومین روز رویداد تی جی سی وزیر ارشد نیز امروز عصر از این رویداد بازدید کرد.

به گزارش خبرنگار مهر، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم.

صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد **TGC** وجود دارد گفت: هدف گذاری **TGC** انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز نوپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتماً نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم.

وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع نافی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست.

صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر **TGC** گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد **TGC** صیانت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان این که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در **TGC** دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازی سازان انجام دهند.

وی ادامه داد: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد. صالحی در پاسخ به خبرنگار مهر، درباره نحو مجوزها به بازی سازان و تولیدکنندگان که بسیاری از آنان در این زمینه به برخی محدودیت ها اشاره کرده بودند، گفت: در دادن مجوز هیچ گونه محدودیتی وجود ندارد و تمام بازی سازان دستشان در این زمینه باز است.



**ZOOM**

## مراسم اختتامیه ۲۰۱۸ TGC با اعلام برندگان اولین جایزه گیمستان برگزار شد (۱۳۹۷/۰۷/۰۲-۰۳)

آیین پایانی رویداد تجاری ۲۰۱۸ TGC با اعلام برگزیدگان اولین جوایز گیمستان برگزار شد.

مراسم اختتامیه رویداد **Tehran Game Convention** ساعاتی قبل در مرکز همایش های صدا و سیما به پایان رسید و پرونده مراسم ۲۰۱۸ TGC با انبوهی از کنفرانس ها و سخنرانی ها در پنج حوزه طراحی بازی، هنر، مدیریت پروژه، تکنولوژی و کسب و کار به پایان رسید.

یکی از مهم ترین تغییرات در شیوه برگزاری آیین پایانی رویداد تجاری ۲۰۱۸ TGC کوتاهی سخنرانی ها و تمرکز روی بازی ها بود. در جریان مراسم اختتامیه تی جی سی ۲۰۱۸ برای نخستین بار برگزیدگان اولین دوره جایزه گیمستان اعلام شدند. طبق اعلام بنیاد ملی بازی های رایانه ای، گیمستان در حقیقت منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهایمانند ترکیه و مصر حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آن ها حضور دارند و صنعت بازی های ویدیویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از دو میلیارد نفر در این منطقه زندگی می کنند و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در این دوره از گیمستان ۹۰ بازی از ۹ کشور با یکدیگر برای کسب جوایز رقابت کرده اند که از این تعداد ۶۵ بازی مربوط به پلتفرم موبایل و ۲۵ بازی نیز مربوط به رایانه های شخصی می شد. در جریان مراسم، سخنران های ایرانی و خارجی از جمله سجاد قلی زاده، ملیسا کنسلیت، امین شهیدی، کیت ادوارد، مارسلو کارگا، مجید رحمانی و چندی دیگر از بازیسازان برای اعلام و اهدا جوایز روی سن دعوت شدند که به واسطه آن در شاخه بهترین های موبایل، بازی **Pa Pa Land**، ساخته استودیوی نووا گیمز موفق شد تا در دو بخش بهترین بازی بصری و بهترین بازی برنده جایزه شود. عنوان خلاقانه ترین بازی اما به **Lake Horse**، ساخته استودیوی **Anahita**، ساخته ی مهرداد رضایی اما دیگر بازی مورد توجه در اولین دوره گیمستان بود که موفق شد تا بهترین بازی از نگاه مردم شود.

بخش رایانه های شخصی (پی سی) نیز نامزدهایی را در سه بخش بهترین بازی بصری، خلاقانه ترین بازی و بهترین بازی داشت که بازی **Filliping Filip** ساخته استودیوی دیدما توانست در دو شاخه بهترین بازی بصری و بهترین بازی برنده جایزه گیمستان شود. بازی **Woodfarer** نیز در شاخه خلاقانه ترین بازی برنده جایزه شد.



## توسعه تعاملات بین‌المللی در نمایشگاه TGC ۲۰۱۸

دنیای اقتصاد: رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention پنج‌شنبه و جمعه هفته‌ای که گذشت با هدف توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی‌های کشورهایمان به بازارهای جهانی برگزار شد. در این نمایشگاه بیش از ۱۲۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ده‌ها شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی شرکت کرده بودند. در مراسم افتتاحیه این رویداد، مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای اعلام کرد: کشور ما با وجود همه محدودیت‌های سال‌های اخیر، بزرگ‌ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا است.

حسن کریمی قدوسی با بیان اینکه استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: برگزاری دوره‌های مشترک بین‌المللی و اعزام تیم‌های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می‌شود. او استراتژی دوم بنیاد را بین‌المللی کردن صنعت بازی‌های رایانه‌ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تیلور این استراتژی را در برگزاری TGC مشاهده می‌کنید. امیدوارم بازی‌سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس‌هایی که این دو روز ارائه می‌شود، با سخنرانان بین‌المللی آشنا شده و شبکه‌سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: وظیفه داریم برای بازی‌سازان داخلی در رقابت با بازی‌های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی‌های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه‌های ایرانی اختصاص خواهد یافت.

همچنین در این مراسم Kate Edwards، مدیرعامل Geogri fy و مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) با بیان اینکه موفقیت در بازار بازی‌های رایانه‌ای وابسته به مکان نیست، به بازی‌سازان ایرانی توصیه کرد به جای توجه به محدودیت‌ها، توانایی‌ها و فرهنگ غنی خود را در آغوش بگیرند. او در ادامه به بازی‌سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی‌ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی‌سازی، چنین تاریخچه‌ای ندارند. همچنین شما شخصیت‌های اساطیری و بزرگی چون کوروش یا آرش دارید. شاید بپرسید ایرانی‌ها که اینها را می‌شناسند چرا باید درباره‌شان بازی بسازیم. ولی من به شما می‌گویم مردم دنیا از تاریخچه این قهرمانان بی‌خبرند. چینی‌ها به خوبی در بازی‌های موفق خود، از داستان‌ها و تمدنشان الهام می‌گیرند و شما نیز باید از فرهنگ خود الهام بگیرید.

وی افزود: برای اینکه بازی‌ساز موفق‌تری باشید لازم نیست مثل بازی‌سازان در آمریکا یا فنلاند عمل کنید. سعی کنید خودتان باشید و توانایی‌هایتان را دربر بگیرید. هرکس یک توانایی و استعداد دارد و توجه به این موضوع، کلیدی است. ادواردز با بیان اینکه باید به کاری که می‌کنیم افتخار کنیم گفت: درآمد صنعت بازی‌های رایانه‌ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش‌های حرفه‌ای دنیا بیشتر بود و این نشان می‌دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد. مدیرعامل Geogri fy در پایان تأکید کرد: هدف ما نباید این باشد که دنیا را با یک بازی عوض کنیم. اما می‌توانیم بر گوشه‌های از یک دنیا اثرگذار باشیم و محیط اطرفمان را بهبود بخشیم. در این راه اشتراک دانش موضوع بسیار مهم و تأثیر گذاری است.

## Tehra - Game Conventio ۲۰۱۸ - برگزار شد؛ فرصت خودنمایی صنعت بازی‌های رایانه‌ای ایران

«جهان صنعت» - گردهمایی فعالان صنعت بازی‌های رایانه‌ای ایران -

Tehra - Game Convention ۲۰۱۸ با حضور بیش از ۱۲۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ده‌ها شرکت بازی‌ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح روز پنجشنبه ۱۴ تیرماه آغاز و جمعه به پایان رسید. زمانی که در این رویداد شرکت می‌کنید به حقیقت این گفته که ایرانیان مردمانی باهوش هستند پی می‌برید، در این رویداد بسیاری از جوانان مستعد و سختکوش ایرانی حضور دارند که در حال ساخت بازی‌های رایانه‌ای، ویدئویی، موبایلی و حتی حقیقی هستند. استقبال و علاقه مهمانان خارجی به بازی‌سازان ایرانی یکی از جذابیت‌های منحصر به فرد «تهران گیم شو» به شمار می‌رقت. البته بازی‌سازان جوان ایرانی از تحریم‌ها، ممیزی‌ها، مشکلات داخل کشور و چالش‌های دسترسی به نرم‌افزارهای مورد نیاز شاک می‌هستند. در طول مراسم، در میان صحبت‌های شرکت‌کنندگان، مباحث مربوط به مهاجرت از کشور بسیار شنیده می‌شد. به هر روی این مراسم بسیار منظم، با فراهم کردن امکانات و خدمات مناسب و با کیفیت و زمان بندی دقیق برگزار شده و در مقایسه با دیگر رویدادهای فناوری بهتر بود. بیشتر بازدیدکنندگان نیز فعالان و ناشران بازی‌های رایانه‌ای بودند و TGC فرصت مناسبی را برای ارتباط برقرار کردن و فعالیت‌های مشترک فعالان بازی‌های رایانه‌ای فراهم کرد. از سوی دیگر به گفته برگزارکنندگان این رویداد، سرمایه‌گذاران خارجی نیز قراردادهایی را با بازی‌سازان ایرانی منعقد کرده و برای حمایت‌های مالی اعلام آمادگی کردند. به طور کلی برگزارکنندگان این رویداد معتقدند بسیاری از تیم‌های بازی‌سازی برای برطرف کردن مشکلات‌شان و بهبود کیفی پروژه‌ها، در کنفرانس‌های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری TGC ۲۰۱۷، تیم‌های بازی‌سازی مختلفی پروژه‌های بین‌المللی خود را آغاز کرده‌اند و رویداد امسال فرصتی طلایی برای آنها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می‌شود.

رویدادی برای صنعت در حال توسعه

یکی از دلایل اهمیت بازی‌های رایانه‌ای استقبال روزافزون از این بازی‌ها در داخل کشور است. در ایران نیز صنعت بازی‌های رایانه‌ای در حال توسعه بوده و این صنعت درآمدزا در حال گسترش است. رضا احمدی مدیر نظام رده بندی بازی‌های رایانه‌ای اعلام کرد: تاکنون بیش از ۲۲ هزار و ۵۰۰ بازی در کنسول‌های مختلف، از نظر سنی رده بندی شده است. در بخش کنسول‌های بازی و PC، بیش از ۴۵۰۰ بازی موبایلی رده بندی سنی شده‌اند. در بخش موبایل نیز بیش از ۱۸۰۰۰ بازی داخلی و خارجی رده بندی شده‌اند. در مراسم افتتاحیه این رویداد، مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) و حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، سخنرانان کلیدی بودند.

پس از مراسم افتتاحیه نیز در رویدادی جذاب و در بخش PitchFest، نامزدهای «جایزه گیمستان» فرصت بازی‌های خود را به ناشران، (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) سرمایه گذاران و علاقه مندان این حوزه معرفی کردند.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. همچنین ۵ کلاس TGC۲۰۱۸ از روز ۱۳ تیر ماه در انستیتو ملی بازی سازی برپا شد.

با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود.

سه استراتژی برای موفقیت بازی های ایرانی

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه TGC۲۰۱۸، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخلی و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد. حسن کریمی قدوسی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و محدودیت هستند و هر قدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت. وی با بیان اینکه بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می زنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثر تر می شود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی خطاب به بازی سازان گفت: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخلی و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد.

وی با بیان اینکه استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در TGC به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاکید کرد: برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی با بیان اینکه در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت: در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش ارائه می شود تا بازی سازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی داشته باشند. وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری TGC مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز ارائه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند. کریمی با تاکید بر اینکه بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چندبرابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد یافت.

بازی سازان ایرانی، از فرهنگ غنی خود الهام بگیرند

مدیرعامل Geogri fy و مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) با بیان اینکه موفقیت در بازار بازی های رایانه ای، وابسته به مکان نیست، به بازی سازان ایرانی توصیه کرد به جای توجه به محدودیت ها، توانایی ها و فرهنگ غنی خود را در آغوش بگیرند. Kate Edwards که به عنوان سخنران کلیدی TGC۲۰۱۸ در آیین افتتاحیه این رویداد سخنرانی می کرد، گفت: برای من افتخار بزرگی است که به ایران بیایم. همواره کسانی که با عشق و علاقه بازی ساخته اند را تحسین کرده و برای شما احترام زیادی قائل هستم. وی با بیان اینکه در طول ۲۵ سال فعالیت در صنعت بازی سازی که پنج سال آن به عنوان مدیر IGDA بوده است، در رویدادهای مختلف بازی سازی در سراسر جهان حضور داشته ام گفت: یکی از چیزهایی که در این سفرها یاد گرفتم این است که «مکان» محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند و لازم نیست حتما در یک کشور خاصی زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. من بازی سازان فرولاتی را دیده ام که خودشان چگونگی بازی سازی را یاد گرفته و پیشرفت کرده اند.

ادواردز ادامه داد: نکته دیگر این است که استعداد و نبوغ همیشه خود را نشان می دهد. برخی فکر می کنند از کشورهای مطرح بازی سازی جدا هستند و هیچ وقت بازی هایشان به صورت بین المللی منتشر نمی شود. اما این حقیقت ندارد، شما چه در فرانسه باشید چه در نیجر یا ایران یا آمریکا، می توانید به موفقیت دست یابید. مطمئن باشید تمام بازی سازان دنیا روزی همین استرس ها و نگرانی های شما برای موفقیت بازی هایشان را داشته اند.

مدیرعامل Geogri fy ادامه داد: بسیاری از مردم آمریکا فکر می کنند بازی Angry Birds در آمریکا ساخته شده اما این بازی در فنلاند توسعه یافته است. در واقع اصلا مهم نیست این بازی در فنلاند بوده یا آمریکا، استعداد خودش را نشان می دهد و بازی جهانی می شود.

مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان در ادامه به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. همچنین شما شخصیت های اساطیری و بزرگی چون کوروش یا آرش دارید. شاید بپرسید ایرانی ها که اینها را می شناسند چرا باید درباره شان بازی بسازم. ولی من به شما می گویم مردم دنیا از تاریخچه این قهرمانان بی خبرند. چینی ها به خوبی در بازی های موفق خود، از داستان ها و تمدن شان الهام می گیرند و شما نیز باید از فرهنگ خود الهام بگیرید (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) وی افزود: برای اینکه بازیساز موفق باشد لازم نیست مثل بازیسازان در آمریکا یا فنلاند عمل کنید. سعی کنید خودتان باشید و توانایی هایتان را دربر بگیرید. هر کس توانایی و استعدادی دارد و توجه به این موضوع، کلیدی است. ادواردز گفت: مگر می شود گفت نقاشی پیکاسو زیباتر است یا نقاشی داونچی. هر دو طرفداران و مشتاقان زیادی در دنیا دارند. هر کس در بازیسازی هم مدل و استایل خاص خود را دارد و نمی توانیم بگوییم کدام بهتر است. اتفاقاً این تفاوت هاست که ما را به عنوان یک بازیساز قوی تر می کند.

مدیرعامل Geogri fy با اشاره به این جمله مارک تواین که می گوید «مقایسه، مرگ شادی است» گفت: خودتان را با دیگران مقایسه نکنید و روی کار خود تمرکز کنید. وی با بیان اینکه تاریخ بشر با نقاشی های روی دیوار غرورها آغاز شد گفت: در طول تاریخ ارتباطات انسانی با زبان، نوشتن، تلفن، رادیو و رسانه های دیجیتال متحول شد و پیشرفت کرد و اکنون تاریخ بشریت به بازی های رایانه ای رسیده است. در واقع ما روایت بعدی تاریخ بشر را می نویسیم و این مسوولیت بزرگ و البته هیجان انگیزی است. ادواردز با بیان اینکه باید به کاری که می کنیم افتخار کنیم گفت: درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

مدیرعامل Geogri fy در پایان تاکید کرد: هدف ما نباید این باشد که دنیا را با یک بازی عوض کنیم. اما می توانیم بر گوشه ای از یک دنیا اثرگذار باشیم و محیط اطراف مان را بهبود بخشیم. در این راه اشتراک دانش موضوع بسیار مهم و تاثیر گذاری است.

تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کنیم

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی روز گذشته به بازدید از TGC ۲۰۱۸ پرداخت. سید عباس صالحی ظهر روز گذشته از TGC ۲۰۱۸ بازدید کرد و با تعداد زیادی از بازیسازان و غرفه داران حاضر در این رویداد به گفت و گو پرداخت.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم. صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت:

هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز نوپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتماً نظر بازیسازان را در این خصوص جویا می شویم. وی با بیان اینکه برای رشد صنعت بازیسازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع ناغی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست. صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کنیم تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان اینکه دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در TGC دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازیسازان انجام دهند.

وی ادامه داد: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد. تحریم های آمریکا اثری بر TGC نگذاشت!

به گفته قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای تحریم های آمریکا توانست تاثیری بر TGC ۲۰۱۸ نگذارد و تمام مهمانان بین المللی ما به این رویداد آمدند! این در حالی است که بازیسازان حاضر در این مراسم معتقدند تحریم ها مشکلات بسیاری را برای فعالیت آنها به همراه داشته به طوری که ترجیح می دهند در کشوری دیگر فعالیت خود را ادامه دهند و به طور حتم حضور چند مهمان خارجی به معنای آن نیست که تحریم ها تاثیری بر صنعت بازیسازی کشور نیز برجا نگذاشته است. با این همه جای شکر آن باقی است که تحریم ها موجب نشد مهمانان خارجی رویداد مهم صنعت بازی های رایانه ای، سفر خود را به کشورمان لغو کنند. حسن فتحی گفت: سخنرانان و شرکت های خارجی بیشتر و با کیفیت تری نسبت به سال گذشته به TGC آمده اند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای تمام تلاش خود را برای اتصال بازیسازان به بازارهای جهانی می کند و TGC را می توان نقطه عطف این تلاش ها دانست. وی با اشاره به تحریم های ظالمانه اخیر آمریکا بیان کرد: خوشبختانه این تحریم ها هیچ اثری بر کیفیت برگزاری این رویداد نداشت و حتی شرکت ها و سخنرانان آمریکایی و کانادایی طبق قول و قرار قبلی شان، به ایران آمدند.

توصیه برنامه نویسی اتریشی به بازیسازان ایرانی

دیتمار هاووز برنامه نویسی اتریشی از تجربه حضور خود در همایش بازی های رایانه ای ایران و اهمیت پشتکار در این حوزه گفت.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، هاووز که پیشتر تجربه سخنرانی در رویداد Game Connect - پاریس را داشته اکنون به تهران آمده تا تجربیات خود را با علاقه مندان مستعد حوزه بازیسازی در ایران به اشتراک بگذارد. درباره نخستین حضور خود در TGC گفت: همه چیز فوق العاده است! سخنرانی افتتاحیه، مکان برگزاری و البته تور تهران گردی جذابی که یک روز قبل از شروع همایش تدارک دیده شده بود. هاووز افزود: متأسفانه چیزهای خوبی درباره ایران نشنیده بودم. بنابراین باید به تهران می آمدم تا با چشم خودم واقعیت را ببینم. تبلیغات منفی زیادی علیه ایران جریان دارد اما خوشحالم که شخصا تجربه حضور در ایران را پیدا کرده ام. او خطاب به فعالان حوزه بازی در ایران گفت: بهترین راه پیشرفت به خصوص در زمینه کارهای عملی از جمله برنامه نویسی و طراحی هنری فقط یک چیز است: تمرین، تمرین، تمرین. کافی است با ممارست به کار خود ادامه دهید تا موفق شوید. او ابراز امیدواری کرد که تجربه حضور در بزرگ ترین رویداد بازی های رایانه ای ایران را سال آینده نیز تکرار خواهد کرد. هاووز در وین مستقر است و شرکت برنامه نویسی خودش را با نام roborodene.U اداره می کند که تنها کارمندش خود لوست. او سابقه فعالیت به عنوان برنامه نویسی ارشد در شرکت بازیسازی اتریشی مطرح Spring را در کارنامه دارد و در حال حاضر روی چند بازی جدید مشغول کار است که هنوز اسمی از آنها منتشر نشده. این برنامه نویسی اروپایی در رویداد بازی های رایانه ای تهران درباره یک چالش مهم در ساخت بازی های موبایلی حرف می زند: حجم زیاد فایل های بازی و زمان طولانی دانلود که بسیاری از کاربران را از دانلود و نصب بازی های موبایلی منصرف می کند؛ عاملی که به درآمد بازیسازها و آینده کاری آنها لطمه می زند. او در سخنرانی خود به مرور تغییر و تحولات یک دهه اخیر در این زمینه پرداخته و نیز راهکارهایی را به توسعه دهندگان بازی های موبایلی ارائه می کند.

## ۲۰۱۸ Tehra - Game Conv entio - برگزار شد؛ فرصت خودنمایی صنعت بازی های رایانه ای ایران

«جهان صنعت» - گردهمایی فعالان صنعت بازی های رایانه ای ایران -

۲۰۱۸ Tehra - Game Convention - با حضور بیش از ۱۲۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ده ها شرکت بازیساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح روز پنجشنبه ۱۴ تیرماه آغاز و جمعه به پایان رسید. زمانی که در این رویداد شرکت می کنید به حقیقت این گفته که ایرانیان مردمانی باهوش هستند پی می برید، در این رویداد بسیاری از جوانان مستعد و سختکوش ایرانی حضور دارند که در حال ساخت بازی های رایانه ای، ویدئویی، موبایلی و حتی حقیقی هستند. استقبال و علاقه مهمانان خارجی به بازیسازان ایرانی یکی از جذابیت های منحصر به فرد «تهران گیم شو» به شمار می رفت. البته بازیسازان جوان ایرانی از تحریم ها، ممیزی ها، مشکلات داخل کشور و چالش های دسترسی به نرم افزارهای مورد نیاز شاکی هستند. در طول مراسم، در میان صحبت های شرکت کنندگان، مباحث مربوط به مهاجرت از کشور بسیار شنیده می شد. به هر روی این مراسم بسیار منظم، با فراهم کردن امکانات و خدمات مناسب و با کیفیت و زمان بندی دقیق برگزار شده و در مقایسه با دیگر رویدادهای فناوری بهتر بود. بیشتر بازدیدکنندگان نیز فعالان و ناشران بازی های رایانه ای بودند و TGC فرصت مناسبی را برای ارتباط برقرار کردن و فعالیت های مشترک فعالان بازی های رایانه ای فراهم کرد. از سوی دیگر به گفته برگزار کنندگان این رویداد، سرمایه گذاران خارجی نیز قراردادهایی را با بازیسازان ایرانی منعقد کرده و برای حمایت های مالی اعلام آمادگی کردند. به طور کلی برگزار کنندگان این رویداد معتقدند بسیاری از تیم های بازیسازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری TGC ۲۰۱۷، تیم های بازیسازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده اند و رویداد امسال فرصتی طلایی برای آنها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شود.

رویدادی برای صنعت در حال توسعه

یکی از دلایل اهمیت بازی های رایانه ای استقبال روزافزون از این بازی ها در داخل کشور است. در ایران نیز صنعت بازی های رایانه ای در حال توسعه بوده و این صنعت درآمداً در حال گسترش است. رضا احمدی مدیر نظام رده بندی بازی های رایانه ای اعلام کرد: تاکنون بیش از ۲۲ هزار و ۵۰۰ بازی در کنسول های مختلف، از نظر سنی رده بندی شده است. در بخش کنسول های بازی و PC، بیش از ۴۵۰۰ بازی موبایلی رده بندی سنی شده اند. در بخش موبایل نیز بیش از ۱۸۰۰۰ بازی داخلی و خارجی رده بندی شده اند. در مراسم افتتاحیه این رویداد، Kate Edwards مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) و حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سخنرانان کلیدی بودند.

پس از مراسم افتتاحیه نیز در رویدادی جذاب و در بخش Pitch Fest، نامزدهای «جایزه گیمستان» فرصت بازی های خود را به ناشران، سرمایه گذاران و علاقه مندان این حوزه معرفی کردند.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. همچنین ۵ کلاس TGC ۲۰۱۸ از روز ۱۳ تیر ماه در استیو ملی بازیسازی برپا شد.

با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازیسازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود.

سه استراتژی برای موفقیت بازی های ایرانی

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه TGC ۲۰۱۸، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخلی و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد. حسن کریمی قدوسی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و محدودیت هستند و هر قدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت. وی با بیان اینکه بازیسازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می زنییم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثر تر می شود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازیسازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی خطاب به بازیسازان گفت: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخلی و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد.

وی با بیان اینکه استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازیسازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در TGC به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاکید کرد: برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی با بیان اینکه در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت: در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش ارائه می شود تا بازیسازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی داشته باشند. وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری TGC مشاهده می کنید. امیدوارم بازیسازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز ارائه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند. کریمی با تاکید بر اینکه بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازیسازی ما کم فروغ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چندبرابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازیسازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازیسازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد یافت.

بازیسازان ایرانی، از فرهنگ غنی خود الهام بگیرند

مدیرعامل Geogriify و مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) با بیان اینکه موفقیت در بازار بازی های رایانه ای، وابسته به مکان نیست، به بازیسازان ایرانی توصیه کرد به جای توجه به محدودیت ها، توانایی ها و فرهنگ غنی خود را در آغوش بگیرند. **Kate Edwards** که به عنوان سخنران کلیدی TGC۲۰۱۸ در آیین افتتاحیه این رویداد سخنرانی می کرد، گفت: برای من افتخار بزرگی است که به ایران بیایم. همواره کسانی که با عشق و علاقه بازی ساخته اند را تحسین کرده و برای شما احترام زیادی قائل هستم. وی با بیان اینکه در طول ۲۵ سال فعالیت در صنعت بازی سازی که پنج سال آن به عنوان مدیر IGDA بوده است، در رویدادهای مختلف بازی سازی در سراسر جهان حضور داشته ام گفت: یکی از چیزهایی که در این سفرها یاد گرفتم این است که «مکان» محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند و لازم نیست حتما در یک کشور خاصی زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. من بازیسازان فرلانی را دیده ام که خودشان چگونگی بازی سازی را یاد گرفته و پیشرفت کرده اند.

ادواردز ادامه داد: نکته دیگر این است که استعداد و نبوغ همیشه خود را نشان می دهد. برخی فکر می کنند از کشورهای مطرح بازی سازی جدا هستند و هیچ وقت بازی هایشان به صورت بین المللی منتشر نمی شود. اما این حقیقت ندارد، شما چه در فرانسه باشید چه در نیجر یا ایران یا آمریکا، می توانید به موفقیت دست یابید. مطمئن باشید تمام بازیسازان دنیا روزی همین استرس ها و نگرانی های شما برای موفقیت بازی هایشان را داشته اند.

مدیرعامل Geogriify ادامه داد: بسیاری از مردم آمریکا فکر می کنند بازی **Angry Birds** در آمریکا ساخته شده اما این بازی در فنلاند توسعه یافته است. در واقع اصلا مهم نیست این بازی در فنلاند بوده یا آمریکا، استعداد خودش را نشان می دهد و بازی جهانی می شود.

مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان در ادامه به بازیسازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. همچنین شما شخصیت های اساطیری و بزرگی چون کوروش یا آرش دارید. شاید برسید ایرانی ها که اینها را می شناسند چرا باید درباره شان بازی بسازم. ولی من به شما می گویم مردم دنیا از تاریخچه این قهرمانان بی خبرند. چیزی ها به خوبی در بازی های موفق خود، از داستان ها و تمدن شان الهام می گیرند و شما نیز باید از فرهنگ خود الهام بگیرید.

وی افزود: برای اینکه بازی ساز موفق باشید لازم نیست مثل بازیسازان در آمریکا یا فنلاند عمل کنید. سعی کنید خودتان باشید و توانایی هایتان را دربر بگیرید. هرکس توانایی و استعدادی دارد و توجه به این موضوع، کلیدی است. ادواردز گفت: مگر می شود گفت نقاشی پیکاسو زیاتر است یا نقاشی داونچی. هر دو طرفداران و مشتاقان زیادی در دنیا دارند. هر کس در بازی سازی هم مدل و استایل خاص خود را دارد و نمی توانیم بگوییم کدام بهتر است. اتفاقا این تفاوت هاست که ما را به عنوان یک بازی ساز قوی تر می کند.

مدیرعامل Geogriify با اشاره به این جمله مارک تواین که می گوید «مقایسه، مرگ شادی است» گفت: خودتان را با دیگران مقایسه نکنید و روی کار خود تمرکز کنید. وی با بیان اینکه تاریخ بشر با نقاشی های روی دیوار غراها آغاز شد گفت: در طول تاریخ ارتباطات انسانی با زبان، نوشتن، تلفن، رادیو و رسانه های دیجیتال متحول شد و پیشرفت کرد و اکنون تاریخ بشریت به بازی های رایانه ای رسیده است. در واقع ما روایت بعدی تاریخ بشر را می نویسیم و این مسوولیت بزرگ و البته هیجان انگیزی است. ادواردز با بیان اینکه باید به کاری که می کنیم افتخار کنیم گفت: درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

مدیرعامل Geogriify در پایان تاکید کرد: هدف ما نباید این باشد که دنیا را با یک بازی عوض کنیم. اما می توانیم بر گوشه ای از یک دنیا اثرگذار باشیم و محیط اطراف مان را بهبود بخشیم. در این راه اشتراک دانش موضوع بسیار مهم و تاثیر گذاری است.

تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کنیم

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی روز گذشته به بازدید از TGC۲۰۱۸ پرداخت. سید عباس صالحی ظهر روز گذشته از TGC۲۰۱۸ بازدید کرد و با تعداد زیادی از

بازیسازان و غرفه داران حاضر در این رویداد به گفت و گو پرداخت.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم. صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز نوپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتما نظر بازیسازان را در این خصوص جویا می شویم. وی با بیان اینکه برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع تافی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست. صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کنیم تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان اینکه دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در TGC دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازیسازان انجام دهند.

وی ادامه داد: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد. تحریم های آمریکا اثری بر TGC نگذاشت!

به گفته قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای تحریم های آمریکا نتوانست تاثیری بر TGC۲۰۱۸ بگذارد و تمام مهمانان بین المللی ما به (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) این رویداد آمدند! این در حالی است که بازیسازان حاضر در این مراسم معتقدند تحریم ها مشکلات بسیاری را برای فعالیت آنها به همراه داشته به طوری که ترجیح می دهند در کشوری دیگر فعالیت خود را ادامه دهند و به طور حتم حضور چند مهمان خارجی به معنای آن نیست که تحریم ها تاثیری بر صنعت بازیسازی کشور نیز برجا نگذاشته است. با این همه جای شکر آن باقی است که تحریم ها موجب نشد مهمانان خارجی رویداد مهم صنعت بازی های رایانه ای، سفر خود را به کشورمان لغو کنند. حسن فتحی گفت: سخنرانان و شرکت های خارجی بیشتر و با کیفیت تری نسبت به سال گذشته به TGC آمده اند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای تمام تلاش خود را برای اتصال بازیسازان به بازارهای جهانی می کند و TGC را می توان نقطه عطف این تلاش ها دانست. وی با اشاره به تحریم های ظالمانه اخیر آمریکا بیان کرد: خوشبختانه این تحریم ها هیچ اثری بر کیفیت برگزاری این رویداد نداشت و حتی شرکت ها و سخنرانان آمریکایی و کاتانایی طبق قول و قرار قبلی شان، به ایران آمدند.

توصیه برنامه نویسی اتریشی به بازیسازان ایرانی

دیتمار هاووز برنامه نویسی اتریشی از تجربه حضور خود در همایش بازی های رایانه ای ایران و اهمیت پشتکار در این حوزه گفت.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، هاووز که پیشتر تجربه سخنرانی در رویداد Game Connection - پاریس را داشته اکنون به تهران آمده تا تجربیات خود را با علاقه مندان مستعد حوزه بازیسازی در ایران به اشتراک بگذارد. دربارۀ نخستین حضور خود در TGC گفت: همه چیز فوق العاده است؛ سخنرانی افتتاحیه، مکان برگزاری و البته تور تهران گردی جذابی که یک روز قبل از شروع همایش تدارک دیده شده بود. هاووز افزود: مناسبانه چیزهای خوبی دربارۀ ایران شنیده بودم. بنابراین باید به تهران می آمدم تا با چشم خود واقعیت را ببینم. تبلیغات منفی زیادی علیه ایران جریان دارد اما خوشحالم که شخصا تجربه حضور در ایران را پیدا کرده ام. او خطاب به فعالان حوزه بازی در ایران گفت: بهترین راه پیشرفت به خصوص در زمینه کارهای عملی از جمله برنامه نویسی و طراحی هنری فقط یک چیز است: تمرین، تمرین، تمرین. کافی است با ممارست به کار خود ادامه دهید تا موفق شوید. او ابراز امیدواری کرد که تجربه حضور در بزرگ ترین رویداد بازی های رایانه ای ایران را سال آینده نیز تکرار خواهد کرد. هاووز در وین مستقر است و شرکت برنامه نویسی خودش را با نام roborodene.U اداره می کند که تنها کارمندش خود اوست. او سابقه فعالیت به عنوان برنامه نویسی ارشد در شرکت بازیسازی اتریشی مطرح Spring در کارنامه دارد و در حال حاضر روی چند بازی جدید مشغول کار است که هنوز اسمی از آنها منتشر نشده. این برنامه نویسی اروپایی در رویداد بازی های رایانه ای تهران دربارۀ یک چالش مهم در ساخت بازی های موبایلی حرف می زند: حجم زیاد فایل های بازی و زمان طولانی دانلود که بسیاری از کاربران را از دانلود و نصب بازی های موبایلی منصرف می کند؛ عاملی که به درآمد بازیسازها و آینده کاری آنها لطمه می زند. او در سخنرانی خود به مرور تغییر و تحولات یک دهه اخیر در این زمینه پرداخته و نیز راهکارهایی را به توسعه دهندگان بازی های موبایلی ارائه می کند.

## اطلاعات

### وزیر ارشد: بازی های رایانه ای بازار مفید فرهنگی و اقتصادی است

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: ۲۸ میلیون کاربر بازی رایانه ای با متوسط ۱۹ سال سن در کشور وجود دارد که بازار بزرگی را در ایران به وجود آورده و از شرایط خوبی برای سرمایه گذاری برخوردار است.

به گزارش ایرنا، سیدعباس صالحی روز جمعه در حاشیه بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران در جمع خبرنگاران افزود: طبق آمار بنیاد ملی بازی های رایانه ای، کاربران ایرانی روزانه به طور متوسط ۹۰ دقیقه را به بازی رایانه ای اختصاص می دهند.

صالحی اظهار داشت: گفت و گوهای امروز من با بازی سازان ایرانی و همچنین نشست های قبلی در این زمینه نشان می دهد، سطح بازی های ایرانی از لحاظ کیفیت ارتقای قابل توجهی یافته و بازار فروش بازی های ایرانی نسبت به سال های قبل افزایش چشمگیری داشته است.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی اضافه کرد: علاوه بر افزایش کاربران بازی های ایرانی، فضای تقاضا برای این بازی ها در بازارهای خارجی نیز رو به افزایش است و اقبال مصرف کنندگان به تولیدات داخلی بیشتر شده است.

صالحی با بیان این موضوع که زیرساخت های گسترش بازی های رایانه ای ایرانی از لحاظ کمی و کیفی رو به پیشرفت است، توضیح داد: مهم این است که بازار مالی را به این سمت سوق دهیم و بخش خصوصی و دولتی نیز احساس کنند که یکی از بازارهای فرهنگی و اقتصادی، همین بازی های رایانه ای است.

وی با تأکید بر اینکه حوزه بازیهای رایانه ای با بودجه کم، بازدهی بسیار مضاعفی را می تواند در پی داشته باشد، اظهار داشت: در برخی صنایع با هزاران میلیارد می توان تحرک و پیشرفت ایجاد کرد، اما در صنعت بازی های رایانه ای با دهها میلیارد، اتفاقات بسیاری سامان می یابد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ادامه داد: بنابراین بخش خصوصی هم باید به این بازار بیشتر توجه و احساس کند این بازار پرسود و پرحاصل هم در بازارهای داخلی و هم خارجی فراهم است و بخش دولتی و بانک های ما نیز باید احساس کنند که یکی از حوزه های خوب سرمایه گذاری، بازی های رایانه ای است.

صالحی افزود: حوزه بازی های رایانه ای طبق مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی به بنیاد ملی بازیهای رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، واگذار شده اما ما برنامه هایی را برای هماهنگی بیشتر بین وزارتخانه های مختلف داشته و داریم.

خبرنگاری از وزیر ارشاد در مورد اختلاف میان بنیاد ملی بازیهای رایانه ای و کافه بازار پرسید و گفت که آیا این اختلاف به بازی سازهای ایرانی ضربه نمی زند؟ وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پاسخ داد: بازی رایانه ای صنعتی نوپا است و استقبال قابل توجه مصرف کنندگان داخلی را دارد که باید با هماهنگی های حداکثری بخش دولتی و خصوصی همراه شود.

صالحی با بیان اینکه به همراهی و هماهنگی همه مجموعه های فعال در زمینه بازی های رایانه ای، نیازمندیم، ادامه داد: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر این موضوع تأکید دارد که باید با همه توان داخلی در این زمینه کار کرد. صالحی توضیح داد: هر رویدادی هدف گذاری خاص خود را دارد و ممکن است بر اساس آن هدف گذاری، مجموعه ای حضور داشته باشد و در رویدادی دیگر حضور نداشته باشد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ادامه داد: اما اینکه اگر یک مجموعه، به فرض در یکی از رویدادها حضور نداشته باشد، به معنای آن نیست که آن (ادامه دارد ...)

## اطلاعات

(ادامه خبر ...) مجموعه در حوزه بازی های رایانه ای نقشی ندارد بلکه باید نقش آن را در رویدادی دیگر جدی گرفت. وی تاکید کرد: حتما باید در حوزه بازی های رایانه ای از همه استعداد و پتانسیل ها از جمله کافه بازار استفاده کنیم. خبرنگاری از وزیر ارشاد پرسید: بسیاری از بازی سازها می گویند برای اینکه چرخه اقتصادی ما تکمیل شود خوب است کنار نمایشگاه تی جی سی، یک نمایشگاه عمومی هم برپا شود تا مردم هم بازی ها را مشاهده کنند. صالحی در پاسخ گفت: در این مورد باید کار کارشناسی انجام شود، نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، اسامال دومین اجرای خود را سپری می کند، بنابراین رویدادی نوپاست و احتیاج به بررسی های پیوسته برای تکامل خود دارد. وی یادآور شد: تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در عرصه بین المللی هدف گذاری این رویداد است.



## مردمسالاری

### وزیر ارشاد: ۲۸ میلیون کاربر بازی رایانه ای در کشور وجود دارد

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: ۲۸ میلیون کاربر بازی رایانه ای با متوسط ۱۹ سال سن در کشور وجود دارد که بازار بزرگی را در ایران به وجود آورده و از شرایط خوبی برای سرمایه گذاری برخوردار است. به گزارش ایرنا، سیدعباس صالحی در حاشیه بازدید از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران در جمع خبرنگاران افزود: طبق آمار بنیاد ملی بازی های رایانه ای، کاربران ایرانی روزانه به طور متوسط ۹۰ دقیقه را به بازی رایانه ای اختصاص می دهند. صالحی اظهار داشت: گفت و گوهای امروز من با بازی سازان ایرانی و همچنین نشست های قبلی در این زمینه نشان می دهد، سطح بازی های ایرانی از لحاظ کیفیت ارتقا قابل توجهی یافته و بازار فروش بازی های ایرانی نسبت به سال های قبل افزایش چشمگیری داشته است. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی اضافه کرد: علاوه بر افزایش کاربران بازی های ایرانی، فضای تقاضا برای این بازی ها در بازارهای خارجی نیز رو به افزایش است و اقبال مصرف کنندگان به تولیدات داخلی بیشتر شده است. صالحی با بیان این موضوع که زیرساخت های گسترش بازی های رایانه ای ایرانی از لحاظ کمی و کیفی رو به پیشرفت است، توضیح داد: مهم این است که بازار مالی را به این سمت سوق دهیم و بخش خصوصی و دولتی نیز احساس کنند که یکی از بازارهای فرهنگی و اقتصادی، همین بازی های رایانه ای است. وی با تاکید بر اینکه حوزه بازیهای رایانه ای با بودجه کم، بازدهی بسیار مضاعفی را می تواند در پی داشته باشد، اظهار داشت: در برخی صنایع با هزاران میلیارد می توان تحرک و پیشرفت ایجاد کرد، اما در صنعت بازی های رایانه ای با دهها میلیارد، اتفاقات بسیاری سامان می یابد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ادامه داد: بنابراین بخش خصوصی هم باید به این بازار بیشتر توجه و احساس کند این بازار پرسود و پرحاصل هم در بازارهای داخلی و هم خارجی فراهم است و بخش دولتی و بانک های ما نیز باید احساس کنند که یکی از حوزه های خوب سرمایه گذاری، بازی های رایانه ای است. صالحی افزود: حوزه بازی های رایانه ای طبق مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی به بنیاد ملی بازیهای رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، واگذار شده اما ما برنامه هایی را برای هماهنگی بیشتر بین وزارتخانه های مختلف داشته و داریم. خبرنگاری از وزیر ارشاد در مورد اختلاف میان بنیاد ملی بازیهای رایانه ای و کافه بازار پرسید و گفت که آیا این اختلاف به بازی سازهای ایرانی ضربه نمی زند؟ وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پاسخ داد: بازی رایانه ای صنعتی نوپا است و استقبال قابل توجه مصرف کنندگان داخلی را دارد که باید با هماهنگی های حداکثری بخش دولتی و خصوصی همراه شود. صالحی با بیان اینکه به همراهی و هماهنگی همه مجموعه های فعال در زمینه بازی های رایانه ای، نیازمندیم، ادامه داد: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر این موضوع تاکید دارد که باید با همه توان داخلی در این زمینه کار کرد. صالحی توضیح داد: هر رویدادی هدف گذاری خاص خود را دارد و ممکن است بر اساس آن هدف گذاری، مجموعه ای حضور داشته باشد و در رویدادی دیگر حضور نداشته باشد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ادامه داد: اما اینکه اگر یک مجموعه، به فرض در یکی از رویدادها حضور نداشته باشد، به معنای آن نیست که آن مجموعه در حوزه بازی های رایانه ای نقشی ندارد بلکه باید نقش آن را در رویدادی دیگر جدی گرفت. وی تاکید کرد: حتما باید در حوزه بازی های رایانه ای از همه استعداد و پتانسیل ها از جمله کافه بازار استفاده کنیم. خبرنگاری از وزیر ارشاد پرسید: بسیاری از بازی سازها می گویند برای اینکه چرخه اقتصادی ما تکمیل شود خوب است کنار نمایشگاه تی جی سی، یک نمایشگاه عمومی هم برپا شود تا مردم هم بازی ها را مشاهده کنند. صالحی در پاسخ گفت: در این مورد باید کار کارشناسی انجام شود، نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، اسامال دومین اجرای خود را سپری می کند، بنابراین رویدادی نوپاست و احتیاج به بررسی های پیوسته برای تکامل خود دارد. وی یادآور شد: تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در عرصه بین المللی هدف گذاری این رویداد است.

## «صبح نو» از دومین کنوانسیون بین المللی بازی تهران (TGC) گزارش می دهد؛ فرصت بی نظیر جذب سرمایه خارجی در صنعت بازی ایران

دومین دوره رویداد تجاری بین المللی کنوانسیون بازی موسوم به TGC طی روزهای ۱۳ الی ۱۵ تیرماه در تهران برگزار شد. این رویداد که توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری Game Connection فرانسه برگزار شد، بزرگ ترین رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه محسوب می شود.

رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ده ها شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از صبح روز پنجشنبه آغاز شد. چهارشنبه نیز برگزاری کلاس های تخصصی از دیگر برنامه های این رویداد بود. آقای فرزاد فتحی، قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: تحریم های آمریکا نتوانست تأثیری بر TGC۲۰۱۸ بگذارد و تمام مهمانان بین المللی ما به این رویداد آمدند.

حضور ده ها سخنران مطرح، بیش از ۱۰۰ شرکت، ناشر بین المللی و بیش از ۲۳۰۰ فعال بازی سازی در این رویداد از سراسر نقاط دنیا، فرصت بزرگی را برای رشد بازی سازی و بزرگ تر شدن بازار در ایران و منطقه فراهم می آورد. نخستین دوره TGC در جولای ۲۰۱۷ با استقبال گسترده بازی سازان ایرانی و بین المللی برگزار شد و در دوره دوم، فرصت های بزرگ تری برای همکاری فعالان بازی سازی وجود دارد. برقراری ارتباط میان فعالان بازی سازی در ایران و منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا با ناشران و بازی سازان بین المللی در اروپا و آمریکا هدف اصلی این رویداد است. TGC می کوشد به عنوان مهم ترین و مؤثرترین رویداد علمی-تجاری صنعت بازی در منطقه ایفای نقش کرده و پل ارتباطی بین فعالان این صنعت در منطقه و سایر نقاط دنیا باشد و تحریم های آمریکا در این زمینه را بی اثر کند.

پیام وزیر ارشاد

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پیامی به مناسبت آغاز به کار این رویداد صادر کرد. وی در این پیام بر نقش بازی های رایانه ای بر بازنمایی تفکرات، آرمان ها و رویاهای یک ملت تأکید کرد. وزیر ارشاد در بخشی از پیام خود نوشت: «در سده بیست و یکم، بازی رایانه ای نقشی آینه گون برای بازنمایی تفکرات، آرمان ها و رویاهای یک ملت ایفا می کند. این صنعت می تواند در خط مقدم اقتصاد مقاومتی قرار گیرد؛ از یک سو به دلیل ضریب بالای کارآفرینی با حضور جوانان نخبه مین، کاملاً درون زاست و از سوی دیگر به دلیل ماهیت فناورانه و متصل به جهان، به شدت برون گراست. از منظری دیگر، حوزه بازی رایانه ای ظرفیتی کم مانند در گسترش دیپلماسی فرهنگی کشور است. بازی سازان می توانند با قصه ها و داستان های ایرانی و اسلامی حوزه تأثیرگذاری و تعامل فرهنگی ایران را گسترش بخشند.» وزیر ارشاد همچنین پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: «هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز نوپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتماً نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم. وی ادامه داد: خوشبختانه در TGC دیدیم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازی سازان انجام دهند. رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شوند و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد.»

مراسم افتتاحیه

دومین دوره رویداد تجاری بین المللی کنوانسیون بازی موسوم به TGC پنجشنبه ۱۴ تیرماه مراسم افتتاحیه خود را برگزار کرد. مراسم افتتاحیه با سخنرانی خانم کیت ادواردز از آمریکا به عنوان رییس پیشین انجمن بین المللی بازی سازان و آقای حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای همراه بود و پس از افتتاحیه مراسم معرفی بازی های برتر به ناشران خارجی و سایر حضار برگزار شد. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه TGC۲۰۱۸، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد.

وی گفت: «بازی های رایانه ای بدون مرز و بدون محدودیت هستند و هر چقدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت. امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. اکنون نیز این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.» خانم کیت ادواردز نیز در این مراسم گفت: «بازی سازان ایرانی، از فرهنگ غنی و بزرگ خود الهام بگیرند و بداند مکان محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. همچنین شما شخصیت های اساطیری و بزرگی چون کوروش و آرش دارید. شاید بپرسید ایرانی ها که این ها را می شناسند چرا باید درباره شان بازی بسازم. ولی من به شما می گویم مردم دنیا از تاریخچه این قهرمانان بی خبرند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.»

سایر رویدادها

بازدید آقای فیروزآبادی، رییس شورای عالی فضای مجازی از این رویداد نیز یکی دیگر از اتفاقات این رویداد بود. همچنین پنج مسترکلاس روز چهارشنبه با استقبال قابل توجه علاقه مندان به موضوعات نوین بازی سازی در انستیتو ملی بازی سازی برگزار شد که در این کلاس ها بیش از ۱۵۰ نفر از بازی سازان، دانشجویان و علاقه مندان به این حوزه، به طور فشرده با مسائل روز بازی سازی آشنا شدند. در نخستین روز TGC۲۰۱۸، رویدادی جذاب و پرهیجان به نام Pitch Fest یازده تیم بازی سازی در کنسول موبایل، فرصت پیدا کردند پروژه های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی معرفی کنند تا راه خود را برای حضور در بازارهای بین المللی باز کنند. جایزه گیمستان نیز در حالی برای نخستین بار برپا شد که ۹۰ بازی از ۹ کشور دنیا در آن به رقابت پرداختند. از میان این بازی ها ۶ بازی برای هر بخش بهترین بازی بصری، خلافتان ترین بازی و بهترین بازی در کنسول موبایل و ۳ بازی هم در هر بخش برای (انامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) بازی PC انتخاب و معرفی شدند. آقای حسین مزروعی، مدیر آوا گیمز در این برنامه اعلام کرد: همان طور که از یک ناشر شنیدیم، بعد از ماه و مریخ، ایران تنها جایی در جهان است که فرصت های خوبی برای سرمایه گذاری دارد و علت آن هم نیروی کار جوان و تحصیل کرده است. ایران از نظر فارغ التحصیلان مهندسی در رتبه دوم جهان است. اعلام آخرین آمار رده بندی سنی بازی های رایانه ای در TGC ۲۰۱۸ نیز یکی دیگر از اتفاقاتی بود که در این برنامه شاهد بودیم. آقای رضا احمدی، مدیر نظام رده بندی بازی های رایانه ای اعلام کرد: «تاکنون بیش از ۲۲ هزار و ۵۰۰ بازی در کنسول های مختلف، از نظر سنی رده بندی شده است. در کنار رده بندی سنی بازی ها، یکی از اهداف مهم این است که سواد خانواده ها در حوزه بازی های رایانه ای را ارتقا دهیم. در این راه محتواهای موجود در هر بازی را به خانواده ها معرفی کرده و از آنها می خواهیم به این بخش نیز توجه کنند. چرا که ممکن است یک نفر در رده سنی بازی مربوط قرار بگیرد اما به خاطر مثلاً حساسیت به صحنه های ترسناک، بهتر است سراغ بازی دیگری برود. همچنین سامانه همگرا برای نخستین بار در بخش نمایشگاهی TGC ۲۰۱۸ معرفی شد. آقای متین ایزدی، معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره سامانه همگرا توضیح داد: «ساختار حمایتی همگرا در سال ۱۳۹۶ متولد شد تا حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای در حوزه های مختلف صنعت بازی را، همان طور که از نامش پیداست، همگرا کند. به این ترتیب می توان خدماتی هدفمند و متنوع در جهت توانمندسازی صنعت بازی ایران ارائه کرد. این سامانه تا پایان تیرماه راه اندازی می شود و بازی سازان برای دریافت حمایت باید در آن ثبت نام کنند.» یکی از شرکت کنندگانی که در نشر بازی های ایرانی در نخستین رویداد TGC نقش داشته است یک ناشر اتریشی است که در رویداد امسال نیز شرکت کرده بود. مایکل هابزل بنیانگذار و مدیرعامل شرکت اتریشی Playades اعلام کرد: «سال قبل با بازی سازهای زیادی در تهران دیدار داشتیم که در نتیجه آن مذاکرات، ماه گذشته دو بازی موبایلی ایرانی Poly Valley و Ring Mania محصول شرکت Nova را عرضه کردیم. همایش امسال فرصتی است تا بازی سازهای بیشتری را ببینیم و پروژه های متنوعی را زیر نظر بگیریم.» این ناشر اتریشی روی عرضه بازی های اندرویدی در فروشگاه های نرم افزاری گوناگون به جز Google Play و App Store متمرکز است.



## برندگان رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» دریافت کردند

اقتصاد ایران: برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد.

برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد. «گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۳ کشور آسیایی و آفریقایی، هند، مراکش، قزاقستان، یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر و سایر کشورها در آن حضور دارند. از ویژگی این کشورها، حضور تیم های خلاق بازی ساز است که صنعت بازی های ویدئویی را گسترش داده اند. ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی می کنند و نزدیک به ۴۰ درصد آنان به بازی کردن مشغول هستند.» در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد تی جی سی، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان به شرح ذیل است:

در بخش «موبایل»:

بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش «pc»:

بهترین بازی بصری: Filliping Filip

خلاقانه ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Filliping Filip

همچنین در دومین روز رویداد تی جی سی وزیر ارشاد نیز امروز عصر از این رویداد بازدید کرد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم.

صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز توپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتماً نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم.

وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع ناای (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست. صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC حمایت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان این که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در TGC دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازی سازان انجام دهند.

وی ادامه داد: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد.

صالحی در پاسخ به خبرنگار مهر، درباره نحو مجوزها به بازی سازان و تولیدکنندگان که بسیاری از آنان در این زمینه به برخی محدودیت ها اشاره کرده بودند گفت: در دادن مجوز هیچ گونه محدودیتی وجود ندارد و تمام بازی سازان دستشان در این زمینه باز است.



## فرسان

### اخبار داخلی

کشت تجاری پنبه تراریخته از سال آینده

حاجیان - رئیس انجمن علمی ایمنی زیستی ایران با اشاره به جدیدترین گزارش سالانه ISAAA (ایسا) از وضعیت جهانی محصولات مهندسی ژنتیک (تراریخته) افزایش سه درصدی سطح زیر کشت این محصولات طی سال های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ در جهان خبر داد و گفت: به زودی مجوز رهاسازی پنبه تراریخته توسط سه مرجع قانونی (سازمان حفاظت محیط زیست، وزارت بهداشت و وزارت جهاد کشاورزی) صادر خواهد شد و از سال آینده کشت تجاری این محصول در کشور آغاز می شود. دکتر بهزاد قره یاضی در کارگاه "ایمنی زیستی و اصحاب رسانه" گفت: حدود ۸۰ درصد پنبه، ۷۷ درصد سویا، ۳۲ درصد ذرت و ۲۰ درصد کانولای تولیدی دنیا تراریخته است و سهم ارقام تراریخته در بازارهای جهانی این محصولات به مراتب بیشتر است به طوری که درباره محصولاتی مثل سویا اساسا نمونه غیر تراریخته ای در بازارهای جهانی عرضه نمی شود. میزان ذرت غیر تراریخته عرضه شده در بازارهای جهانی هم بسیار اندک است. وی اظهار کرد: ارزش بازار جهانی بذر تراریخته در سال ۲۰۱۷ حدود ۱۷ میلیارد دلار است و جای تاسف است که با وجود دستیابی دانشمندان ایرانی به فناوری تولید محصولات تراریخته، نه فقط سهمی از بازار چند میلیارد دلاری این محصولات نداریم که بیش از پنج میلیارد دلار در سال صرف واردات محصولات کشاورزی می کنیم.

وزیر ارشاد: حوزه های تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان این که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند، گفت: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. همچنین رسانه های تخصصی نیز در این حوزه باید تقویت شود. سید عباس صالحی روز گذشته ضمن بازدید از دومین رویداد TGC ۲۰۱۸ گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسئولیت حوزه بازی های رایانه ای بر عهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم. وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم، گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع نافی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست. وی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسائل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC حمایت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.



## فناوری

### وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در TGC ۲۰۱۸؛ از TGC در برابر تحریم های احتمالی محافظت می کنیم

رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۴۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰۰ شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی آخر هفته گذشته برگزار شد.

فناوران - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه TGC ۲۰۱۸، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد.

حسن کریمی قدوسی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و بدون محدودیت هستند و هر چقدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت.

وی با بیان این که بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می زنییم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثر تر می شود. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی خطاب به بازی سازان گفت: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد.

وی با بیان این که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در **TGC** به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاکید کرد: برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود. کریمی با بیان این که در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت: در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش ارایه می شود تا بازی سازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی داشته باشند.

وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری **TGC** مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز ارایه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند. کریمی با تاکید بر این که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در **TGC** به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد مکان زندگی شما، در موفقیت بازی سازان نقشی ندارد

کیت ادواردز مدیرعامل Geogriphy و مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) دیگر سخنران این مراسم بود. وی با بیان این که موفقیت در بازار بازی های رایانه ای، وابسته به مکان نیست، به بازی سازان ایرانی توصیه کرد به جای توجه به محدودیت ها، توانایی ها و فرهنگ غنی خود را درآغوش بگیرند.

وی با بیان این که در طول ۲۵ سال فعالیت در صنعت بازی سازی، که پنج سال آن به عنوان مدیر IGDA بوده است، در رویدادهای مختلف بازی سازی در سراسر جهان حضور داشته ام گفت: یکی از چیزهایی که در این سفرها یاد گرفتم این است که «مکان» محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند و لازم نیست حتما در یک کشور خاصی زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. من بازی سازان فراوانی دیده ام که خودشان چگونگی بازی سازی را یاد گرفته و پیشرفت کرده اند.

ادواردز ادامه داد: نکته دیگر این است که استعداد و نبوغ همیشه خود را نشان می دهد. برخی فکر می کنند از کشورهای مطرح بازی سازی جدا هستند و هیچ وقت بازی های شان به صورت بین المللی منتشر نمی شود. اما این حقیقت ندارد، شما چه در فرانسه باشید چه در نیجریه یا ایران یا آمریکا، می توانید به موفقیت دست یابید. مطمئن باشید تمام بازی سازان دنیا روزی همین استرس ها و نگرانی های شما برای موفقیت بازی هایشان را داشته اند.

مدیرعامل Geogriphy ادامه داد: بسیاری از مردم آمریکا فکر می کنند بازی Angry Birds در آمریکا ساخته شده اما این بازی در فنلاند توسعه یافته است. در واقع اصلا مهم نیست این بازی در فنلاند بوده یا آمریکا، استعداد خودش را نشان می دهد و بازی جهانی می شود.

مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان در ادامه به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. همچنین شما شخصیت های اساطیری و بزرگی چون کوروش یا آرش دارید. شاید برسید ایرانی ها که این ها را می شناسند چرا باید درباره شان بازی بسازم. ولی من به شما می گویم مردم دنیا از تاریخچه این قهرمانان بی خبرند. چینی ها به خوبی در بازی های موفق خود از داستان ها و تمین شان الهام می گیرند و شما نیز باید از فرهنگ خود الهام بگیرید.

وی افزود: برای این که بازی ساز موفق باشید لازم نیست مثل بازی سازان در آمریکا یا فنلاند عمل کنید. سعی کنید خودتان باشید و توانایی هایتان را دربر بگیرید. هر کس یک توانایی و استعداد دارد و توجه به این موضوع، کلیدی است. ادواردز گفت: مگر می شود گفت نقاشی پیکاسو زیاده است یا نقاشی دلوینچی.

هر دو طرفداران و مشتاقان زیادی در دنیا دارد. هر کس در بازی سازی هم مثل و استایل خاص خود را دارد و نمی توانیم بگوییم کدام بهتر است. اتفاقا این تفاوت هاست که ما را به عنوان یک بازی ساز قوی تر می کند.

مدیرعامل Geogriphy درخصوص این جمله مارک تواین که می گوید «مقایسه، مرگ شادی است» گفت: خودتان را با دیگران مقایسه نکنید و روی کار خود تمرکز کنید.

از **TGC** صیانت می کنیم

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز روز گذشته به بازدید از **TGC ۲۰۱۸** پرداخت.

عباس صالحی گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم.

صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد **TGC** وجود دارد گفت: هدف گذاری **TGC** انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز توپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتما نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع نافی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست.

صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.



## در اختتامیه رویداد تی جی سی؛ برندگان رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» دریافت کردند (۱۳۸۵-۱۳۸۴)

برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد.

به گزارش خبرنگار مهر، برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد. «گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۳ کشور آسیایی و آفریقایی، هند، مراکش، قزاقستان، یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر و سایر کشورها در آن حضور دارند. از ویژگی این کشورها، حضور تیم های خلاق بازی ساز است که صنعت بازی های ویدئویی را گسترش داده اند. ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی می کنند و نزدیک به ۴۰ درصد آنان به بازی کردن مشغول هستند»

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد تی جی سی، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان به شرح ذیل است:

در بخش «موبایل»:

بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش «pc»:

بهترین بازی بصری: Filliping Filip

خلاقانه ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Filliping Filip

همچنین در دومین روز رویداد تی جی سی وزیر ارشاد نیز امروز عصر از این رویداد بازدید کرد.

به گزارش خبرنگار مهر، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم.

صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز تنها محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتماً نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم.

وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع نافی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست.

صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان این که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در TGC دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازی سازان انجام دهند.

وی ادامه داد: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد.

صالحی در پاسخ به خبرنگار مهر، درباره نحوه مجوزها به بازی سازان و تولیدکنندگان که بسیاری از آنان در این زمینه به برخی محدودیت ها اشاره کرده بودند گفت: در دادن مجوز هیچ گونه محدودیتی وجود ندارد و تمام بازی سازان دستانشان در این زمینه باز است.

منبع: مهر

**همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانسِل برگزار شد (۱۳۹۵/۰۷/۰۵-۱۳۹۵/۰۷/۰۵)**

اقتصادتهران: با حمایت ایرانسِل همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طی روزهای پنجشنبه و جمعه ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد. به گزارش روابط عمومی ایرانسِل، به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه نویسان داخلی صنعت بازی رایانه ای، ایرانسِل با اپ استور چارخونه، که به عنوان دومین اپ استور بزرگ ایران شناخته می شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، TGC ارائه کرد.

چارخونه ایرانسِل با رشد چشمگیر سه میلیونی تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی نظیر اختصاص API های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فروم اختصاصی برای گفتگو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده های برنامه)، اپروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل ها ارائه کرده است. براساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی سازها می توانند با مدل های کسب و درآمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانسِل همکاری کنند.

ایرانسل همچنین برای ناشرانی که علاقمند به ارائه محصول خود در سطوح بین المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارائه کرده است. همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران بزرگترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه با حمایت ایرانسِل برگزار شده است. ایرانسِل این امکان را فراهم کرده است تا بازی سازهایی که قصد همکاری با ایرانسِل را دارند با مراجعه به وب سایت توسعه دهندگان چارخونه در نشانی [developer.charkhoneh.com](http://developer.charkhoneh.com) و یا بازیگ developer چارخونه مراجعه کنند.

**برندگان رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» دریافت کردند (۱۳۹۵/۰۷/۰۵-۱۳۹۵/۰۷/۰۵)**

برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد.

به گزارش بسیج پرس؛ برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد. «گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۳ کشور آسیایی و آفریقایی، هند، مراکش، قزاقستان، یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر و سایر کشورها در آن حضور دارند. از ویژگی این کشورها، حضور تیم های خلاق بازی ساز است که صنعت بازی های ویدئویی را گسترش داده اند. ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی می کنند و نزدیک به ۴۰ درصد آنان به بازی کردن مشغول هستند».

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد تی جی سی، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان به شرح ذیل است:

در بخش «موبایل»:

بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش «PC»:

بهترین بازی بصری: Filliping Filip

خلاقانه ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Filliping Filip

همچنین در دومین روز رویداد تی جی سی وزیرارشاد نیز امروز عصر از این رویداد بازدید کرد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم.

صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز توپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتماً نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم.

وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع ناغی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست. صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC حمایت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان این که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در TGC دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازی سازان انجام دهند. وی ادامه داد: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد. صالحی درباره نحو مجوزها به بازی سازان و تولیدکنندگان که بسیاری از آنان در این زمینه به برخی محدودیت ها اشاره کرده بودند، گفت: در دادن مجوز هیچ گونه محدودیتی وجود ندارد و تمام بازی سازان دستشان در این زمینه باز است.



## معاون پژوهشی بنیاد بازی های رایانه ای در گفتگو با شبستان مطرح کرد؛ رشد ۱۴۰ درصدی فروش بازی های بومی / ایران قطب بازی سازی منطقه است (۱۳۷۱-۰۷-۰۹)

سید حسینی گفت: اگر بخواهیم صنعت قدرتمندی در حوزه بازی سازی داشته باشیم، تیم های بازی سازی باید تشکل پیدا کنند یا در قالب شتاب دهنده ها و شرکت های بزرگ بازی سازی کارهایشان را عرضه کنند.

به گزارش خبرنگار شبستان، نشست خبری اخیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با عنوان "انتشار شاخص ترین آمار مصرف بازی های دیجیتال در کشور" دهم تیر برگزار شد. در این نشست مهندس حسن کریمی قدوسی، مدیر عامل بنیاد بازی های رایانه ای و سید محمد علی سید حسینی، معاون پژوهشی بنیاد بازی های رایانه ای اطلاعات مربوط به گزارش نمای باز که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران هست را ارائه کردند. اطلاعات موجود در گزارش نمای باز ۹۶ با تحلیل داده های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه گیری تلفیقی " طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای " استفاده شده که خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می شوند. همین بهانه گفتگویی با معاون پژوهشی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در مورد جایگاه و وضعیت بازی های بومی ترتیب دادیم.

سیدمحمدعلی سیدحسینی، معاون پژوهش بنیاد بازی های رایانه ای در پاسخ به این سوال که وضعیت بازی های رایانه ای بومی از لحاظ کمی و کیفی چگونه است، به خبرنگار شبستان گفت: به لحاظ سیاستگذاری حوزه بازی های دیجیتال بنیاد ملی بازی های رایانه ای متولی این امر است. طی این چند سال بنیاد ملی بازی های رایانه ای سعی کرده است چه در حوزه تولید بازی ها و چه در حوزه برگزاری رویدادها که رقابت بین بازی سازان را به وجود می آورد، حمایتگر باشد. بنیاد همچنین تلاش کرده است در حوزه تجاری سازی بازی ها، بحث بازاریابی آنها و در بحث صادرات بازی ها حامی باشد تا بازی سازان بتوانند به حوزه بین الملل ورود یابند و بازارهای بین المللی را کشف کنند. بازی سازان روشهای پولسازی را یاد گرفتند.

سیدحسینی اظهار داشت: تولیدات بازی ها بخصوص در حوزه پلتفرم موبایل به لحاظ کمی رشد داشته و هم از نظر کیفیت بالا رفته است. علاوه بر اینکه بازی سازان به لحاظ پول سازی، روش های پول سازی از طریق بازی را بهتر یاد گرفتند و از رقابای بین الملل دستاورد داشتند. در بازار داخلی که یک بازار اشباع نشده است و هنوز جای رشد دارد، جا دارد تعداد زیادی با این حوزه آشنا شوند. حتی کسانی که بازیکن هستند، جزو خرج کنندگان و خریداران بازی قرار گیرند. این مسایل فرصت را برای بازی سازان ایجاد می کند که بیش از این پیشرفت کنند.

وی خاطرنشان کرد: آمارهای ما نشان می دهد که رشد درآمد بازار از فروش بازی های بومی در سال ۹۶، ۶۴۰ درصد نسبت به دو سال قبل یعنی سال ۹۴ افزایش یافته است که این رقم رشد چشمگیری است. اخیراً رویداد تجاری E3 برگزار می شود. در این رویداد بازی سازان ما می توانند از انتقال دانش و تکنولوژی استفاده کنند و هم اینکه بازی های خود را به خریداران بین المللی عرضه کنند و بتوانند به سمت توسعه کار بازی سازی و همچنین بازی های بین المللی حرکت کنند. البته در بازار بین المللی ممکن است کار سخت تر و رقابت بیشتر باشد اما چون درآمد، درآمد ارزی است، می تواند برای بازی سازان مثبت باشد و زمینه پیشرفت آنها و توسعه کارشان را فراهم کند.

بازی های آنلاین به بازی سازان ایرانی ایده داده است

معاون پژوهش بنیاد بازی های رایانه ای در پاسخ به این سوال که چه عواملی در افزایش کمیت و کیفیت بازی های رایانه ای بومی دخیل بودند به شبستان گفت: یک دلیل پیشرفت در عرصه بازی های رایانه ای برمی گردد به اینکه بازار پلتفرم موبایل در ایران توسعه یافته است. واسطه هایی که در بحث توزیع بازی های کامپیوتری یا کنسولی بودند در بازی های موبایلی نیستند و توزیع دیجیتال دارد صورت می گیرد یعنی سازنده می تواند بازی خود را عرضه کند. وی عنوان کرد: از طرفی رشد بازی های آنلاین با بازیکنان اتیوه همچون کلس رویال، کلس آف کلنز و بازی های این دست خیلی به بازی سازان ما ایده داده و به آنها کمک کرده است. بازی سازان وقتی فروش این بازی ها را در ایران دیدند به سراغ آنها رفتند. به عنوان مثال بازی کوئیز آف کینز که پدیده سال قبل ما در دایرکت شد، یکی از پرفروش ترین بازی های موبایلی در ایران محسوب می شود که ایرانی هست. مضاف بر اینکه یکی از پرمخاطب ترین (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازی های ایرانی محسوب می شود. از این نوع بازی ها دارد زیاد می شود.

بازاریابی و به روز رسانی بازیهای آنلاین بسیار مهم است

سیدحسینی یکی دیگر از علت های پیشرفت در حوزه بازی های رایانه ای را دستیابی بازیسازان ایرانی به مدل های مختلف درآمدی و تجاری دانست و افزود: این مسئله در راستای زمینه سازی بنیاد بازی های رایانه ای است. سیاست های بنیاد در سال های اخیر از حمایت مستقیم به سمت این پیش رفته که زمینه را فراهم کند تا بازیسازان با توجه به نیازی که دارند در این زمینه بتوانند رشد کنند. رویدادهای تجاری یکی از این زمینه سازی هاست که تسهیلاتی فراهم می کند برای حضور بازیسازان در عرصه بین المللی.

معاون پژوهش بنیاد بازی های رایانه ای تصریح کرد: بخش بازیسازی که دارد در ایران رشد پیدا می کند به دلیل مخاطب خیلی بالای بازی های موبایل در ایران و رشد درآمد بازار بازی های موبایل در خارج از کشور است. حوزه بین الملل این ظرفیت را ایجاد کرده است. از طرفی یک ظرفیت داخلی هم داریم. ما تیم های کوچک بازیسازی زیادی داریم که هنوز تبدیل به شرکت نشدند. این تیم های کوچک بازیساز برایشان مقرون به صرفه است که با یک زمان محدود، با مدیریت پروژه زمانی محدودی و با سرمایه محدودتری بتوانند بازی بسازند. اگرچه که بازیسازی در دوران اخیر به این سمت رفته که بازی ها سریع تر ساخته شوند اما بحث بازاریابی، نگهداری و به روزرسانی و توسعه بازی ها در حوزه بازی های آنلاین اهمیت بیشتری دارد. اینها در مجموع کمک می کند بازارهای بازی های ایرانی توسعه داده شود.

تیم های بازیسازی باید تشکل پیدا کند

سید حسینی با بیان اینکه ایران بر اساس ظرفیت های داخل به لحاظ بازی سازی در منطقه کشور اول محسوب می شود، عنوان کرد: در رویدادهای بین المللی که در منطقه برگزار شده است بیشترین کاندیدای جوایز متعلق به بازی های ایرانی بوده است. مسئله دیگر برمی گردد به استعدادهایی که در ایران وجود دارد. ما در حوزه بازیسازی دیدیم از شهرهای مختلف ایران با قومیت های مختلف تیم های کوچک بازیسازی سعی می کنند خود را به وسیله ارتباطات که از طریق اینترنت برقرار می شود به روز کنند، بازی های جدید بسازند، بازی های خودشان را در حوزه بین الملل عرضه کنند و برای ساخت بازی های بزرگ تر تمرین کنند.

وی خاطرنشان کرد: البته اگر بخواهیم صنعت قدرتمندی در حوزه بازیسازی داشته باشیم، تیم های بازیسازی باید تشکل پیدا کنند یا در قالب شتاب دهنده ها و شرکت های بزرگ بازیسازی بتوانند کارهایشان را عرضه کنند تا با توجه به رزومه ای که پیدا می کنند، بتوانند در حوزه بین الملل کسب درآمد داشته باشند و به موفقیت برسند.

گفتگو: مریم داوری

پایان پیام/۳۱

## سخت افزار

### سامانه همگرا برای نخستین بار در TGC معرفی شد (۱۳۹۶-۰۷/۰۱-۰۱۵۲)

سامانه همگرا برای نخستین بار در بخش نمایشگاهی TGC۲۰۱۸ معرفی شد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مثنی ایزدی معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره همگرا توضیح داد: ساختار حمایتی همگرا در سال ۱۳۹۶ متولد شد تا حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای در حوزه های مختلف صنعت بازی را، همان طور که از نامش پیداست، همگرا کند.

وی ادامه داد: به این ترتیب می توان خدماتی هدفمند و متنوع در جهت توانمندسازی صنعت بازی ایران ارائه کرد. در این راه چشم انداز ما شفاف سازی حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ارتقای تمالی شرکت ها و تیم ها و تحول ساختاری صنعت بازی ایران از طریق ارائه متنوع ترین، بهترین و سریع ترین خدمات حمایتی است.

ایزدی درباره انواع حمایت های بنیاد توضیح داد: جذب تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، مشاوره تخصصی و توسعه ساختاری، تبلیغات، بازاریابی و توسعه بازار، در اختیار گذاشتن تجهیزات، امکانات و محل استقرار، آموزش نیروی انسانی و پشتیبانی و آزمون بازی، راهکارهای ما برای حمایت از بازی سازان است.

معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان این که برای حمایت هدفمند و شفاف از بازی سازان، سامانه ای طراحی شده است گفت: این سامانه تا پایان تیرماه راه اندازی می شود و بازی سازان برای دریافت حمایت باید در آن ثبت نام کنند.

وی ادامه داد: امکان انتخاب حمایت مورد نیاز توسط بازی ساز، از ویژگی های این سامانه است.

براساس این گزارش، غرفه همگرا در بخش نمایشگاهی رویداد TGC۲۰۱۸ برپا شده و برای نخستین بار به معرفی سامانه همگرا به بازی سازان پرداخته است.

**با حمایت ایرانسل صورت گرفت؛ برگزاری همایش و نمایشگاه بین‌المللی بازی‌های رایانه‌ای تهران (۱۳۹۷-۹۷/۱۲/۱۳)**

با حمایت ایرانسل همایش و نمایشگاه بین‌المللی بازی‌های رایانه‌ای تهران برگزار شد.

به گزارش سرویس بازار ایستا، بنابر اعلام ایرانسل، به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه‌نویسان داخلی صنعت بازی رایانه‌ای، ایرانسل با اپ استور چارخونه، که به عنوان دومین اپ استور بزرگ ایران شناخته می‌شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت‌کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین‌المللی بازی‌های رایانه‌ای تهران، **ITGC**، ارائه کرد.

چارخونه ایرانسل با رشد چشمگیر سه میلیونی تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی همچون اختصاص **API** های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فروم اختصاصی برای گفت و گو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده‌های برنامه)، آبروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل‌ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل‌ها ارائه کرده است. براساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی‌سازها می‌توانند با مدل‌های کسب و درآمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانسل همکاری کنند.

ایرانسل همچنین برای ناشرانی که علاقه مند به ارائه محصول خود در سطوح بین‌المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارائه کرده است. همایش و نمایشگاه بین‌المللی بازی‌های رایانه‌ای تهران بزرگ‌ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ایران و با همراهی شرکت **Game Connection** فرانسه با حمایت ایرانسل برگزار شده است.

ایرانسل این امکان را فراهم کرده است تا بازی‌سازهایی که قصد همکاری با ایرانسل را دارند با مراجعه به وب‌سایت توسعه‌دهندگان چارخونه در این لینک و با بازیگ مراجعه کنند.

به گزارش ایستا، همایش و نمایشگاه بین‌المللی بازی‌های رایانه‌ای تهران در ۱۴ و ۱۵ تیرماه ۱۳۹۷ برگزار شد.  
انتهای پیام

**پایان رویداد تی جی سی و اهدای جایزه «گیمستان» به برندگان (۱۳۹۷-۹۷/۱۲/۱۳)**

برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد. «گیمستان نام منطقه‌ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، هند، مراکش، قزاقستان، یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر و سایر کشورها در آن حضور دارند. از ویژگی این کشورها، حضور تیم‌های خلاق بازی‌ساز است که صنعت بازی‌های [...]»

برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد. «گیمستان نام منطقه‌ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، هند، مراکش، قزاقستان، یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر و سایر کشورها در آن حضور دارند. از ویژگی این کشورها، حضور تیم‌های خلاق بازی‌ساز است که صنعت بازی‌های ویدئویی را گسترش داده‌اند. ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی می‌کنند و نزدیک به ۴۰ درصد آنان به بازی کردن مشغول هستند.»

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول **PC** می‌شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد تی جی سی، بازی‌های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین‌المللی و سرمایه‌گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان به شرح ذیل است:

در بخش «موبایل»:

بهترین بازی بصری: **Pa Pa Land: Heads Escape**

خلاقانه‌ترین بازی: **O**

بهترین بازی: **Pa Pa Land: Heads Escape**

بهترین بازی از نگاه مردم: **Anahita**

در بخش «pc»:

بهترین بازی بصری: **Filliping Filip**

خلاقانه‌ترین بازی: **woodfarer**

بهترین بازی: **Filliping Filip**

همچنین در دومین روز رویداد تی جی سی وزیر ارشاد نیز امروز عصر از این رویداد بازدید کرد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، (ادامه دارد ...)



## خبرنامه اینترنت گیمها

(ادامه خبر ...) مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم.

صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز توپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتماً نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم.

وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع نافی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست.

صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان این که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در TGC دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازی سازان انجام دهند.

وی ادامه داد: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد.

صالحی درباره نحوه مجوزها به بازی سازان و تولیدکنندگان که بسیاری از آنان در این زمینه به برخی محدودیت ها اشاره کرده بودند، گفت: در دامن مجوز هیچ گونه محدودیتی وجود ندارد و تمام بازی سازان دستشان در این زمینه باز است.

منبع: خبرگزاری مهر

۲۰۰



## شهران پرس

### با حمایت ایرانسل صورت گرفت؛ برگزاری همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران (۱۳۹۷-۰۷-۰۹)

با حمایت ایرانسل همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران برگزار شد.

به گزارش سرویس بازار ایسنا، بنابر اعلام ایرانسل، به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه نویسان داخلی صنعت بازی رایانه ای، ایرانسل با اپ استور چارخونه، که به عنوان دومین اپ استور بزرگ ایران شناخته می شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، TGC، ارائه کرد.

چارخونه ایرانسل با رشد چشمگیر سه میلیونی تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی همچون اختصاص API های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فروم اختصاصی برای گفت و گو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده های برنامه)، اپروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل ها ارائه کرده است.

براساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی سازها می توانند با مدل های کسب و در آمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانسل همکاری کنند.

ایرانسل همچنین برای ناشرانی که علاقه مند به ارایه محصول خود در سطوح بین المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارایه کرده است.

همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه با حمایت ایرانسل برگزار شده است.

ایرانسل این امکان را فراهم کرده است تا بازی سازهایی که قصد همکاری با ایرانسل را دارند با مراجعه به وب سایت توسعه دهندگان چارخونه در این لینک و یا بازیگ مراجعه کنند.

به گزارش ایسنا، همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران در ۱۴ و ۱۵ تیرماه ۱۳۹۷ برگزار شد.

انتهای پیام

منبع: ایسنا



## بازیگ

### سامانه همگرا برای نخستین بار در TGC معرفی شد (۱۳۹۶-۰۷-۰۹)

سامانه همگرا برای نخستین بار در بخش نمایشگاهی TGC۲۰۱۸ معرفی شد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، متین ایزدی معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره همگرا توضیح داد: ساختار حمایتی همگرا در سال ۱۳۹۶ متولد شد تا حمایت های بنیاد ملی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازی های رایانه ای در حوزه های مختلف صنعت بازی راه همان طور که از نامش پیداست، همگرا کند.

به گزارش آی تابناک : وی ادامه داد: به این ترتیب می توان خدماتی هدفمند و متنوع در جهت توانمندسازی صنعت بازی ایران ارائه کرد. در این راه چشم انداز ما شفاف سازی حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ارتقای تعالی شرکت ها و تیم ها و تحول ساختاری صنعت بازی ایران از طریق ارائه متنوع ترین، بهترین و سریع ترین خدمات حمایتی است.

ایزدی درباره انواع حمایت های بنیاد توضیح داد: جذب تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، مشاوره تخصصی و توسعه ساختاری، تبلیغات، بازاریابی و توسعه بازار، در اختیار گذاشتن تجهیزات، امکانات و محل استقرار، آموزش نیروی انسانی و پشتیبانی و آزمون بازی، راهکارهای ما برای حمایت از بازی سازان است.

معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان این که برای حمایت هدفمند و شفاف از بازی سازان، سامانه ای طراحی شده است گفت: این سامانه تا پایان تیرماه راه اندازی می شود و بازی سازان برای دریافت حمایت باید در آن ثبت نام کنند.

وی ادامه داد: امکان انتخاب حمایت مورد نیاز توسط بازی ساز، از ویژگی های این سامانه است.

براساس این گزارش، غرفه همگرا در بخش نمایشگاهی رویداد TG2018 برپا شده و برای نخستین بار به معرفی سامانه همگرا به بازی سازان پرداخته است. منبع: سخت افزار



## با حمایت ایرانسل صورت گرفت؛ برگزاری همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران (۱۳۹۶-۹۷/۰۴/۰۶)

به گزارش امتداد نیوز، بنابر اعلام ایرانسل ، به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه نویسان داخلی صنعت بازی رایانه ای، ایرانسل با اپ استور چارخونه ، که به عنوان دومین اپ استور بزرگ ایران شناخته می شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، TGC، ارائه کرد.

چارخونه ایرانسل با رشد چشمگیر سه میلیونی تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی همچون اختصاص API های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فرم اختصاصی برای گفت و گو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده های برنامه)، اپروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل ها ارائه کرده است. براساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی سازها می توانند با مدل های کسب و در آمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانسل همکاری کنند.

ایرانسل همچنین برای ناشرانی که علاقه مند به ارائه محصول خود در سطوح بین المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارائه کرده است. همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه با حمایت ایرانسل برگزار شده است.

ایرانسل این امکان را فراهم کرده است تا بازی سازهایی که قصد همکاری با ایرانسل را دارند با مراجعه به وب سایت توسعه دهندگان چارخونه در این لینک و با بازیگ مراجعه کنند.

به گزارش امتداد نیوز، همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران در ۱۴ و ۱۵ تیرماه ۱۳۹۷ برگزار شد.

انتهای پیام



## در اختتامیه رویداد تی جی سی؛ برندگان رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» دریافت کردند (۱۳۹۶-۹۷/۰۴/۰۶)

برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد.

به گزارش شبکه اطلاع رسانی راه دانا ؛ برای اولین بار در رویداد تی جی سی جایزه «گیمستان» به برندگان اهدا شد.

«گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، هند، مراکش، قزاقستان، یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر و سایر کشورها در آن حضور دارند. از ویژگی این کشورها، حضور تیم های خلاق بازی ساز است که صنعت بازی های ویدئویی را گسترش داده اند. ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی می کنند و نزدیک به ۴۰ درصد آنان به بازی کردن مشغول هستند»

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد تی جی سی، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان به شرح ذیل است:

در بخش «موبایل»: (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ... بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلافتانۀ ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش «pc»:

بهترین بازی بصری: Filliping Filip

خلافتانۀ ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Filliping Filip

همچنین در دومین روز رویداد تی جی سی وزیر ارشاد نیز امروز عصر از این رویداد بازدید کرد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم.

صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز توپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتماً نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم.

وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع نافی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست.

صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان این که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در TGC دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازی سازان انجام دهند.

وی ادامه داد: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد.

صالحی درباره نحو مجوزها به بازی سازان و تولیدکنندگان که بسیاری از آنان در این زمینه به برخی محدودیت ها اشاره کرده بودند، گفت: در دادن مجوز هیچ گونه محدودیتی وجود ندارد و تمام بازی سازان دستشان در این زمینه باز است.

منبع: مهر



## در سالن همایش های صدا و سیما؛ دیدار وزیر ارشاد از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای (۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱)

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی روز گذشته (۱۵ تیر) از دومین نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای بازدید کرد.

به گزارش گروه فرهنگ و هنر خبرگزاری برنا؛ سیدعباس صالحی در این بازدید ضمن گفت و گو با کارشناسان این حوزه از نزدیک با محصولات جدید این عرصه آشنا شد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با حضور در سالن همایش های صدا و سیما از بخش های مختلف این نمایشگاه بازدید کرد و با مسئولان مربوطه درباره محصولات جدید در این زمینه و مشکلات موجود گفت و گو کرد.

دومین همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طبق گفته برگزارکنندگان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاورمیانه عنوان شده است. نمایشگاه بازی های رایانه ای متشکل از ۸۵ غرفه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای برپا شده است.

در این نمایشگاه برگزاری ۸۰ نشست تخصصی، برپایی نمایشگاه با حضور بازیگران اصلی این صنعت و جایزه گیمستان این فرصت را مهیا کرده است تا بیش از دو هزار فعال بازی های ویدئویی بتوانند دانش، تجربه و کسب و کارشان را گسترش و به نمایش بگذارند.

**سامانه همگرا برای نخستین بار در بخش نمایشگاهی IGCT۰۱۸ معرفی شد.** (۱۳۹۵-۱۲/۰۹/۱۳)

معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: ساختار حمایتی همگرا در سال ۱۳۹۶ متولد شد تا حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای در حوزه های مختلف صنعت بازی را، همان طور که از نامش پیداست، همگرا کند.

به گزارش ایران اکونومیست به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، متین ایزدی در این باره افزود: به این ترتیب می توان خدماتی هدفمند و متنوع در جهت توانمندسازی صنعت بازی ایران ارائه کرد. در این راه چشم انداز ما شفاف سازی حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ارتقای تعالی شرکت ها و تیم ها و تحول ساختاری صنعت بازی ایران از طریق ارایه متنوع ترین، بهترین و سریع ترین خدمات حمایتی است.

ایزدی درباره انواع حمایت های بنیاد توضیح داد: جذب تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، مشاوره تخصصی و توسعه ساختاری، تبلیغات، بازاریابی و توسعه بازار، در اختیار گذاشتن تجهیزات، امکانات و محل استقرار، آموزش نیروی انسانی و پشتیبانی و آزمون بازی، راهکارهای ما برای حمایت از بازی سازان است.

معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان این که برای حمایت هدفمند و شفاف از بازی سازان، سامانه ای طراحی شده است گفت: این سامانه تا پایان تیرماه راه اندازی می شود و بازی سازان برای دریافت حمایت باید در آن ثبت نام کنند.

وی ادامه داد: امکان انتخاب حمایت مورد نیاز توسط بازی ساز، از ویژگی های این سامانه است.

براساس این گزارش، غرفه همگرا در بخش نمایشگاهی رویداد IGCT۰۱۸ برپا شده و برای نخستین بار به معرفی سامانه همگرا به بازی سازان پرداخته است.

**قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای: تحریم های آمریکا هیچ اثری بر TGC نگذاشت** (۱۳۹۵-۱۲/۰۹/۱۳)

قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: تحریم های آمریکا نتوانست تاثیری بر IGCT۰۱۸ بگذارد و تمام میهمانان بین المللی ما به این رویداد آمدند.

به گزارش ایران اکونومیست به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، فرزاد فتحی در این باره افزود: سخنرانان و شرکت های خارجی بیشتر و با کیفیت تری نسبت به سال گذشته به TGC آمده اند.

وی افزود: بنیاد ملی بازی های رایانه ای تمام تلاش خود را برای اتصال بازی سازان به بازارهای جهانی می کند و TGC را می توان نقطه عطف این تلاش ها دانست.

قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به تحریم های ظالمانه اخیر آمریکا گفت: خوشبختانه این تحریم ها هیچ اثری بر کیفیت برگزاری این رویداد نداشت و حتی شرکت ها و سخنرانان آمریکایی و کاتانایی طبق قول و قرار قبلی شان، به ایران آمدند.

**مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای خبر داد: ۳ استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی** (۱۳۹۵-۱۲/۰۹/۱۳)

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه IGCT۰۱۸، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد.

به گزارش ایران اکونومیست به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حسن کریمی قدوسی در این باره گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و بدون محدودیت هستند و هر چقدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت.

وی با بیان این که بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم.

وی گفت: این حرف را امروز در TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می زنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثر تر می شود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کریمی خطاب به بازی سازان گفت: در این راه تنها نیستید افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخلی و بازارهای جهانی داشته باشیم و موقعیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد.

وی با بیان این که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در TGC به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاکید کرد: برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی با بیان این که در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت: در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش ارایه می شود تا بازی سازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی داشته باشند.

وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری TGC مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز ارایه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد.

وی افزود: موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند.

کریمی با تاکید بر این که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم.

وی افزود: اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد



## آخرین آمار رده بندی سنی بازی های رایانه ای در ۲۰۱۸ TGC اعلام شد (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

مدیر نظام رده بندی بازی های رایانه ای اعلام کرد: تاکنون بیش از ۲۲ هزار و ۵۰۰ بازی در کنسول های مختلف از نظر سنی رده بندی شده است.

به گزارش ایران اکونومیست به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، رضا احمدی در این باره گفت: تاکنون در بخش کنسول های بازی و PC بیش از ۴۵۰۰ بازی موبایلی رده بندی سنی شده اند. در بخش موبایل نیز بیش از ۱۸۰۰۰ بازی داخلی و خارجی رده بندی شده اند. وی افزود: اسرا همکاری خوبی با مارکت های عرضه بازی دارد و اکنون در مارکت های پرطرفدار ایرانی، در بخش توضیحات هر بازی، رده بندی سنی بازی هایی که تاکنون در اسرا بررسی کرده ایم، مشخص شده است.

احمدی ادامه داد: در کنار رده بندی سنی بازی ها، یکی از اهداف مهم این است که سواد خانواده ها در حوزه بازی های رایانه ای را ارتقا دهیم. در این راه محتواهای موجود در هر بازی را به خانواده ها معرفی کرده و از آنها می خواهیم به این بخش نیز توجه کنند. چرا که ممکن است یک نفر در رده سنی بازی مربوط قرار بگیرد اما به خاطر مثلا حساسیت به صحنه های ترسناک، بهتر است سراغ بازی دیگری برود.

براساس این گزارش غرفه نظام رده بندی بازی های رایانه ای در بخش نمایشگاهی TGC۲۰۱۸ برپا شده و آماده پاسخگویی به سوالات شرکت کنندگان در این رویداد است.

## مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اعلام کرد؛ سه راهبرد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای

داخلی و جهانی (۱۳۹۶-۹۷/۱۰/۱۳۹۶)

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه TGC2018، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخلی و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد.

به گزارش قدس آنلاین به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حسن کریمی قدوسی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و بدون محدودیت هستند و هر چقدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت.

وی با بیان این که بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می زنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثرتر می شود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی خطاب به بازی سازان گفت: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخلی و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد.

وی با بیان این که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در TGC به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاکید کرد: برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی با بیان این که در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت: در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش ارائه می شود تا بازی سازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی داشته باشند.

وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری TGC مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز ارائه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند.

کریمی با تاکید بر این که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد.



## گزارشی از پنل «آیا تحصیلات آکادمیک برای صنعت بازی های رایانه ای موثر است؟» در TGC2018

دفاع از آموزش رسمی بازی سازی در دانشگاه ها در دومین پنل برگزار شده در TGC2018، حاضران در پنل تلاش کردند به این سوال پاسخ دهند که «آیا تحصیلات آکادمیک برای صنعت بازی های رایانه ای موثر است؟» در ادامه با دنیای بازی همراه باشید.

در این پنل بهروز مینایی استاد دانشگاه علم و صنعت و مدیرعامل سابق بنیاد ملی بازی های رایانه ای، هادی مرادی استاد دانشگاه تهران، مجتبی وحیدی اصل استاد دانشگاه شهید بهشتی و رییس آزمایشگاه بازی های دیجیتال این دانشگاه، کامیار محبوبیان رییس انستیتو ملی بازی سازی ایران و پروفیسور Malte Behrmann مدیرعامل شرکت Game Farm به بحث و تبادل نظر پرداختند. فرزانه شریفی نیز دبیر این پنل را برعهده داشت.

لژوم تعریف رشته های تخصصی بازی سازی در مقطع دکتری

استاد دانشگاه علم و صنعت با بیان این که مهم ترین سرمایه یک شرکت بازی سازی، نیروی انسانی کارآمد است گفت: خروجی های دانشگاه امروز به صورتی است که شرکت های بازی سازی باید ۶ ماه تا یک سال برای تربیت و آماده سازی نیروی جدید تلاش کنند و این موضوع هزینه های آن شرکت را افزایش می دهد.(ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) پیروز مینایی ادامه داد: سال ۲۰۰۴ که از آمریکا بازگشتم، هنوز هیچ کدام از دانشگاه‌های آنجا رشته رسمی بازی سازی نداشتند. اما در سال ۲۰۰۶ لابراتور بازی های جدی در دانشگاه میشیگان راه اندازی شد و اکنون صدها دانشگاه در آمریکا و اروپا، به ویژه در آلمان و فنلاند رشته بازی سازی دارند. وی با بیان این که دانشگاه‌ها باید ببینند شرکت‌ها چه نیازی دارند و براساس آن به تربیت نیروی انسانی بپردازند گفت: مدیریت فرایند صفر تا صد یک بازی کار بسیار دشواری است و می‌توان گفت یکی پیچیده ترین پروژه های مهندسی است.

مینایی ادامه داد: مدیر پروژه باید بتواند هم زمان میان نیروی هنری، نیروی فنی و نیروی طراحی ارتباط و هماهنگی برقرار کند. اما در دانشگاه‌ها روی این بخش کار نمی‌شود.

استاد دانشگاه علم و صنعت گفت: صنعت بازی سازی ما نیازمند تعریف رشته های بسیار تخصصی در مقطع PHD است. همچنین باید از رشته MBA نیز به این صنعت ورودی داشته باشیم تا آنها به این سوال که چگونه می‌توان از بازی درآمد داشت، پاسخ دهند. حل مسایل بازی سازی در گرو پژوهش های پیشرفته دانشگاهی

هادی مرادی استاد دانشگاه تهران نیز در این پاتل گفت: اگر شما فهرست ۵۰ دانشگاه برتر آمریکا را ببینید، تعداد کمی از آنها در حوزه بازی سازی فعال هستند و بیشتر این رشته در دانشگاه های کوچکتر راه افتاده است. با این حال با پیدایش مسایل تخصصی و چالش های فناورانه در این حوزه، به تدریج دانشگاه های بزرگ را هم در بر می‌گیرد.

وی افزود: با گسترش روزافزون بازی در صنعت گیم، مسایل پیچیده ای مانند کاهش مصرف برق و داده در موبایل ها و همچنین استفاده حداکثری از منابع محدود، نیاز به پژوهش های پیشرفته دانشگاهی دارد.

مرادی تاکید کرد: نمی‌توان نقش دانش آکادمیک را در ساخت بازی نادیده گرفت. شاید با یک آموزش کوتاه مدت حرفه ای بتوان شروع به بازی سازی کرد ولی این دانش، نمی‌تواند موضوعات و مشکلات اساسی بازی ساز را حل کند.

صنعت بازی به سمت تولید خودکار در حرکت است

مجتبی وحیدی اصل استاد دانشگاه شهید بهشتی دیگر فرد حاضر در این پنل بود. او گفت: صنعت بازی یک حوزه چند رشته ای است و این صنعت به متخصصان مختلفی، از روانشناس و جامعه شناسی، تا متخصصان علوم فیزیک و محاسبه کنندگان مسایل ریاضی، نیاز دارد.

وی افزود: اکنون این صنعت به سمت تولید خودکار بازی ها، از جمله تولید خودکار مراحل مختلف، موسیقی و حتی داستان می‌رود و بی توجهی به این مسایل، ما را از بازی سازان دنیا به شدت عقب می‌اندازد.

وحیدی اصل با بیان این که در ایران بازی بیشتر با هدف سرگرمی تولید می‌شود گفت: حوزه هایی از جمله بحث «بازی های جدی» چندان در کشور مورد توجه قرار نگرفته است.

ضرورت وجود دانشکده متمرکز آموزش بازی های رایانه ای

کامیار محبوبیان رییس انستیتو ملی بازی سازی ایران نیز در این پنل گفت: ما به یک آموزش نظام مند منطبق با نیازهای صنعت در دانشگاه ها نیاز داریم. البته این آموزش قاعدتا شامل مسایل مقدماتی است تا دانشجویان آماده ورود به جامعه حرفه ای بازی سازی شوند.

وی با بیان این که برخی دانشگاه ها به آموزش حوزه های مختلف بازی ورود کرده اند گفت: این که در دانشگاه تبریز صرفا به بحث Art پرداخته شود و در تهران مسایل فنی آموزش داده شود، ایده اشتباهی است. چون دانشجویان رشته های مختلف بازی سازی باید در کنار هم، کار گروهی را تمرین کنند. درواقع ما باید یک دانشکده تولید بازی داشته باشیم که هم زمان به هر سه بخش طراحی بازی، طراحی هنری و مباحث فنی بپردازد.

محبوبیان با بیان این که رشد یک صنعت همراه با حواشی است گفت: باید دانشگاه ها به مسایلی نظیر تاثیر بازی های رایانه ای در جامعه نیز ورود کنند.

نقش دانشگاه در یک صنعت خلاق

Malte Behrmann مدیرعامل شرکت Game Farm نیز در این نشست گفت: در بیست سالی که در صنعت بازی بوده ام، این صنعت روز به روز در حال تغییر بوده و معتقدم این تغییرات همواره ادامه خواهد داشت.

وی افزود: وقتی بازی وارد حوزه موبایل ، شد گوشی ها تبدیل به بهترین دوستان ما شدند و توانستیم وسیله بازی کردن را با خود حمل کنیم و البته چالش های زیادی هم برای بازی سازان داشت. معتقدم چالش بعدی بازی سازان نیز تقابل انسان و ماشین است.

Behrmann با بیان این که با توسعه دهندگان زیادی در TGC و پیش از آن در رویدادهای دیگر گفت وگو کردم، افزود: برخی از تیم ها ساخت بازی VR را مدنظر قرار داده اند. به احتمال زیاد VR در آینده با لیبال روبرو نخواهد شد و این یکی از تله هایی است که باید به آن آگاه باشیم. اگر یک بازی جدی می‌خواهید در حوزه VR بسازید، کارتان را ادامه دهید اما اگر به دنبال یک بازار بزرگ و عمومی هستید، چنین بازاری به نظر من وجود ندارد.

این استاد دانشگاه ادامه داد: افراد زیادی را دیده ام که رشته تحصیلی شان چیز دیگری است اما استعداد فرولوانی در این حوزه دارند و حیف است از آنها استفاده نکنیم. خود من به عنوان یک استاد دانشگاه از وجود آموزش رسمی دفاع می‌کنم اما نباید این صنعت را با صنایع دیگر اشتباه بگیریم. این یک صنعت خلاقانه است و لزوما آموزش رسمی در موفقیت یک بازی تاثیرگذار نیست.

Behrmann گفت: به عنوان کسی که در دانشگاه کار می‌کنم می‌دانم که چقدر دانشگاه ها در تغییرات سیلابس های درسی شان کند هستند و این یک مشکل بزرگ در حوزه ای است که با تغییرات پرشتابی روبرو است.

## وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی: برای تقویت و تکامل TGC از بازی سازان نظر خواهی می کنیم (۱۳۹۵-۰۷/۰۱/۹۵)

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی امروز به بازدید از TGC ۲۰۱۸ پرداخت. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سید عباس صالحی امروز ظهر از TGC ۲۰۱۸ بازدید کرد و با تعداد زیادی از بازی سازان و غرفه داران حاضر در این رویداد به گفت و گو پرداخت. در ادامه با دنیای بازی همراه باشید.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم.

صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز توپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتما نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم.

وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع نافی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست.

صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان این که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در TGC دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می توانند کمک زیادی به بازی سازان انجام دهند.

وی ادامه داد: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد.

## همشهری

### خیز بازی سازهای ایرانی به سمت بازارهای جهانی

TGC ۲۰۱۸ یا گردهمایی بزرگ بازی سازهای ایرانی و خارجی در تهران، قرار است راه فعالیت ایرانی ها در جهان را باز کند

TGC ۲۰۱۸ یا گردهمایی بزرگ بازی سازهای ایرانی و خارجی در تهران، قرار است راه فعالیت ایرانی ها در جهان را باز کند

بازی سازی یکی از پردرآمدترین شغل های مدرن در جهان است که درآمد آن در آمریکا از کل فروش هالیوود هم بیشتر شده است. ایران هرچند به تازگی وارد بازی شده اما در طول همین مدت کوتاه درخشش در این حوزه کارهایی قابل توجهی انجام شده است. برگزاری نمایشگاه بین المللی TGC ۲۰۱۸ یا «کنوانسیون بازی تهران» که اسامال برای دومین بار در کشور برگزار شده و نماینده هایی از اروپا و آسیا در آن شرکت کرده اند، نشان می دهد ایران در این زمینه در حال پیشرفت است. حضور ۴۶ سخنران خارجی، ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و چندین بازی ساز ایرانی و خارجی در این برنامه دو روزه، نشان دهنده پتانسیل های جدی ایران در حوزه بازی سازی است.

انتشار بازی های ایرانی در جهان

به گزارش همشهری، جایزه «گیمستان» یا Pitch Fest یکی از برنامه های ویژه ای بود که در رویداد TGC برای نخستین بار برگزار شد. در این برنامه رقابتی، ۹۰ بازی از ۹ کشور دنیا رقابت کردند و امکان معرفی آنها به ۲۰ ناشر بین المللی نیز فراهم شد. طه رسولی، مدیر برنامه آوا گیمز که مجریگری برنامه را بر عهده داشت، توضیح داد: «تلاش ما این است که ادبیات نگاه کردن به بازی به عنوان تجارت را جا بیندازیم و به بازی سازها کمک کنیم به جز سرگرمی، به عنوان کسب و کار به بازی نگاه کنند». حسین مزروعی، مدیر آواگیمز نیز با اشاره به بکر بودن بازار بازی ایران گفت: «سرمایه گذارها به دلیل تعداد قابل توجه نیروی جوان و تحصیلکرده در ایران و آمار بالای فارغ التحصیلان مهندسی به کشورمان توجه ویژه ای دارند و ما خودمان را به بهترین شکل به آنها عرضه خواهیم کرد».

کنترل کیفیت بازی های ایرانی در هند

صادر کردن بازی های ایرانی به بازارهای جهان، یکی از اهداف برگزاری کنوانسیون بازی های رایانه ای تهران است. بر همین اساس، ناشران خارجی بازی در این همایش حضور ویژه ای دارند. نوبل پاتل، بنیانگذار و مدیرعامل شرکت هندی Qualitas Global گفت: «در پی برقراری ارتباط با توسعه دهندگان نرم افزاری ایرانی از طریق بنیاد ملی بازی های رایانه ای هستیم و در صددیم بازی های موبایلی ایرانی را در صورت داشتن کیفیت لازم به بازار هند ارائه کنیم». پاتل اظهار داشت: «ما به دنبال ایجاد یک فضای تعاملی و دوستانه بین صنعت بازی های رایانه ای هند و ایران هستیم و راه های مختلف ارائه خدمات به شرکت های ایرانی - به خصوص در زمینه کنترل کیفیت بازی - را ارزیابی می کنیم».

فکر؛ ارزشمندتر از محل زندگی

کیت ادواردز، مدیر اتحادیه تولیدکننده های بازی جهان (IGDA) سخنران کلیدی روز اول این برنامه بود. او به بازی سازهای ایرانی توصیه کرد به جای توجه به محدودیت ها، توانایی ها و فرهنگ غنی خود را جدی گرفته و بازی سازی را جدی بگیرند: «مکان، محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی (ادامه دارد ...)



## همایش‌های

(ادامه خبر ...) کند و لازم نیست حتما در یک کشور خاص زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. برخی فکر می‌کنند از کشورهای مطرح بازی سازی جدا هستند و هیچ وقت بازی هایشان به صورت بین‌المللی منتشر نمی‌شود اما این اشتباه است. بسیاری از مردم آمریکا فکر می‌کنند بازی Angry Birds در آمریکا ساخته شده اما این بازی در فنلاند توسعه یافته است. در واقع اصلا مهم نیست این بازی در فنلاند بوده یا آمریکا بلکه این استعداد و شیوه ساخت بازی است که باید یاد بگیریم.»

هدف: حضور بازی های ایرانی در بازارهای جهانی

رضا صالحی امیری، وزیر ارشاد روز گذشته از این نمایشگاه بازدید کرد. او در حاشیه این بازدید وضعیت اکوسیستم بازی سازهای ایرانی را تشریح کرد و گفت: «هدفگذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز نوپا محسوب می‌شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسائل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می‌کنیم از رویداد TGC حمایت کنیم تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.» وی ادامه داد: رسانه های عمومی لزجمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شوند و در این راه می‌توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد شکل بگیرد.

## بخش خبری

### همایش و نمایشگاه بین‌المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانسل برگزار شد (۱۳۹۵-۹۶/۰۱/۱۳)

با حمایت ایرانسل همایش و نمایشگاه بین‌المللی بازی های رایانه ای تهران طی روزهای پنجشنبه و جمعه ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

به گزارش خبرگزاری سیج به نقل از روابط عمومی ایرانسل، به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه نویسان داخلی صنعت بازی رایانه ای، ایرانسل با اب استور چارخونه، که به عنوان دومین اب استور بزرگ ایران شناخته می‌شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین‌المللی بازی های رایانه ای تهران، TGC ارائه کرد.

چارخونه ایرانسل با رشد چشمگیر سه میلیونی تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی نظیر اختصاص API های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فرم اختصاصی برای گفتگو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده های برنامه)، اپروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل ها ارائه کرده است. براساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی سازها می‌توانند با مدل های کسب و در آمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانسل همکاری کنند.

ایرانسل همچنین برای ناشرانی که علاقمند به ارایه محصول خود در سطوح بین‌المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارایه کرده است. همایش و نمایشگاه بین‌المللی بازی های رایانه ای تهران بزرگترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه با حمایت ایرانسل برگزار شده است. ایرانسل این امکان را فراهم کرده است تا بازی سازهایی که قصد همکاری با ایرانسل را دارند با مراجعه به وب سایت توسعه دهندگان چارخونه در نشانی [developer.charkhoneh.com](http://developer.charkhoneh.com) و یا بازیگ مراجعه کنند.

## ایرانسل

### IGC 2018: گزارشی از نظر بازی سازان درباره TGC، دروازه ورود تدریجی به بازارهای جهانی است

(۱۳۹۵-۹۶/۰۱/۱۳)

برگزاری رویدادهایی مانند تی جی سی برای توسعه صنعت گیم از دو جهت حائز اهمیت است. یکی این که اسباب انتقال دانش و تجربه بازی سازان بین‌المللی را به داخل کشور فراهم می‌کند و دیگر این که راه برا برای گسترش ارتباطات بین‌المللی و حضور در بازارهای جهانی برای بازی سازان کشورمان هموار می‌کند. در ادامه با دنیای بازی همراه باشید.

درباره TGC و موفقیتش در رسیدن به اهداف مورد نظر، با بازی سازان ایرانی حاضر در بخش نمایشگاهی TGC گفت و گو کرده ایم که می‌خوانید از تی جی سی اثرژی می‌گیریم

زیب سادات موسوی از تیم فانوس که توانسته با بازی لین در گیمرستان نامزد دریافت جایزه شود، برای دومین بار در تی جی سی حضور یافته است. او درباره تفاوت های رویداد امسال با سال گذشته می‌گوید: سال گذشته برنامه ریزی های قبل از رویداد بهتر بود و امسال شاید برنامه ریزی ها نظم کمتری داشت. البته امسال سیستم ها و امکاناتی که برای غرفه ها قرار داده شده خیلی بهتر است. همچنین سال گذشته تاک های خیلی خوبی وجود داشت که امسال هم همان روند ادامه دارد. دعوت از ناشران و سرمایه گذاران هم امسال بهتر از سال گذشته بود و حضور شرکت های ناشر بین‌المللی باز هم می‌تواند سال آینده افزایش یابد. او درباره لزوم برگزاری رویدادهایی مانند تی جی سی می‌گوید: هر جای دنیا هر از چند گاهی یک رویداد مانند تی جی سی برای بازی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) برگزار می شود و بازی سازها در آن حضور پیدا می کنند اما در ایران ایونت خاصی نداریم. جشنواره بازی ها فقط آیین اختتامیه را دارد و تاک و اینتراکشنی در آن نیست و بنابراین فقط تی جی سی می ماند. هر ایونتی که برگزار شود، حتی اگر خروجی اش این باشد که آدم ها همدیگر را ببینند، به هم فیدبک بدهند و در جریان کار هم قرار بگیرند خودش خیلی خوب است. ما پارسال بعد از تی جی سی انرژزی فوق العاده ای داشتیم و تا چند ماه سخت کار کردیم. تیم های دیگر هم همین طور هستند و اینکه از جریان رویدادهای بازی هم مطلع شوند، خیلی خوب است.

زیب معتقد است حتی اگر قراردادی در تی جی سی بسته نشود، تاثیر این رویداد از جهت ارتباط برقرار کردن و فیدبک گرفتن و انرژزی هایی که بین تیم ها، گروه ها و شرکت ها می گذرد، خیلی موثر است. او می گوید: به علاوه تی جی سی یک بستر بیزینسی و تجاری فراهم کرده که بهتر از این نمی شود. البته ما می دانیم که گیم در ایران خیلی نوپاست و شاید نتوان هنوز به آن صنعت گیم گفت. اما خیلی ها درباره اینکه ایران صنعت گیمی دارد و بعضی دارند اینجا گیم می سازند، اطلاعی ندارند و در مرحله اول ازین موضوع تعجب می کنند.

زیب می گوید نمی توان به این زودی شاهد خروجی رویداد سال گذشته بود و نباید با یکی دو قدم انتظار نتایج خارق العاده ای را داشت. او این طور توضیح می دهد: اینها قدم هایی است که باید کم کم برداشته شود و جا بیفتند. ما باید در این رویدادها حضور داشته باشیم تا نقاط ضعف و قوتمان شناخته شود. ما تا قبل از این انگار در جامعه کوچکی بودیم که فقط خودمان را می دیدیم اما همین که در چنین رویدادهایی فیدبکی دیده شود، تاثیر زیادی دارد. ممکن است در این تی جی سی و حتی بعدی قراردادی بسته نشود اما قطعا به مرور زمان این اتفاق می افتد. تی جی سی مثبت است و اگر درازمدت باشد، مثبت تر است.

بازی سازها استانداردهای جهانی را یاد می گیرند

مهرداد رضایی از تیم پرشاند که سال گذشته در تی جی سی حضور نداشته، می گوید: پارسال بازی نداشتیم اما امسال بازی آناهیتا را به تی جی سی آورده ام. از طریق رسانه ها متوجه شدم چنین فستیوالی برگزار می شود و چون بازی من در فستیوال بازی های تهران در رشته بهترین بازی ماجرابی و بهترین داستان کاندیدا شده بود، تی جی سی قبول کرد که این بازی می تواند حضور پیدا کند و امسال هم آناهیتا کاندیدای بهترین بازی موبایلی از نظر جلوه های بصری شده است.

او درباره احتمال حضور ناشران خارجی در تی جی سی و صادرات بازی ایرانی می گوید: اینجا جای مفیدی است و صحبت کردن با خارجی ها شرایط خوبی ایجاد می کند. البته ما بازی آناهیتا را به یک شرکت فرانسوی فروختیم اما به طور کلی تی جی سی جای خیلی خوبی برای کسانی است که می خواهند بازی خود را به افراد خارجی بفروشند و سرمایه گذار پیدا کنند. از طرف دیگر هم بازی سازان با یکدیگر آشنا می شوند و محیط خوبی برای تعامل آنها فراهم است. به لطف اقدامات رسانه ها و بنیاد است که افراد توانستند در این رویداد حاضر شوند و این زمینه را فراهم کنند. اگر تی جی سی هر سال برگزار شود فوق العاده است.

مهرداد معتقد است انتشار بازی در مجامع بین المللی استانداردهای خودش را دارد و می گوید: اینکه بازی چقدر کشش داشته باشد و مکانیک بازی مطابق استانداردهای خارجی باشد، خیلی مهم است. ما باید یک سری اصول بازی سازی را رعایت کنیم. البته زمانی که ناشری از یک بازی خوشش بیاد و آن را انتخاب کند، تست های زیادی روی بازی انجام می دهد و بازی ساز را مجبور می کند باگ ها را برطرف کند و بازی برای کنسول هایی که ساخته، استاندارد باشد. در چنین شرایطی بازی سازان یاد می گیرند و با استانداردهای بازی سازی دنیا هم آشنا می شوند.

باید پس از IGC، ارتباط مان با خارجی ها را ادامه دهیم

محمدعلی ساعتچی، بنیان گذار بازی کوئیزآف کینگز به ارتباط خوب بازی سازان با بنیاد ملی بازی ها اشاره می کند و آشنایی خود با تی جی سی را از طریق بنیاد می داند. او می گوید: از زمانی که مطلع شدیم بنیاد می خواهد چنین جایی ایجاد کند که ارتباط بازی سازها با خارج برقرار شود خیلی خوشحال شدیم. سال گذشته خیلی علاقه مند بودیم با ناشران و کمپانی های خارجی همکاری داشته باشیم و امسال هم این کار را ادامه می دهیم. ما حتی با چند کمپانی برای تبلیغات ارتباط گرفتیم و با چند ناشر هم صحبت کردیم، اما چون خودمان خیلی پیگیر کارها نبودیم، به نتیجه نرسید که نقص از خودمان بود نه تی جی سی. امیدوارم امسال اشتباهات سال گذشته را تکرار نکنیم.

یکی از مهم ترین اهداف بنیاد ملی بازی های رایانه ای، معرفی بازی های ایرانی به ناشران بین المللی است. محمدعلی درباره اینکه تی جی سی چه اندازه در این هدف تاثیرگذار است، می گوید: بنیاد بازی ها برای صادرات بازی نهایت تلاش خود را می کند. بخشی هم به خود بازی ساز برمی گردد، اینکه محصولش باید آمادگی لازم را داشته باشد و برای این کار بازی ساز باید مطالعه و تجربه کسب کند. مثلا ما به عنوان استودیویی که می خواهیم بازی مان را در یک کشور خارجی منتشر کنیم، هنوز تحقیقات بازاریابی را به خوبی انجام ندادیم و این یعنی هنوز نقص هایی هم از طرف خود بازی سازها وجود دارد.

وی با بیان این که برگزاری کنفرانس ها و تاک ها خیلی تاثیر دارد گفت: ما سال گذشته در بحث پی آر و گیم دیزاین از کلاس ها و کنفرانس ها مطالب مفیدی را دریافت کردیم و پنل ها خیلی به ما کمک کرد.

ساعتچی که به لزوم برگزاری تی جی سی تاکید زیادی دارد، می گوید: اگر تی جی سی حذف شود، چیزی باقی نمی ماند. زیرا بسیاری از افراد نمی توانند خودشان به صورت مستقیم این ارتباط را برقرار کنند. تی جی سی جایی است که می توان با افراد خارجی به صورت حضوری ارتباط گرفت و کار را خیلی راحت می کند. ما هم در استودیوی خود دنبال این هستیم که بازی مان را در بازار خارجی هم منتشر کنیم. تی جی سی فضای خوبی را فراهم می کند که به این مهم دست پیدا کنیم. حتی در همین یک سال گذشته هم تاثیرات زیادی داشته است. حضور شرکت های تبلیغاتی مانند ادجاست و یونیشی ایز در ایران خیلی قدم بزرگی است. اینکه بازی سازهای خارجی که با کافه بازار وارد مذاکره شدند و با بازی سازهای خودمان که سراغ ناشران خارجی رفتند، تاثیر بزرگی در صنعت بازی دارد و در درازمدت هم قطعا تاثیر بیشتری می گذارد.

او درباره دیگر تاثیرات تی جی سی توضیح می دهد: جدای از برقراری پل ارتباطی با خارج، خود داخلی ها، بازی سازان، تبلیغات و مطبوعات خیلی خوب می توانند با هم ارتباط برقرار کنند. ما در تی جی سی پارسال و امسال با سایت های خبری، بازی سازان و مدیران موفق تعامل داشتیم. ارتباط برقرار کردیم و ارتباطمان قوی تر شد. خود به خود هم ما باعث رشد آنها شدیم و هم آنها باعث رشد ما شدند و این ارتباط متقابل بوده است. این موضوع در بحث ارتباط داخل لازم است و بازی سازان باید به هم کمک کنند.

## معرفی «چارخونه» و «بازیگ» در TGC۲۰۱۸ (۱۴۳۶-۱۳۳۷-۱۳۳۸)

ایراتور دوم ارتباطی کشور در دومین دوره رویداد Tehran Game Convention به معرفی اپ استور چارخونه و نخستین گیم استور ایران با نام بازیگ پرداخت. در ادامه با دنیای بازی همراه باشید.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ایرانسل که به عنوان اسپانسر، در برگزاری موفق رویداد TGC۲۰۱۸ نقش داشته است، در این رویداد اعلام کرد که آماده همکاری گسترده با برنامه نویسان ایرانی است.

براساس این گزارش چارخونه به عنوان دومین اپ استور بزرگ ایران، در ماه های اخیر با رشد چشم گیر سه میلیونی کاربر روبرو بوده و درآمدهای توسعه دهندگان در آن با رشد قابل توجهی همراه است.

این اپ استور با ویژگی های فنی منحصر به فردی از جمله پرداخت ابرتوری به شکل پرداخت اشتراکی و موردی درون برنامه ای از طریق اعتبار سیم کارت، اختصاص چهار گیگ فضای ابری رایگان و سیستم گزارش دهی با امکان دسترسی به سیستم تحلیل و مانیتورینگ برنامه ها، به گزینه خوبی برای برنامه نویسان حرفه ای بدل شده است.

نکته دیگر این که چارخونه علاوه بر در اختیار قراردادن زیرساخت های ابرتوری ایرانسل، امکان بازگزاری مستقیم اپلیکیشن ها با مراجعه به وب سایت را فراهم کرده است.

بازیگ به عنوان نخستین گیم استور ایران نیز با دو میلیون کاربر فعال، بیش از ۲۰۰ ناشر و توسعه دهنده و هزاران بازی پرطرفدار سبب شده تا به بستری جذاب برای فعالان این عرصه تبدیل شود.

## مراسم اختتامیه TGC۲۰۱۸: بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸ معرفی شدند (۱۴۳۶-۱۳۳۷-۱۳۳۸)

در مراسم اختتامیه TGC۲۰۱۸، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. در ادامه با دنیای بازی همراه باشید.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، جایزه گیمستان برای نخستین بار در TGC۲۰۱۸ برگزار شد. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند.

ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزد های گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان این دوره را ملاحظه می کنید:

در بخش موبایل

بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش PC

بهترین بازی بصری: Filliping Filip

خلاقانه ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Filliping Filip

**همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانسل برگزار شد (۱۳۹۵-۱۳۹۶)**

با حمایت ایرانسل همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طی روزهای پنجشنبه و جمعه ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

به گزارش پایگاه تحلیلی خبری بانک و صنعت به نقل از روابط عمومی ایرانسل: به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه نویسان داخلی صنعت بازی رایانه ای، ایرانسل با اپ استور چارخونه، که به عنوان دومین اپ استور بزرگ ایران شناخته می شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، TGC ارائه کرد.

چارخونه ایرانسل با رشد چشمگیر سه میلیونی تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی نظیر اختصاص API های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فرم اختصاصی برای گفتگو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده های برنامه)، آبروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل ها ارائه کرده است. براساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی سازها می توانند با مدل های کسب و درآمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانسل همکاری کنند.

ایرانسل همچنین برای ناشرانی که علاقمند به ارائه محصول خود در سطوح بین المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارائه کرده است. همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران بزرگترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه با حمایت ایرانسل برگزار شده است.

ایرانسل این امکان را فراهم کرده است تا بازی سازهایی که قصد همکاری با ایرانسل را دارند با مراجعه به وب سایت توسعه دهندگان چارخونه در نشانی [developer.charkhونه.com](http://developer.charkhونه.com) و یا بازیگ مراجعه کنند.

**بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸ معرفی شدند (۱۳۹۷-۱۳۹۸)**

در مراسم اختتامیه ۲۰۱۸ TGC، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. جایزه گیمستان برای نخستین بار در ۲۰۱۸ TGC برگزار شد.

به گزارش ایران اکتونومیست به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای: گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزد های گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان این دوره را ملاحظه می کنید:

در بخش موبایل

بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش PC:

بهترین بازی بصری: Filliping Filip

خلاقانه ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Filliping Filip



## در اختتامیه بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه تاکید شد؛ در آمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

تی جی سی ۲۰۱۸ به عنوان بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه با معرفی بهترین بازی های گیمستان به کار خود پایان داد.

به گزارش ایسنا، رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی ساز ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

در این رویداد، کیت انواردز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و وفق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری TGC2017، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد.

بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸

در مراسم اختتامیه TGC2018، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

انتهای پیام



## در آمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

فصل تجارت - تی جی سی ۲۰۱۸ به عنوان بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه با معرفی بهترین بازی های گیمستان به کار خود پایان داد. رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی ساز ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

در این رویداد، کیت انواردز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و وفق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری TGC2017، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد.

بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸ (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) در مراسم اختتامیه ۲۰۱۸ TGC، برندگان نخستین دوره جایزه گیمیستان معرفی شدند. گیمیستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمیستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

انتهای پیام



### درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است (۱۳۰۴-۱۳۰۳)

اقتصاد ایران: تی جی سی ۲۰۱۸ به عنوان بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه با معرفی بهترین بازی های گیمیستان به کار خود پایان داد.

به گزارش ایسنا، رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی سازی ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

در این رویداد، کیت ادواردز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و وفق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری TGC ۲۰۱۷، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد.

بهترین بازی های گیمیستان ۲۰۱۸

در مراسم اختتامیه ۲۰۱۸ TGC، برندگان نخستین دوره جایزه گیمیستان معرفی شدند. گیمیستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمیستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

انتهای پیام



### درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است (۱۳۰۴-۱۳۰۳)

فصل اقتصاد - تی جی سی ۲۰۱۸ به عنوان بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه با معرفی بهترین بازی های گیمیستان به کار خود پایان داد. رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی سازی ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

در این رویداد، کیت ادواردز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و وفق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری TGC2017، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد. بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸

در مراسم اختتامیه TGC2018، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

انتهای پیام



## درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است (۱۷/۹/۲۰۱۸-۱۷/۹/۲۰۱۸)

تی جی سی ۲۰۱۸ به عنوان بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه با معرفی بهترین بازی های گیمستان به کار خود پایان داد. به گزارش پایگاه خبری آرمان اقتصادی، رویداد Tehran Game Convention ۲۰۱۸ با حضور بیش از ۱۲۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی ساز ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

در این رویداد، کیت انواردرز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و وفق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری TGC2017، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد. بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸

در مراسم اختتامیه TGC2018، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

انتهای پیام

## درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

تی جی سی ۲۰۱۸ به عنوان بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه با معرفی بهترین بازی های گیمستان به کار خود پایان داد.

به گزارش سینتا به نقل از ایسنا، رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی ساز ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

در این رویداد، کیت ادواردز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و افق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری TGC ۲۰۱۷، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد.

بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸

در مراسم اختتامیه TGC ۲۰۱۸، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

## بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸ معرفی شدند (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

در مراسم اختتامیه TGC ۲۰۱۸، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند.

به گزارش گروه علم و فناوری خیرگزاری آنا از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، جایزه گیمستان برای نخستین بار در TGC ۲۰۱۸ برگزار شد. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند.

ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از دو میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آنها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از نه کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان این دوره را ملاحظه می کنید:

در بخش موبایل

بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش PC (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ... بهترین بازی بصری: **Filipping Filip**  
 خلافتانه ترین بازی: **woodfarer**  
 بهترین بازی: **Filipping Filip**



## رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی اعلام کرد: عزم مجلس برای رفع موانع حوزه بازی های رایانه ای (۱۳۹۵-۹۶/۱۲)

ایرانیان\_ احمد مازنی نماینده مردم تهران و رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی از تلاش مجلس برای رفع چالش های موجود در صنعت بازی های رایانه ای خبر داد.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مازنی گفت: صنعت بازی نوعی از سرگرمی است که اقتصاد، آموزش و فرهنگ را در خود شامل می شود و هم اکنون به یکی از مهم ترین حوزه های سرمایه گذاری در جهان تبدیل شده است. به لحاظ فرهنگی و آموزشی نیز هر جامعه ای می تواند فرهنگ عمومی و ملی و حتی روابط بین الملل خود را از طریق بازی های کامپیوتری تعریف کند. اگر برای سرگرمی و نشاط مردم اهمیت قائل شویم، صنعت بازی های رایانه ای یکی از فرصت هایی است که باید به آن توجه کنیم.

نماینده مردم تهران برگزاری دومین دوره از همایش بین المللی بازی های رایانه ای را حرکت مفید و ارزشمندی خواند و اظهار داشت که چنین رویدادی به اطلاع رسانی وسیع تری نیاز دارد.

وی افزود: برگزاری این رخداد در مرکز همایش های صدا و سیما باید به عنوان فرصتی برای معرفی این همایش در رسانه ملی و آشنایی هرچه بیشتر دولت، نمایندگان مجلس، مقامات ارشد کشور و سرمایه گذاران بخش خصوصی با ظرفیت های موجود در این حوزه تلقی شود.

رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس درباره نقش نمایندگان ملت در پیشبرد صنعت بومی بازی های رایانه ای گفت: برخلاف باور عموم، کمیسیون فرهنگی مجلس رابطه ای با اقتصاد ندارد و بسیاری از مسائل این حوزه از جمله گردشگری، صنایع دستی و فضای مجازی با اقتصاد و کسب و کار در ارتباط است.

مازنی با اشاره به اولویت ویژه مجلس برای توسعه صنعت بازی گفت: انتظار ما از دست اندرکاران بنیاد ملی بازی های رایانه ای و مرکز ملی فضای مجازی این است که به طور دقیق اولویت های خود را برای نمایندگان تشریح کنند. امیدواریم در فرصتی که تا پایان مجلس دهم باقیست بتوانیم گامی اساسی برای رفع موانع اقتصادی و قانونی در راه توسعه این صنعت برداریم.



## سامانه همگرا برای نخستین بار در TGC معرفی شد (۱۳۹۵-۹۶/۱۲)

ایرانیان\_ سامانه همگرا برای نخستین بار در بخش نمایشگاهی TGC۲۰۱۸ معرفی شد.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، متین ایزدی معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره همگرا توضیح داد: ساختار حمایتی همگرا در سال ۱۳۹۶ متولد شد تا حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای در حوزه های مختلف صنعت بازی را، همان طور که از نامش پیداست، همگرا کند.

وی ادامه داد: به این ترتیب می توان خدماتی هدفمند و متنوع در جهت توانمندسازی صنعت بازی ایران ارائه کرد. در این راه چشم انداز ما شفاف سازی حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ارتقای تعالی شرکت ها و تیم ها و تحول ساختاری صنعت بازی ایران از طریق ارائه متنوع ترین، بهترین و سریع ترین خدمات حمایتی است.

ایزدی درباره انواع حمایت های بنیاد توضیح داد: جذب تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، مشاوره تخصصی و توسعه ساختاری، تبلیغات، بازاریابی و توسعه بازار، در اختیار گذاشتن تجهیزات، امکانات و محل استقرار، آموزش نیروی انسانی و پشتیبانی و آزمون بازی، راهکارهای ما برای حمایت از بازی سازان است.

معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان این که برای حمایت هدفمند و شفاف از بازی سازان، سامانه ای طراحی شده است گفت: این سامانه تا پایان تیرماه راه اندازی می شود و بازی سازان برای دریافت حمایت باید در آن ثبت نام کنند.

وی ادامه داد: امکان انتخاب حمایت مورد نیاز توسط بازی ساز، از ویژگی های این سامانه است.

براساس این گزارش، غرفه همگرا در بخش نمایشگاهی رویداد TGC۲۰۱۸ برپا شده و برای نخستین بار به معرفی سامانه همگرا به بازی سازان پرداخته است.



### آخرین آمار رده بندی سنی بازی های رایانه ای در IGCT۰۱۸ اعلام شد (۹۶/۰۴/۰۱ - ۹۶/۰۳/۰۱)

ایرانیان\_مدیر نظام رده بندی بازی های رایانه ای اعلام کرد: تاکنون بیش از ۲۲ هزار و ۵۰۰ بازی در کنسول های مختلف، از نظر سنی رده بندی شده است.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، رضا احمدی که در غرفه اسرا در بخش نمایشگاهی رویداد IGCT۰۱۸ حضورداشت گفت: تاکنون در بخش کنسول های بازی و PC بیش از ۴۵۰۰ بازی موبایلی رده بندی سنی شده اند. در بخش موبایل نیز بیش از ۱۸۰۰۰ بازی داخلی و خارجی رده بندی شده اند.

وی افزود: اسرا همکاری خوبی با مارکت های عرضه بازی دارد و اکنون در مارکت های پرمختر ایران، در بخش توضیحات هر بازی، رده بندی سنی بازی های که تاکنون در اسرا بررسی کرده ایم، مشخص شده است.

احمدی ادامه داد: در کنار رده بندی سنی بازی ها، یکی از اهداف مهم این است که سواد خانواده ها در حوزه بازی های رایانه ای را ارتقا دهیم. در این راه محتواهای موجود در هر بازی را به خانواده ها معرفی کرده و از آنها می خواهیم به این بخش نیز توجه کنند. چرا که ممکن است یک نفر در رده سنی بازی مربوط قرار بگیرد اما به خاطر مثلا حساسیت به صحنه های ترسناک، بهتر است سراغ بازی دیگری برود.

براساس این گزارش غرفه نظام رده بندی بازی های رایانه ای در بخش نمایشگاهی IGCT۰۱۸ برپا شده و آماده پاسخگویی به سوالات شرکت کنندگان در این رویداد است.



### قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای: تحریم های امریکا هیچ اثری بر TGC نگذاشت (۹۶/۰۴/۰۱ - ۹۶/۰۳/۰۱)

ایرانیان\_قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: تحریم های امریکا نتوانست تاثیری بر IGCT۰۱۸ بگذارد و تمام میهمانان بین المللی ما به این رویداد آمدند.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، فرزند فتحی افزود: سخنرانان و شرکت های خارجی بیشتر و با کیفیت تری نسبت به سال گذشته به TGC آمده اند.

وی افزود: بنیاد ملی بازی های رایانه ای تمام تلاش خود را برای اتصال بازی سازان به بازارهای جهانی می کند و TGC را می توان نقطه عطف این تلاش ها دانست.

قائم مقام بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به تحریم های ظالمانه اخیر امریکا گفت: خوشبختانه این تحریم ها هیچ اثری بر کیفیت برگزاری این رویداد نداشت و حتی شرکت ها و سخنرانان امریکایی و کاتادایی طبق قول و قرار قبلی شان، به ایران آمدند.



### سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی (۹۶/۰۴/۰۱ - ۹۶/۰۳/۰۱)

ایرانیان\_مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه IGCT۰۱۸، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه IGCT۰۱۸، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حسن کریمی قدوسی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و بدون محدودیت هستند و هر چقدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت.

وی با بیان این که بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می زنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثر تر می شود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند. کریمی خطاب به بازی سازان گفت: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می‌خواهیم سهم حداکثری از بازار داخلی و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد.

وی با بیان این که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می‌توانید در TGC به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می‌کند.

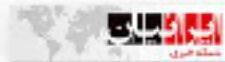
مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاکید کرد: برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می‌شود.

کریمی با بیان این که در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت: در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش ارایه می‌شود تا بازی سازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی داشته باشند.

وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری TGC مشاهده می‌کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز ارایه می‌شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می‌گذارند.

کریمی با تاکید بر این که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد



## وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ برای تقویت و تکامل TGC از بازی سازان نظر خواهی می‌کنیم / دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند

ایرانیان\_صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز توپا محسوب می‌شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتما نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می‌شویم.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از بازدید از این رویداد در جمع خبرنگاران گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم.

صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز توپا محسوب می‌شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتما نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می‌شویم.

وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می‌شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع نافی ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست.

صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می‌کنیم از رویداد TGC صیانت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان این که دو حوزه تبلیغات و رسانه باید به کمک صنعت بازی بیایند گفت: خوشبختانه در TGC دیدم که چند مجموعه در حوزه تبلیغات در این صنعت فعال شده اند که می‌توانند کمک زیادی به بازی سازان انجام دهند.

وی ادامه داد: رسانه های عمومی از جمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شود و در این راه می‌توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی شکل بگیرد.

**در مراسم اختتامیه ۲۰۱۸ TGC؛ بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸ معرفی شدند (۱۳۹۷-۱۲/۰۴/۱۳۹۷)**

خبرایران: در مراسم اختتامیه ۲۰۱۸ TGC، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند.

به گزارش خبرایران از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، جایزه گیمستان برای نخستین بار در ۲۰۱۸ TGC برگزار شد. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزد های گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان این دوره را ملاحظه می کنید:

در بخش موبایل

بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلافتانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش PC

بهترین بازی بصری: Filliping Filip

خلافتانه ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Filliping Filip

**درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است (۱۳۹۷-۱۲/۰۴/۱۳۹۷)**

تی جی سی ۲۰۱۸ به عنوان بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه با معرفی بهترین بازی های گیمستان به کار خود پایان داد. به گزارش فائونیز به نقل از ایستا، رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی ساز ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

در این رویداد، کیت انواردز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و وفق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری TGC ۲۰۱۷، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد.

بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸

در مراسم اختتامیه ۲۰۱۸ TGC، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

## در اختتامیه بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه تاکید شد؛ در آمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه

ای است (۱۳/۰۹/۹۶-۲۰۲۷)

تی جی سی ۲۰۱۸ به عنوان بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه با معرفی بهترین بازی های گیمستان به کار خود پایان داد.

به گزارش اقتصادآنلاین به نقل از ایسنا، رویداد Tehran Game Convention ۲۰۱۸ با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی ساز ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد. در این رویداد، کیت ادواردز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و افق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری IGCC ۲۰۱۷، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد.

بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸

در مراسم اختتامیه IGCC ۲۰۱۸، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۲ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد IGCC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.



## بررسی اتفاقاتی که در روز نخست ۲۰۱۸ IGC افتاد (۱۳/۰۹/۹۶-۲۰۲۷)

سه استراتژی اساسی برای موفقیت بازی های ایرانی در بازارهای داخلی و جهانی

رویداد Tehran Game Convention ۲۰۱۸ با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰ ها شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی رسماً از ساعت ۸ صبح امروز آغاز شد.

به گزارش پردیس گیم به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در مراسم افتتاحیه این رویداد، Kate Edwards مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) و حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، سخنرانان کلیدی هستند. پس از مراسم افتتاحیه نیز در رویدادی جذاب و در بخش Pitch Fest، نامزدهای «جایزه گیمستان» فرصت خواهند داشت بازی های خود را به ناشران، سرمایه گذاران و علاقه مندان این حوزه معرفی کنند. در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور دارند. همچنین ۵ مسابقه IGCC ۲۰۱۸ نیز دیروز در انستیتو ملی بازی سازی برپا شد.

با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی خواهد بود.

بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت می کنند. همچنین پس از برگزاری IGCC ۲۰۱۷، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده اند و رویداد امسال فرصتی طلایی برای آنها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شود.

چشم امید بازی سازان برای توسعه تعاملات بین المللی و فتح بازارهای جهانی

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه IGCC ۲۰۱۸، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی را تشریح کرده. به گزارش پردیس گیم به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حسن کریمی قدوسی گفت: بازی های (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) رایانه ای بدون مرز و بدون محدودیت هستند و هر چقدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت.

وی با بیان این که بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در **TGC** به عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می زنیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثر تر می شود.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی خطاب به بازی سازان گفت: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد.

وی با بیان این که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می توانید در **TGC** به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می کند. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تأکید کرد: برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می شود.

کریمی با بیان این که در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت: در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش ارائه می شود تا بازی سازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی داشته باشند. وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری **TGC** مشاهده می کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز ارائه می شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می گذارند.

کریمی با تأکید بر این که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در **TGC** به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد شد. شرکت کنندگان در مسابقات کلاس های **TGC ۲۰۱۸**:

اساتید مسابقات کلاس ها بر موضوعات ارائه شده تسلط داشتند/ نکات جدیدی آموختیم

بیش از ۱۵۰ نفر از بازی سازان و دانشجویان بازی سازی، سیزدهم تیرماه در ۵ مسابقه کلاس **TGC ۲۰۱۸** شرکت کرده و از دانش و تجربه اساتید داخلی و خارجی بهره مند شدند. در این گزارش با برخی از حاضران این رویداد گفت و گو کرده ایم که می خوانید.

تسلط بالای استاد

مهران که در کلاس **Performance optimization and final build file size reduction in Unity** حضور داشته شرکت کرده بود، گفت: این نخستین سالی است که در **TGC** حضور می یابم. در یک سال گذشته مشغول یک پروژه Unity بودم و به **TGC** آمدم تا اشکالاتم را برطرف کنم. وی افزود: استاد بسیار مسلط و عالی بود. هرچند به نظرم جا داشت وقت کلاس بیشتر باشد تا روی برخی نکات بیشتر تمرکز شود. سال بعد هم اگر کلاس برنامه نویسی برگزار شود حتما شرکت می کنم.

کلاس ها متنوع تر و تخصصی تر شود

محمد یکی دیگر از شرکت کنندگان در کلاس بهینه سازی استاد رجایی بود. او یک سالی می شود همراه با یک تیم بازی سازی روی یک پروژه مشغول به کار است. او درباره حضور در این مسابقات کلاس می گوید: سطح کلاس راضی کننده بود با این حال به نظرم می شد توضیحات بیشتری روی مطالب داده شود. وی افزود: امیدوارم سال بعد شاهد تعداد بیشتری کلاس به صورت تخصصی تر و فنی تر باشیم.

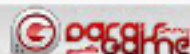
نکات تازه ای آموختیم

سامان آخرین فردی است که در مسابقات کلاس **Performance optimization and final build file size reduction in Unity** شرکت کرده بود. او گفت و گو می کنیم. وی با بیان این که نکات جالب و تازه ای در این کلاس آموختیم گفت: روند برگزاری کلاس ها خوب است. وی افزود: برگزاری کلاس به صورت کارگاه برای تازه کارها و برگزاری کلاس نکته و پرسش و پاسخ برای افراد با تجربه می تواند مفید باشد. اسلاید های قابل فهم

سراغ دانشجویان کلاس **UX and Cognitive Science Applied to Game Development** می رویم که تدریس آن را **Celia Hodent** برعهده داشت. نفر اول طراح بازی است و سال گذشته نیز در **TGC** حضور داشته است. وی می گوید: استاد کاملا به موضوع کلاس مسلط بود. بیان استاد با توجه به سطح متوسط زبان افراد خیلی روان بود و اسلایدهای خیلی خوبی تهیه شده بود. وی افزود: به نظرم می توان در **TGC** برای برگزاری کلاس های تخصصی تر نیز برنامه ریزی کرد.

تنوع کلاس ها افزایش یابد

زهرا که طراح **UX** است نیز درباره کلاس خانم **Hodent** می گوید: استاد کاملا سوار بر موضوع بود توانستیم چیزهای مفیدی از او یاد (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) بگیریم. او نکاتی از بازی های کامپیوتری گفت که در زمینه طراحی بازی های موبایلی نیز به کار می آید. امین نیز که در این کلاس شرکت کرده بود گفت: خیلی خوب می شود اگر سال آینده تنوع کلاس ها افزایش یابد. با امکانات ناشناخته Unity آشنا شدیم.

مجسی در کلاس Mastering Unity's UI and Animation systems که تدریس آن را Fred Moreau برعهده داشت شرکت کرده بود. وی گفت: کلاس خیلی خوبی بود و با امکانات کمتر گفته شده Unity آشنا شدیم. وی افزود: درباره روند ساخت یک بازی و حتی عرضه و انتشار آن نیز صحبت های خوبی مطرح شد.



## بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸ معرفی شدند (۲۰۱۸-۰۹-۰۷ تا ۲۰۱۸-۰۹-۰۷)

ایرانیان در مراسم اختتامیه TGC ۲۰۱۸، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، جایزه گیمستان برای نخستین بار در TGC ۲۰۱۸ برگزار شد. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزد های گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان این دوره را ملاحظه می کنید:

در بخش موبایل

بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش PC:

بهترین بازی بصری: Filliping Filip

خلاقانه ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Filliping Filip



## سخت افزار

### توصیه برنامه نویسی اتریشی به بازی سازان ایرانی: تمرین، تمرین، تمرین (۲۰۱۸-۰۷-۰۷ تا ۲۰۱۸-۰۷-۰۷)

دیتمار هاووزر (Dietmar Hauser) برنامه نویسی اتریشی از تجربه حضور خود در همایش بازی های رایانه ای ایران و اهمیت پشتکار در این حوزه گفت. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، هاووزر که پیشتر تجربه سخنرانی در رویداد Game Connection پاریس را داشته اکنون به تهران آمده تا تجربیات خود را با علاقه مندان مستعد حوزه بازی سازی در ایران به اشتراک بگذارد.

او درباره نخستین حضور خود در TGC گفت: همه چیز فوق العاده است! سخنرانی افتتاحیه، مکان برگزاری و البته تور تهرانگردی جذابی که یک روز قبل از شروع همایش تدارک دیده شده بود.

هاووزر افزود: متأسفانه چیزهای خوبی درباره ایران نشنیده بودم. بنابراین باید به تهران می آمدم تا با چشم خودم واقعیت را ببینم. تبلیغات منفی زیادی علیه ایران جریان دارد اما خوشحالم که شخصا تجربه حضور در ایران را پیدا کرده ام.

او خطاب به فعالان حوزه بازی در ایران گفت: بهترین راه پیشرفت به خصوص در زمینه کارهای عملی از جمله برنامه نویسی و طراحی هنری فقط یک چیز است: تمرین، تمرین، تمرین. کفایت با ممارست به کار خود ادامه دهید تا موفق شوید.

او ابراز امیدواری کرد که تجربه حضور در بزرگ ترین رویداد بازی های رایانه ای ایران را سال آینده نیز تکرار خواهد کرد.

هاووزر در وین مستقر است و شرکت برنامه نویسی خودش را با نام robo rodent e.U اداره می کند که تنها کارمندش خود اوست. او سابقه فعالیت به عنوان برنامه نویسی ارشد در شرکت بازی سازی اتریشی مطرح Sproing را در کارنامه دارد و در حال حاضر روی چند بازی جدید مشغول کار است (ادامه دارد ...)

## سخت‌افزار

(ادامه خبر ...) که هنوز اسمی از آنها منتشر نشده.  
این برنامه نویس اروپایی در رویداد بازی های رایانه ای تهران درباره یک چالش مهم در ساخت بازی های موبایلی حرف می زند: حجم زیاد فایل های بازی و زمان طولانی دانلود که بسیاری از کاربران را از دانلود و نصب بازی های موبایلی منصرف می کند؛ عاملی که به درآمد بازی سازها و آینده کاری آنها لطمه می زند.  
او در سخنرانی خود به مرور تغییر و تحولات یک دهه اخیر در این زمینه پرداخته و نیز راهکارهایی را به توسعه دهندگان بازی های موبایلی ارائه می کند.



## سخت‌افزار

## تجربه هیجان انگیز مربی فرانسوی در رویداد بازی های رایانه ای تهران (۲۳/۱۰/۱۳۹۵ - ۲۳/۱۱/۱۳۹۵)

فرد موریو (Fred Moreau) مربی کلاس های تخصصی همایش بین المللی بازی های رایانه ای تهران از نخستین حضور خود در ایران و فرصت تعامل با علاقه مندان به بازی سازی در کشور به عنوان یک تجربه هیجان انگیز یاد کرد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، موریو با ابراز خرسندی از برگزاری یک رویداد بین المللی در حوزه بازی های رایانه ای در ایران گفت: این حس را داشتم که با فرهنگ جدیدی رو به رو خواهم شد و از این بابت بسیار خوشحالم. من در فرانسه چند دوست ایرانی دارم اما حال از بودن در این همایش و ملاقات جمعیت قابل توجهی از علاقه مندان ایرانی بازی های رایانه ای خوشحالم.  
او گفت: از تعداد بالای شرکت کنندگان در کلاس های آموزشی TGC غافلگیر شده ام و انتظار دیدن چنین جمعیتی را نداشتم. برایم جالب است که بسیاری از شرکت کنندگان درباره موضوعات مورد بحث پیشاپیش دانش و اطلاعات فراوانی دارند.  
موریو که تجربیات خود را درباره «حرفه ای شدن در رابط کاربری UNITY و سیستم های انیمیشن» با علاقه مندان ایرانی در میان می گذارد گفت: کارگاه های آموزشی در رویدادی نظیر TGC از بازده بالایی برخوردار است.  
او افزود: من این امکان را داشتم تا تیم هایی مشتمل بر افراد خلاق را در طی توسعه پروژه های مبتکرانه هدایت کنم. من عاشق یادگیری و آموزش هستم. زمانی که در این صنعت کار می کنید، به اشتراک گذاری دانش نه تنها وظیفه شما است، بلکه فرصتی است برای هرچه بیشتر آموختن.  
این مربی فرانسوی درباره تجربه آشنایی و کار با موتور بازی های کامپیوتری افزود: من خود یک توسعه دهنده خودآمخته ام. از سال ۲۰۱۱ با Unity کار می کنم و خوشبختانه استاتید خوبی داشته ام که به من درباره OOP چیزهایی بسیار ارزشمندی آموخته اند. البته زمانی که پیشینه تحصیلی شما مهندسی نباشد این کار دشواری است. اگر من توانستم همه می توانم.



## استاد

## درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است (۲۳/۱۰/۱۳۹۵ - ۲۳/۱۱/۱۳۹۵)

به گزارش امتداد نیوز به نقل از ایسنا، رویداد ۲۰۱۸ Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۴ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی ساز ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.  
در این رویداد، کیت افواردز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.  
حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و افق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم.  
در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری TGC ۲۰۱۷، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد.  
بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸  
در مراسم اختتامیه TGC ۲۰۱۸، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۲ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.  
در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد **TGC** بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

## در اختتامیه بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه تاکید شد؛ در آمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است (۲۰۱۸-۲۰۱۷)

آریا بازار - تی جی سی ۲۰۱۸ به عنوان بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه با معرفی بهترین بازی های گیمستان به کار خود پایان داد. به گزارش اقتصادآنلاین به نقل از ایسنا، رویداد **Tehran Game Convention ۲۰۱۸** با حضور بیش از ۱۴۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی ساز ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد. در این رویداد، کیت ادواردز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و افق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری **TGC ۲۰۱۷**، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد.

بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸ در مراسم اختتامیه **TGC ۲۰۱۸** برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۲ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول **PC** می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد **TGC** بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

## در آمد صنعت بازی بیش از ورزش حرفه ای است (۲۰۱۸-۲۰۱۷)

تی جی سی ۲۰۱۸ به عنوان بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه با معرفی بهترین بازی های گیمستان به کار خود پایان داد. گسترش نیز: رویداد **Tehran Game Convention ۲۰۱۸** با حضور بیش از ۱۴۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی ساز ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد. در این رویداد، کیت ادواردز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و افق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری TGCC 2017، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد.

بهترین بازی های گیمستان 2018 در مراسم اختتامیه TGCC 2018، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن 23 کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از 2 میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و 40 درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد 90 بازی از 9 کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل 65 بازی موبایلی و 25 بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از 20 ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

منبع: اسپنا



### در مراسم اختتامیه TGCC 2018، بهترین بازی های گیمستان 2018 معرفی شدند (۲۴/۰۷-۲۷/۰۷/۹۶)

به گزارش پردیس گیم به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، جایزه گیمستان برای نخستین بار در TGCC 2018 برگزار شد. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن 23 کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از 2 میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و 40 درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد 90 بازی از 9 کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل 65 بازی موبایلی و 25 بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از 20 ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان این دوره را ملاحظه می کنید:

در بخش موبایل:

بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش PC:

بهترین بازی بصری: Filliping Filip

خلاقانه ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Filliping Filip



### مروری بر اتفاقاتی که در روز دوم نمایشگاه TGCC 2018 افتاد (۲۴/۰۷-۲۷/۰۷/۹۶)

برگزاری رویدادهایی مانند تی جی سی برای توسعه صنعت گیم از دو جهت حائز اهمیت است. یکی این که اسباب انتقال دانش و تجربه بازی سازان بین المللی را به داخل کشور فراهم می کند و دیگر این که راه برای گسترش ارتباطات بین المللی و حضور در بازارهای جهانی برای بازی سازان کشورمان هموار می کند. درباره TGC و موفقیتش در رسیدن به اهداف مورد نظر، با بازی سازان ایرانی حاضر در بخش نمایشگاهی TGC گفت و گو کرده ایم که می خوانید.

از تی جی سی انرژی می گیریم

زیب سادات موسوی از تیم فانوس که توانسته با بازی لین در گیمستان نامزد دریافت جایزه شود، برای دومین بار در تی جی سی حضور یافته است. او درباره تفاوت های رویداد امسال با سال گذشته می گوید: سال گذشته برنامه ریزی های قبیل از رویداد بهتر بود و امسال شاید برنامه ریزی ها نظم کمتری داشت. البته امسال سیستم ها و امکاناتی که برای غرفه ها قرار داده شده خیلی بهتر است. همچنین سال گذشته تاک های خیلی خوبی وجود داشت که امسال هم همان روند ادامه دارد. دعوت از ناشران و سرمایه گذاران هم امسال بهتر از سال گذشته بود و حضور شرکت های ناشر بین المللی باز هم می تواند سال آینده افزایش یابد. او درباره لزوم برگزاری رویدادهایی مانند تی جی سی می گوید: هر جای دنیا هر از چند گاهی یک رویداد مانند تی جی سی برای بازی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) برگزار می شود و بازی سازها در آن حضور پیدا می کنند اما در ایران ایونت خاصی نداریم. جشنواره بازی ها فقط آیین اختتامیه را دارد و تاک و اینتراکشنی در آن نیست و بنابراین فقط تی جی سی می ماند. هر ایونتی که برگزار شود، حتی اگر خروجی اش این باشد که آدم ها همدیگر را ببینند، به هم فیدبک بدهند و در جریان کار هم قرار بگیرند خودش خیلی خوب است. ما پارسال بعد از تی جی سی انرژی فوق العاده ای داشتیم و تا چند ماه سخت کار کردیم. تیم های دیگر هم همین طور هستند و اینکه از جریان رویدادهای بازی هم مطلع شوند، خیلی خوب است.

زیب معتقد است حتی اگر قراردادی در تی جی سی بسته نشود، تاثیر این رویداد از جهت ارتباط برقرار کردن و فیدبک گرفتن و انرژی هایی که بین تیم ها، گروه ها و شرکت ها می گذرد، خیلی موثر است. او می گوید: به علاوه تی جی سی یک بستر بیزنسی و تجاری فراهم کرده که بهتر از این نمی شود. البته ما می دانیم که گیم در ایران خیلی نوپاست و شاید نتوان هنوز به آن صنعت گیم گفت. اما خیلی ها درباره اینکه ایران صنعت گیمی دارد و بعضی دارند اینجا گیم می سازند، اطلاعی ندارند و در مرحله اول ازین موضوع تعجب می کنند.

زیب می گوید نمی توان به این زودی شاهد خروجی رویداد سال گذشته بود و نباید با یکی دو قدم انتظار نتایج خارق العاده ای را داشت. او این طور توضیح می دهد: اینها قدم هایی است که باید کم کم برداشته شود و جا بیفتند. ما باید در این رویدادها حضور داشته باشیم تا نقاط ضعف و قوتمان شناخته شود. ما تا قبل از این انگار در جامعه کوچکی بودیم که فقط خودمان را می دیدیم اما همین که در چنین رویدادهایی فیدبکی دیده شود، تاثیر زیادی دارد. ممکن است در این تی جی سی و حتی بعدی قراردادی بسته نشود اما قطعا به مرور زمان این اتفاق می افتد. تی جی سی مثبت است و اگر درازمدت باشد، مثبت تر است.

بازی سازها استانداردهای جهانی را یاد می گیرند

مهرداد رضایی از تیم پرشاند که سال گذشته در تی جی سی حضور نداشته، می گوید: پارسال بازی نداشتیم اما امسال بازی آناهیتا را به تی جی سی آورده ام. از طریق رسانه ها متوجه شدم چنین فستیوالی برگزار می شود و چون بازی من در فستیوال بازی های تهران در رشته بهترین بازی ماجرابی و بهترین داستان کاندیدا شده بود، تی جی سی قبول کرد که این بازی می تواند حضور پیدا کند و امسال هم آناهیتا کاندیدای بهترین بازی موبایلی از نظر جلوه های بصری شده است. او درباره احتمال حضور ناشران خارجی در تی جی سی و صادرات بازی ایرانی می گوید: اینجا جای مفیدی است و صحبت کردن با خارجی ها شرایط خوبی ایجاد می کند. البته ما بازی آناهیتا را به یک شرکت فرانسوی فروختیم اما به طور کلی تی جی سی جای خیلی خوبی برای کسانی است که می خواهند بازی خود را به افراد خارجی بفروشند و سرمایه گذار پیدا کنند. از طرف دیگر هم بازی سازان با یکدیگر آشنا می شوند و محیط خوبی برای تعامل آنها فراهم است. به لطف اقدامات رسانه ها و بنیاد است که افراد توانستند در این رویداد حاضر شوند و این زمینه را فراهم کنند. اگر تی جی سی هر سال برگزار شود فوق العاده است.

مهرداد معتقد است انتشار بازی در مجامع بین المللی استانداردهای خودش را دارد و می گوید: اینکه بازی چقدر کشش داشته باشد و مکانیک بازی مطابق استانداردهای خارجی باشد، خیلی مهم است. ما باید یک سری اصول بازی سازی را رعایت کنیم. البته زمانی که ناشری از یک بازی خوشش بیاد و آن را انتخاب کند، تست های زیادی روی بازی انجام می دهد و بازی ساز را مجبور می کند باگ ها را برطرف کند و بازی برای کنسول هایی که ساخته، استاندارد باشد. در چنین شرایطی بازی سازان یاد می گیرند و با استانداردهای بازی سازی دنیا هم آشنا می شوند.

باید پس از IGC، ارتباط مان با خارجی ها را ادامه دهیم

محمدعلی ساعتچی، بنیان گذار بازی کوئیزآف کینگز به ارتباط خوب بازی سازان با بنیاد ملی بازی ها اشاره می کند و آشنایی خود با تی جی سی را از طریق بنیاد می داند. او می گوید: از زمانی که مطلع شدیم بنیاد می خواهد چنین جایی ایجاد کند که ارتباط بازی سازها با خارج برقرار شود خیلی خوشحال شدیم. سال گذشته خیلی علاقه مند بودیم با ناشران و کمپانی های خارجی همکاری داشته باشیم و امسال هم این کار را ادامه می دهیم. ما حتی با چند کمپانی برای تبلیغات ارتباط گرفتیم و با چند ناشر هم صحبت کردیم، اما چون خودمان خیلی پیگیر کارها نبودیم، به نتیجه نرسید که نقص از خودمان بود نه تی جی سی. امیدوارم امسال اشتباهات سال گذشته را تکرار نکنیم.

یکی از مهم ترین اهداف بنیاد ملی بازی های رایانه ای، معرفی بازی های ایرانی به ناشران بین المللی است. محمدعلی درباره اینکه تی جی سی چه اندازه در این هدف تاثیرگذار است، می گوید: بنیاد بازی ها برای صادرات بازی نهایت تلاش خود را می کند. بخشی هم به خود بازی ساز برمی گردد، اینکه محصولش باید آمادگی لازم را داشته باشد و برای این کار بازی ساز باید مطالعه و تجربه کسب کند. مثلا ما به عنوان استودیویی که می خواهیم بازی مان را در یک کشور خارجی منتشر کنیم، هنوز تحقیقات بازاریابی را به خوبی انجام ندادیم و این یعنی هنوز نقص هایی هم از طرف خود بازی سازها وجود دارد.

وی با بیان این که برگزاری کنفرانس ها و تاک ها خیلی تاثیر دارد گفت: ما سال گذشته در بحث پی آر و گیم دیزاین از کلاس ها و کنفرانس ها مطالب مفیدی را دریافت کردیم و پتل ها خیلی به ما کمک کرد. ساعتچی می گوید: ما کم کم به لزوم برگزاری تی جی سی تاکید زیادی دارد، می گوید: اگر تی جی سی حذف شود، چیزی باقی نمی ماند. زیرا بسیاری از افراد نمی توانند خودشان به صورت مستقیم این ارتباط را برقرار کنند. تی جی سی جایی است که می توان با افراد خارجی به صورت حضوری ارتباط گرفت و کار را خیلی راحت می کند. ما هم در استودیوی خود دنبال این هستیم که بازی مان را در بازار خارجی هم منتشر کنیم. تی جی سی فضای خوبی را فراهم می کند که به این مهم دست پیدا کنیم. حتی در همین یک سال گذشته هم تاثیرات زیادی داشته است. حضور شرکت های تبلیغاتی مانند ادجاست و یونیتی ادز در ایران خیلی قدم بزرگی است، اینکه بازی سازهای خارجی که با کافه بازار وارد مذاکره شدند و با بازی سازهای خودمان که سراغ ناشران خارجی رفتند، تاثیر بزرگی در صنعت بازی دارد و در درازمدت هم قطعا تاثیر بیشتری می گذارد.

او درباره دیگر تاثیرات تی جی سی توضیح می دهد: جدای از برقراری پل ارتباطی با خارج، خود داخلی ها، بازی سازان، تبلیغات و مطبوعات خیلی خوب می توانند با هم ارتباط برقرار کنند. ما در تی جی سی پارسال و امسال با سایت های خبری، بازی سازان و مدیران موفق تعامل داشتیم. ارتباط برقرار کردیم و ارتباطمان قوی تر شد. خود به خود هم ما باعث رشد آنها شدیم و هم آنها باعث رشد ما شدند و این ارتباط متقابل بوده است. این موضوع در بحث ارتباط داخل لازم است و بازی سازان باید به هم کمک کنند.

نکات کلیدی برای اجرای کمپین های تبلیغاتی مخصوص بازی های کامپیوتری در TGC۲۰۱۸ بررسی شد

پتل «نکات کلیدی برای اجرای کمپین های تبلیغاتی مخصوص بازی های کامپیوتری» در دومین روز از برگزاری تی جی سی با حضور حورا و کیلی از ریجن، محمد فراهانی از سبائل، شهرام پیروزه از تپ لیغ، حمید قنبری از تپ سل و مرث کن تورگوت (Mert Can Turgut) از شرکت Adjust برگزار شد و هر یک از آنها به بیان نقطه نظرات خود پرداختند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) به گزارش پردیس گیم به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حورا وکیلی گفت: در پیاده سازی و اجرای کمپین تبلیغاتی و برای رسیدن به مخاطب مورد نظر با توجه به کمبود بودجه، باید اول از همه مخاطب را شناخت و اینکه دوست دارد بیشتر از همه چه کاری را انجام دهد. بنابراین مدل های مختلف کمپین های تبلیغاتی، به شناخت مخاطب بستگی دارد تا اینکه بازار به چه سمتی می رود.

او یکی از راه های مناسب برای تبلیغات را استفاده از کمپین وایرال و موج سواری در شبکه های اجتماعی دانست و افزود: بهترین جا برای استفاده از کمپین وایرال شبکه های اجتماعی است. جایی که کاربر می تواند بدون اینکه پولی خرج کند، یک ارتباط دوطرفه داشته باشد در حالی که در سایر تبلیغات، ارتباط به صورت یک طرفه از شرکت به کاربر است. همه ی شرکت هایی که به نوعی با کاربری در ارتباط هستند که به جای شرکت، یک مشتری واقعی است، نباید از شبکه های اجتماعی غافل شوند و باید از قدرت تمام رسانه ها استفاده کنند.

حورا درباره نکاتی که باید در ای بی تست رعایت شود توضیح داد: در تجارت الکترونیکی، KPI و مدل گرفتن کاربر، متفاوت از حوزه گیم است. در گیم کمپ پیش می آید کسی بازی را به دلیل کد تخفیف یا سکه های اولیه نصب کند، بلکه وقتی بازی را دانلود می کند که با آن اینگیج شود. به همین خاطر ای بی تست کردن سخت است. به علاوه باید با ناشر در ارتباط بود که به ما اطلاعات بهتری درباره کاربر بدهد.

حورا معتقد است در خاورمیانه کمبود اینونتوری داریم و کمپین KPI از جهت اطلاع از تعداد نصب و خصوصا نصب های باکیفیت مهم است: ممکن است با گرفتن تعداد زیادی نصب در زمان کوتاه، کیفیت پایین بیاید پس باید زمان مناسبی را برای راه اندازی کمپین تنظیم کرد. برای گرفتن ۲۰ هزار نصب، نباید همه تخم مرغ ها را در سبد یک نشر گذاشت و باید روش های مختلف را امتحان کرد. یکی از این روش ها، تبلیغات ریفرال است که می تواند کاربر غیرارگانیک (paid) را به ارگانیک شدن ترغیب کند. اگر کاربری یک گیم را برای دوستانش تبلیغ کند، در مقایسه با مشاهده تبلیغات، امکان نصب بیشتری دارد. بنابراین نباید از ریفرال غافل شد.

اهمیت هدف گذاری مجدد

محمد فراهانی که معتقد است برای تبلیغات به انواع اینونتوری نیاز نیست، درباره KPI (شاخصه کلیدی عملکرد) توضیح داد: برای کسانی که بازی می سازند، رقم برگشت سرمایه خیلی مهم است. این هزینه حداقل باید به نقطه سر به سر برسد که با شکست کامل مواجه نباشد. بعد از آن، موضوع نصب بازی مهم است. بعد هم اینگیجمنت و در نهایت خرید بازی. ۲۰ هزار نصب عدد بالایی نیست، زیرا ما ظرفیت ۷۰ هزار نصب هم داریم اما کیفیت نصب اهمیت دارد. بیش از ۹۸ درصد کاربرهای ارگانیک بهتر از کاربرانی هستند که با تبلیغات جذب شوند، چون کاربر ارگانیک دنبال بازی است و می داند که قرار است بازی را نصب کند در صورتی که ما به کاربرهای غیرارگانیک تبلیغ را نشان می دهیم که ممکن است تاثیرش از بین برود.

Retargeting یا هدف گذاری مجدد به معنای تحریک مشتری بالقوه و جذب دوباره ی کاربران ارگانیک برای تبدیل کردن به کاربر وفادار است. فراهانی معتقد است در بلندمدت ارگانیک ها، کاربران بهتری هستند مگر اینکه اپلیکیشن کیفیت مناسبی نداشته باشد و راضی شان نکنند: کمپانی باید دینای کافی برای ری تارگتینگ را داشته باشد و اگر چنین داده ای ندارد، باید بسازد. هر مقداری که کاربر در اپلیکیشن جلوتر رفته باشد، ارزشش برای هدف گذاری مجدد بیشتر است.

سلاقی متنوع، چالش راه اندازی یک کمپین

شهرام پیروژه نیز گفت: کاربری که با اطلاعات، یک بازی را نصب کند، احتمال حذف شدنش کمتر است. همچنین برای بررسی تبلیغات وایرال، اگر یک محصول توسط کسی که محبوبیت و معروفیت زیادی دارد، تبلیغ شود، برای کمپین تبلیغاتی یک برگ برنده است. او با اشاره به سلیقه و کیفیت های مختلف کاربر به عنوان چالش های راه اندازی کمپین تبلیغات گفت: به دست آوردن تعداد کاربر بالا و باکیفیت در مدت کوتاه سخت است و باید از همه پتانسیل ها استفاده کرد. برای اجرا کردن کمپین تبلیغات، شناخت کاربر و خصوصیت خاصی که دارد، نیاز کاربر با توجه به هدف بازی و بودجه اهمیت دارد. ما مسیرهای مختلف را برای اهداف مختلف تست کردیم و حالا برای تبلیغات، اول تارگت گذاری می کنیم، بعد بودجه تعیین کرده و در نهایت لانچ می کنیم.

تفاوت بستر تبلیغاتی آنلاین

حمید قنبری هم معتقد است اینکه در کمپین تبلیغاتی تارگت مشخص باشد، اهمیت دارد و می تواند در حوزه تبلیغات خلاقاته کمک کند. او گفت: محصولی که بودجه کمتری دارد، لازم نیست تمام مسیر تبلیغات را طی کند. مثلا اینکه باید توجه کنند در بحث تبلیغات، ویدیو بهتر از بنر یا بنر عمودی بهتر از افقی است و تمام این ها بر اساس آنالیز بررسی می شود.

او درباره هدفمند کردن کاربر توضیح داد: این موضوع به ظرفیت اد تورک بستگی دارد که نصب بیشتری را در مدت کمتری داشته باشد و بسته به هدف بازی اگر درست تنظیم شود، قابلیت تحقق دارد. تنها تفاوت بستر دیجیتال و آنلاین این است که در لحظه می توان شرایط را بررسی کرد. کدام کاربر پول ساز است.

مرت کن تورگوت هم معتقد است داشتن یوزر ارگانیک همواره برای شما بهتر پول سازی می کند و باعث می شود کمپین غیرارگانیک شما هم بهتر شود. او می گوید: کاربر غیرارگانیک مثل مهمان دعوت کردن است که اگر خیلی آنها را دعوت کنید، دیگر نمی آیند اما ارگانیک ها هر وقت بخواهند خودشان را دعوت می کنند و اگر هم شما آنها را دعوت کنید، بیشتر می آیند و یعنی بیشتر به اپلیکیشن شما مایلند. البته کاربران ارگانیک هزینه بر هم هستند.

گزارشی از پتل نقش آفرینی رسانه ها در موفقیت بازی های رایانه ای رسانه، بی طرفانه به توسعه بازی ها کمک می کند.

در دومین روز رویداد TG2۰۱۸، پتل با موضوع «نقش آفرینی رسانه های بازی: آیا واقعا رسانه می تواند نقشی در موفقیت بازی های رایانه ای داشته باشد؟» برگزار شد. در این پتل، Audra McIver از Plan of Attack، امیر گلخانی از بازی نما، نادر امرایی از زومجی و Hitesh Uchill از IGN Middle East نظرات خود را بیان کردند. سپهر تریبی از بازی نامه نیز دبیر این پتل بود.

آیا رسانه می تواند نقشی در جذب مخاطب یک بازی داشته باشد؟

امیر گلخانی در این پتل گفت: نقش رسانه در مدیوم بازی غیر قابل انکار است و در حالی که بین مدیوم های هنر تفاوت است، در بازی مخاطبان از رسانه ها تاثیرپذیرند و بسیاری مواقع حتی منتقدان بازی به فکر مخاطب جهت می دهند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) نادر امرایی در تایید می گوید اگر رسانه ها اهمیتی نداشتند، امبارگو برای انتشار تندهای بازی بی معنی بود. درحالی که امبارگو نشان می دهد یک رسانه فعال چقدر می تواند به تفکر گیرها و پتانسیل خرید بازی جهت پدهد. Hitesh هم با بیان اینکه رسانه می تواند پیام را از مخاطب بگیرد، معتقد است نقش رسانه می تواند تفاوت بین موفقیت و شکست یک بازی را آشکار کند.

Audra هم با تاکید بر نقش رسانه در انتخاب بازی توسط مخاطب می گوید: گیرها انتخاب های زیادی برای بازی دارند و برای اینکه بخواهند تصمیم بگیرند پولشان را کجا خرج کنند، نقش رسانه ها با این آگاهی که مخاطب چه سلیقه ای دارد، از اهمیت برخوردار است. با نوشتن ریویو توسط منتقدان، پس از انتشار بازی، گیرها اتوماتیک به سمت خرید خواهند رفت.

همه بازی ها به PR نیاز دارند

امیر معتقد است هر محصولی به PR نیاز دارد، هرچند مقیاس کار متفاوت است. شاید واقعا نیازی نباشد که شما در استودیو بی آر داشته باشید اما اگر حتی میار دیده شدن را در نظر بگیریم و هدف اصلی فروش بازی باشد، بی آر کمک زیادی می کند و کوچکترین بازی هم اگر قرار باشد عرضه تجاری داشته باشد به بی آر نیاز دارد. نادر هم معتقد است اتفاقا بازی های کوچکتر بیشتر نیازمند بی آر هستند و گاهی تنها امید یک بازی برای دیده شدن بی آر است.

Hitesh با بیان اینکه اکثر مواقع بازی های کوچک به بی آر نیاز دارند، می گوید: کار بی آر بالا بردن آگاهی است. بازی های بزرگ این شانس را دارند که همه مدیاهای درباره شان صحبت کنند، بنابراین بی آر برای دیده شدن یک بازی کوچک مهم تر است. گاهی برخی بازی ها به ما می گویند چرا بازی ما را تبلیغ نمی کنید در صورتی که ما اصلا نام آن بازی را هم نشنیده ایم که بخواهیم پوشش بدهیم.

Audra هم در تایید این موارد می گوید: بازی های کوچک به بی آر بیشتری نیاز دارند زیرا مردم می دانند که یک بازی شناخته شده درباره چیست. این بازی های مستقل و آی بی ای های خلاق هستند که باید درباره شان اطلاع داده شود. اگر رسانه از یک بازی خبردار نشود، آن بازی شکست می خورد. پلتفرم بازی از کنسول و بی سی و موبایل، می تواند تاثیری در بی آر نقش دارد؟

Audra می گوید هر کدام از رسانه ها طرفدار پلت فرم خاصی هستند و روی آن کار می کنند و بازی ساز برای معرفی درست بازی، باید رسانه درستی را انتخاب کند. هر یک از افراد ممکن است به ایکس باکس، پلی استیشن یا کامپیوتر علاقه داشته باشند. بنابراین برای بازی ها پلت فرم مهم است که رسانه بخواهد روی آن تمرکز کند و ریویو بنویسد.

Hitesh در تایید می گوید: ما تمام بازی های ویدیویی را کار می کنیم اما برای بازی های موبایلی ریویو گرفتن سخت تر و رقابت تنگ تر است. وقتی درباره بازی های کژوال صحبت می کنیم، بعضی ریویوهای انتخاب می کنند چطور ریویو بنویسند، پس پلت فرم در نوشتن ریویو اهمیت دارد. نادر معتقد است ریویو نوشتن برای بازی های کژوال موبایلی سخت تر است و بازی ساز باید با هوشمندی انتخاب جامه هدف مهم، در موفقیت بازی تاثیر بگذارد.

امیر هم می گوید اگرچه می توان محتوای ریویو را در قالب تبلیغات به وب سایت ها تحمیل کرد اما این به صلاح بازی نیست، آنها باید حداقل به روش خودشان این کار را انجام دهند زیرا رسانه تمهیدی در قبال بی آر ایجنسی ندارد و این به هوشمندی دولوپر برمی گردد که چه بازی را برای چه کسی عرضه کند. به رسانه ها باید احترام گذاشت

Audra معتقد است باید به رسانه ها احترام گذاشت زیرا آنها در کار خوشان حرفه ای هستند و باید بتوانند انتخاب کنند درباره بازی ها چه می نویسند. او می گوید: حداقل در غرب شما نمی توانید رسانه را مجبور کنید برایتان ریویو بنویسد چون این بر خلاف تعهدات روزنامه نگاری است. اگر هم نظر رسانه بر ریویو منفی است، باید به حرفه ای بودن آنها احترام بگذارید.

Hitesh می گوید: ریویوها در آی جی آن مخفی است و بازی ها باید بی طرف و غیرمتعصبانه بررسی شوند. ما به دولوپر و پابلیشر اجازه نمی دهیم روی ریویو ما تاثیر بگذارد. البته در طرف مقابل به پابلیشر یاد می دهیم بازی خود را به خوبی تبلیغ کنند. نادر می گوید یک بازی یا می تواند به قدری جذاب باشد که خود رسانه با میل خودش درباره محصول بنویسد و یا باید درباره آن رپورتاژ رفت. رسانه هم می تواند از کانسپت آرت و تریلر تشخیص دهد بازی چقدر جذاب است.

بهترین زمان برای اجرای کمپین های PR

Audra قویا معتقد است بی آر نباید پس از لانچ بازی انجام شود. او می گوید: رسانه ها می خواهند چیزی را ریویو کنند که تازه منتشر شده و اگر قبلا در بازار وجود داشته باشد، علاقه ای ندارند درباره اش بنویسند. اما بی آر را باید خیلی قبل تر از ریویو داد. به طور عمومی، می توان برای بی سی، دو ماه قبل از انتشار بازی و برای بازی موبایلی ۴ یا ۵ هفته قبل لانچ بازی، بی آر کمپین گذاشت.

Hitesh می گوید این موضوع به بودجه و سایز بازی بستگی دارد. گاهی برای بازی های بزرگ از یک سال قبل هم می توان بی آر کمپین گذاشت اما برای یک بازی کوچکتر، دو ماه قبل از لانچ برای اینکه مردم را هیجان زده کنید زمان خوبی است.

نادر می گوید اگر برای یک بازی معمولی از شش ماه قبل شروع به بی آر کنید، کسی بازی را یادش نمی ماند، بنابراین بهتر است دو هفته قبل از لانچ بی آر را شروع کرده و در اوج هیجان، بازی را منتشر کنید. با وجود این برای بازی هایی مثل کال آف دیوتی و فیفا از یک سال قبل هم می توان هیجان ایجاد کرد. امیر هم معتقد است اینکه از زمان اولین بی آر درباره بازی تا انتشار، مردم آن را فراموش نکنند خیلی مهم است و می گوید برای بازی های کوچک هم بهتر است بی آر را دیرتر شروع کنید.

چطور می توان میزان موفقیت بی آر کمپین را بررسی کرد؟

امیر می گوید علاوه بر بی آر و دریافت فیدبک ها، فالو کردن هم اهمیت زیادی دارد و اینکه بی آر به دغدغه شخصی رسانه تبدیل شود. برای تیم هایی که بی آر ایجنت دارند هم مهم است که روابط خود را با رسانه حفظ کنند.

نادر می گوید: ارائه محصول چهار نوع نتیجه می دهد. واکنش مثبت منتقدان و بی آر موفق، فروش مثبت را به دنبال دارد، واکنش منفی منتقدان و فروش منفی که طبیعتا نتیجه منفی است. واکنش منفی منتقدان اگر فروش مثبت را داشته باشد، خیلی موفق است و بی آر مثبت و فروش منفی هم نتیجه ناموفق است. با وجود این اگر یک بازی خوب فروش خوبی نداشته، باید دید مشکل بی آر چه بوده است و برای تصحیح آن، نقاط قوت را ادامه داده و مشاوره گرفت.

Hitesh هم یکی از راه های موفق دانستن بی آر کمپین موفق را اندازه فروش می داند اما معتقد است اگر بازی خوب نداشته باشی هم بی آر کار زیادی نمی تواند بکند و البته نظرات بی آر هم همیشه به معنی موفقیت نیست و در نهایت گیر است که از یک بازی خوشش می آید. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در مقابل Audra معتقد است فروش اصلا معیار خوبی برای پی آر موفق نیست. او می گوید: ما با تعداد داندوها کار نمی کنیم. برای یک پی آر موفق، اثرگذاری بازی مهم است. ما نمی توانیم گارانتی بدهیم که یک بازی می تواند چه فروشی داشته باشد زیرا نمی توانیم مردم را مجبور به دانلود کنیم. کار ما این است که پیغام شما رو کنترل کنیم، اینکه همه مردم بازی شما را ببینند و شما هم روی نقاط قوت خود در تبلیغات کار کنید، پوشش رسانه ای خوبی بگیرید و رسانه ها هم درباره بازی شما بنویسند. اما اگر بازی پی آر خوبی داشته باشد و خوب فروش نکند، باید به نکات دیگر توجه کرد مثل قیمت و یا اینکه همزمان با چه بازی دیگری منتشر شده است.

حداقل و حداکثر هزینه کمپین پی آر چقدر است؟

نادر معتقد است هزینه پی آر هم به پروژه و نوع بازی بستگی دارد اما باید حتما بخشی از سرمایه و تا ۲۰ درصد را به آن اختصاص داد. او می گوید: بازی ساز باید حداقل درصدی از هزینه بازی را به این کار اختصاص دهد و حتی اگر پول کافی ندارد، در این زمینه خوب مطالعه کند. شاید هرچه پروژه بزرگتر و شناخته شده تر باشد، نیاز کمتری به پی آر باشد. با این حال بعضی برای پروژه های بزرگ هم هزینه زیادی صرف پی آر می کنند اما آبی پی جدید نیاز بیشتری دارد. Audra هم معتقد است باید بین ۲۰ تا ۳۰ درصد بودجه را برای پی آر و مارکتینگ اختصاص داد که آن هم به پروژه بستگی دارد. او می گوید یک بازی حتی اگر پی آر ندارد، باید پرسرکریبت مناسب و سایت داشته باشد و رسانه هایی که درباره اش بنویسند.

Hitesh هم به لزوم استفاده از راه های مختلف پی آر از ویدیو، کمپین و سینما اشاره می کند و می گوید: برای ویدیو گییم ها هم پی آر خیلی اهمیت دارد. منطقی است اگر ۲۵ درصد بودجه کل بازی را به پی آر اختصاص دهید مگر اینکه هیچ پولی نداشته باشید. اما پی آر کمپین قوی می تواند نقش زیادی در خرید بازی شما داشته باشد. امیر هم می گوید: هزینه برای پی آر به پروژه ارتباط دارد و اینکه بازی قرار است به کجا برسد. اگر قصد انتشار زیاد بازی را دارید، نیاز به پی آر زیاد هم دارید. اما به صورت کلی ۲۰ درصد هزینه مناسب است.

نقش رسانه ها در بهبود کیفیت بازی ها

امیر که معتقد است رسالت رسانه این است که با رعایت عدالت، بازی را بازتاب بدهد، می گوید: مرز باریکی بین دخالت کردن در کار بازی ساز و بازتاب کردن وجود دارد. اینکه مدیا مستقیما با بازی ساز در ارتباط باشد شاید خیلی هم درست و جذاب نیست.

نادر می گوید: قبل از توجه به نقش رسانه در بازی، سازنده ها باید بدانند رسانه به صورت بی طرف بازی را بررسی می کند. اگر هدف رسانه این نباید باشد که با نمره پایین دادن به یک بازی اسم خودش را مطرح کند و بدون غرض، بازی را بررسی کند. بازی ساز نباید ناراحت شود. هدف اصلی ما ژورنالیست ها کمک به دولوپرهاست و اگر ایرادی می گیریم و نکته ای متذکر می شویم، برای این است که دقت کنند و بازی بعدی را بهتر بسازند.

Audra می گوید: نقش رسانه این است که کمک کند کیفیت بازی بیشتر شود. اگر به این دلیل که بازی ساز را دوست داریم، به بازی اش امتیاز خوبی بدهیم، کمکی به صنعت نمی کند. ژورنالیست ها باید فیدبک عادلانه و صادقانه بدهند تا دولوپرها به دنبال توسعه باشند.

Hitesh هم می گوید: ما به عنوان مدیا باید صادقانه با مخاطب حرف بزنیم. ما می خواهیم به دولوپر ها هم کمک کنیم اما در مرحله اول مخاطب مهم است. حرف ما به دولوپرها این است که از انتقاد ترسید و حتی اگر خیلی روی یک بازی کار کردید اما ریویوها منفی بود و این برایتان ناامیدکننده است، اما بدانید این ریویو پول نگرفته که به شما نمره پایین بدهد بلکه می خواهد حقیقت رو بگوید. انتقاد ها می توانند کمک کنند بازی را بهبود ببخشید و در نسخه بعدی بازی را تقویت کنید.

آیا رسانه حق دارد از بازی ساز درآمد داشته باشد؟

Audra معتقد است اگرچه کسی که ریویو می نویسد، از این راه درآمد کسب می کند، اما این موضوع کمی به فرهنگ بستگی دارد. او می گوید: در غرب پول دادن به رسانه برای ریویو نوشتن قابل قبول نیست. اما در برخی نقاط دنیا هم انتظار دارند پول بگیرند و کارشان را درست انجام دهند. گاهی هم پول زیادی به رسانه می دهند زیرا مخاطب زیادی دارد. اما این بدان معنی نیست که برای ریویوی مثبت پول می دهید. از طرفی وقتی از یک سایت تبلیغات می خرید به این معنی نیست که در ریویو هم باید نمره بالایی به شما بدهند. شما معمولا تبلیغاتی را می خرید که با جمعیت هدف شما کار می کند حتی فکر بدی نیست که در کنار ریویوها برای اینکه به جامعه هدف مخاطب برسید، کمپین تبلیغاتی داشته باشید.

Hitesh می گوید: تبلیغات خیلی پیچیده است و باید در جای درست انجام شود تا خریداران بالقوه را سمت شما هدایت کند. با تبلیغات می توانید به عنوان دولوپر بازی خود را معرفی کنید حتی اگر ریویو منفی باشد. ما نمی توانیم کنترل کنیم که یک بازی چه نمره ای از ریویوها می گیرد اما به عنوان تبلیغ باید بدانید اگر مخاطبان یک وب سایت گیمرها باشند، می توانید با تبلیغات نظرشان را عوض کنید. البته دیدگاه فروش چالش خود را دارد، در حالی که تیم ریویوی ما باید عادلانه برخورد کند اما تیم فروش و تبلیغات باید مخاطب را متقاعد کند که بازی را بخرد و این کار سخت است.

نادر می گوید: تبلیغات یک بحث حل شده است و اکثر رسانه ها از این راه ارتزاقی می کنند. اما گرفتن پول برای ریویو نوشتن اصلا قابل قبول نیست و اینکه بازی ساز چون پول داده انتظار داشته باشد با اقبال مواجه شود. با این کار ممکن است بازی در کوتاه مدت رشدی در درآمد داشته باشد اما بعد مدتی مخاطبان وفادارش را از دست می دهد. در صورتی اگر بازی درخور باشد، هر منتقدی دوست دارد آن را بازی کند.

امیر هم معتقد است برای ریویو نوشتن اصلا منتقد نباید هیچ وجهی گرفت و اینکه این موضوع در محتوای ریویو تاثیر بگذارد. او می گوید: البته با تبلیغات کاملا موافقم چون یک روش درآمدی است. در مقابل اگر ریویو منفی باشد، می توان با یک تریلر خوب نظر مخاطب را جلب کرد و البته مخاطب هم متوجه این تفاوت می شود که برای تبلیغات پول داده شده است.

فاصله زیاد میان بازی سازان و رسانه ها در ایران

نادر می گوید: بازی سازان ما آن قدر که روی کدنویسی و آرت وقت می گذارند، اهمیت ارتباط با رسانه را درک نکردند که شاید به علت عدم اطلاع رسانی باشد. از دیدگاه یک ژورنالیست معتقدم دولوپر ما نحوه تعامل با رسانه را نمی داند. وقتی یک بازی نه تریلر دارد، نه هیچ سایت و وال پیپر و لوگو و یا حتی در سوشال مدیا هم خبری از بازی نیست، ما نمی توانیم سراغش برویم.

امیر می گوید: عموما برگزاری ایونت برای بازی ها موثر است. با حضور رسانه ها، دولوپر باید لینک بگیرد و شبکه سازی کند. در غیر این صورت اگر تعاملی اتفاق نیفتد، رسانه سراغ محتوای دیگری می رود. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ... Hitesh هم معتقد است رابطه خوب با رسانه ها و اینکه چطور کار می کنند اهمیت زیادی دارد. او می گوید: دولوپر باید بداند کی سراغ ما بیاید آنها ابتدا باید سرمایه گذار و ناشر داشته باشند و بعد سراغ مارکتینگ بروند. برگزاری این ایونت ها هم می تواند خیلی کمک کند. Audra می گوید: ما بهترین کاری که از دشمنان برمیاید را برای بازی ساز انجام می دهیم اما احترام متقابل خیلی مهم است. همان طور که ما به شما احترام می گذاریم، شما هم نباید احساسات شخصی را دخالت بدهید.



## دیجیتال

### گزارش دیجیتال از نمایشگاه تجاری ۲۰۱۸ Tehran Game Convention [تماشا کنید] (۰۰:۰۴-۱۷/۰۶/۱۷)

نمایشگاه ۲۰۱۸ TGC پنج شنبه و جمعه گذشته در سالن همایش های صدا و سیما با حضور ۱۵۰۰ شرکت کننده از سراسر دنیا با هدف صادرات بازی های ویدیویی بین المللی به ایران برگزار شد. در این رویداد حضور سخنرانان و مهمانان بین المللی مورد توجه بخش اعظمی از شرکت کنندگان ایرانی قرار گرفته بود و بازی سازان از فرصت پیش آمده برای به روزرسانی اطلاعات خود و یافتن پل های ارتباطی با فعالان دنیای بازی فراتر از مرزهای ایران استفاده کردند. با تمامی حواشی و انتقادهایی که در روزهای پیشین متوجه ۲۰۱۸ TGC بود اما بنیاد ملی بازی های رایانه ای موفق شد تا این رویداد دو روزه را به اجرا درآورد. بیش از ۲۰۰۰ قرار ملاقات بین شرکت کنندگان این رویداد انجام پذیرفت که می تواند آستان اتفاقات هیجان انگیزی برای بازی سازان ایرانی باشد. در ادامه گزارش دیجیتال از دو روز رویداد ۲۰۱۸ TGC را مشاهده می کنید. اگر در ۲۰۱۸ TGC حاضر بودید، از مشاهدات خودتان برایمان بگویید.



## صنعت

### بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸ معرفی شدند

در مراسم اختتامیه ۲۰۱۸ TGC، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، جایزه گیمستان برای نخستین بار در ۲۰۱۸ TGC برگزار شد. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهایی مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدیویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از دو میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آنها روزانه به بازی کردن می پردازند. در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزد های گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران ناشر داخلی معرفی کنند.



## اقتصاد

### همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانسل برگزار شد

با حمایت ایرانسل همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طی روزهای پنجشنبه و جمعه ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد. به گزارش امتیاز، به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه نویسان داخلی صنعت بازی رایانه ای، ایرانسل با اپ استور چارخونه، که به عنوان دومین اپ استور بزرگ ایران شناخته می شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، ارائه کرد.

چارخونه ایرانسل با رشد چشمگیر سه میلیونی تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی نظیر اختصاص API های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فروم اختصاصی برای گفتگو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده های برنامه)، اپروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل ها ارائه کرده است. براساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی سازها می توانند با مدل های کسب و درآمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانسل همکاری کنند.

ایرانسل همچنین برای ناشرانی که علاقمند به ارایه محصول خود در سطوح بین المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارایه کرده است. همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران بزرگترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه با حمایت ایرانسل برگزار شده است. ایرانسل این امکان را فراهم کرده است تا بازی سازهایی که قصد همکاری با ایرانسل را دارند با مراجعه به وب سایت توسعه دهندگان چارخونه در نشانی [developer.charkhoneh.com](http://developer.charkhoneh.com) و یا بازیگ مراجعه کنند.

## بازی های رایانه ای و فرصت های پیش رو؛ استعدادی که هنوز باورش نکرده ایم (۱۷-۰۱-۱۳۹۶ تا ۱۸-۰۱-۱۳۹۶)

بازی ساز ایرانی گفت: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم نرسیده اند. ارتباطات به وجودآمده در رویدادهایی همانند TGC می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند.

به گزارش گروه اجتماعی خبرگزاری فارس، رویداد بین المللی Tehran Game Convention بزرگ ترین رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه محسوب می شود. حضور ده ها سخنران مطرح، بیش از ۱۰۰ شرکت، ناشر بین المللی و بیش از ۲۳۰۰ فعال بازی سازی در این رویداد از سراسر نقاط دنیا، فرصت بزرگی را برای رشد بازی سازی و بزرگ تر شدن بازار در ایران و منطقه فراهم می آورد.

نخستین دوره TGC در جولای ۲۰۱۷ با استقبال گسترده بازی سازان ایرانی و بین المللی برگزار شد و در دوره دوم، فرصت های بزرگ تری برای همکاری فعالان بازی سازی به وجود آورد.

۲۰۱۸ TGC در ۱۴ و ۱۵ تیر ماه ۹۷ از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار شد.

هرچند این رویداد فرصت بی همتایی را برای فعالان این حوزه نوپا به وجود آورده است اما انتقاداتی از راه نیافتن بازی های معرفی شده در ۲۰۱۷ TGC وجود داشت که حسن کریمی قدوسی رئیس بنیاد بازی های رایانه ای در گفت و گو با خبرنگار گروه اجتماعی خبرگزاری فارس در این باره با یادآوری این نکته که رویداد TGC در سال گذشته برای نخستین بار در ایران برگزار شده بود، گفت: در کشور ما بعضی اوقات یک همایش ۲۰ تا ۳۰ بار برگزار می شود و هیچ دستاوردی ندارد، با این وجود برخی با برگزاری یک دوره از این رویداد به دنبال دستاوردهای آن می گردند.

وی در ادامه اظهار داشت: بزرگ ترین دستاورد رویداد TGC در سال گذشته این است که در حال حاضر بیش از ۷ کمپانی بازی سازی در کشورمان با تمرکز بر روی بازارهای جهانی در حال ساخت بازی هستند.

کریمی قدوسی در خصوص اینکه چرا هنوز دو شرکت منتخب سال گذشته نتوانسته اند بازی هایشان را نشر دهند، گفت: اینکه دو اثر حاضر در TGC پارسل هنوز قرارداد نهایی را امضا نکرده اند طبیعی است، چون در کل صنعت بازی سازی ما این اولین بار بود که بازی سازان در برابر ناشران بین المللی می نشینند و آنها را برای نشر آثارشان توجیه می کنند.

وی افزود: امسال پیش از برگزاری این رویداد سعی کردیم به بازی سازان یاد دهیم که چطور با ناشران خارجی مذاکره کنند و قبل از برگزاری این رویداد در این زمینه حدود ۴ کتاب کوچک چاپ و در اختیار بازی سازان قرار دادیم. همچنین یک ماه قبل از برگزاری از ۱۱ بازی ساز برای ارائه در مراسم افتتاحیه آموزش داده شدند.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با بیان اینکه ۱۱ شرکت بازی ساز در مراسم افتتاحیه دومین رویداد TGC بازی هایشان را معرفی کردند، بیان داشت: این نتیجه اعتماد به بازی سازان بود.

کریمی قدوسی با تأکید بر اینکه برگزاری این چنین رویدادی باعث خودباوری در میان بازی سازان می شود، گفت: بروز روحیه خودباوری مهمترین اتفاق میان بازی سازان ایرانی است که در حال تحقق است.

وی با اشاره به اینکه اقتصاد مقاومتی نیز به همین معنا و مفهوم است، تشریح کرد: اقتصاد مقاومتی به معنای تولید در درون کشور و عرضه به خارج است و این دقیقاً کاری است که در صنعت بازی سازی ما در حال اتفاق افتادن است.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با یادآوری این نکته که از سال گذشته ۲ بازی از سوی ناشران بین المللی مورد توجه قرار گرفته و در بازارهای خارج کشور به پای قرارداد اولیه نیز رسیده اند، خاطرنشان کرد: هنوز این آثار منتشر نشده است و امیدواریم امسال این صادرات افزایش پیدا کند.

کریمی قدوسی برگزاری چنین رویدادی را موجب افزایش دانش بین المللی در کشور دانست و اظهار داشت: حدود ۶۰ سخنران بین المللی در این رویداد حضور دارند.

وی گفت: در یک ماه گذشته دو مورد از بازی های ما در دو جشنواره خارجی به عنوان بهترین بازی شناخته شده است.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای اظهار داشت: سال گذشته ۵۰ ناشر و سخنران در رویداد TGC تهران شرکت کرده و امسال این تعداد به ۸۰ ناشر رسیده است. بازی سازی یک زمینه کاری رویایی با اعتبار بین المللی

بیبدقی یکی نمایندگان از شرکت های بازی ساز حاضر در این رویداد، از مهمترین دستاوردهای برگزاری چنین رویدادی در کشور را آشنایی فعالان صنعت بازی سازی عنوان کرد.

سیف نیز یک سال است وارد صنعت بازی سازی شده است، او این زمینه کاری را رویایی دانست و گفت: بازی سازی علاوه بر درآمد خوبی که دارد یک زمینه کاری است که نمی توان بی علاقه وارد آن شد.

وی که کارشناس ارشد نرم افزار است از کار مداوم بالای ۱۰ ساعت برای ساخت یک بازی گفت و افزود: این زمینه کاری پیچیده و سخت است اما یک بیزینس بین المللی معتبر و آینده دار خواهد بود.

سیف پس از گذشت یک سال ۵ عنوان بازی تولید و به گفته خودش در ۱۴۲ کشور منتشر کرده است.

وی از فیلتر شدن شبکه های اجتماعی انتقاد کرد و گفت: این شبکه ها برای بازی سازان کارایی فوق العاده ای دارند و با فیلتر شدن آن طیف وسیعی از مخاطب ما از دست می رود.

این بازی ساز با اشاره به اینکه بازی سازان مستقل به دلیل تازه بودن این زمینه کاری نیاز به یادگیری بیشتری دارند، اظهار داشت: TGC این موقعیت را فراهم می کند و می تواند با قاطعیت بگویم کارگاه های آموزشی برگزار شده در این رویداد از ۴ سال دوره کارشناسی که طی کرده ام پربارتر بوده است.

TGC رویدادی که فرصت دور زدن تحریم ها و ارتباط با جهان را برای بازی سازان ایرانی فراهم می کند(ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) مهدی بهرامی که رشته بازی سازی را در هلند آموخته و در حال حاضر در ایران در این زمینه فعالیت می کند نیز گفت: **TGC** می تواند در مقابل تحریم ها به بازی سازان ایرانی کمک کند و برای برقراری ارتباط با بازی سازان در دیگر کشورها حائز اهمیت است. بهرامی معتقد است: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم نرسیده اند. ارتباطات به وجود آمده در رویدادهایی همانند **TGC** می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند. وی خاطرنشان کرد: صنعت بازی سازی در ایران از کپی رایت ضربه می خورد. این بازی ساز گفت: یک قانون در زمینه بازی در دنیا وجود دارد، آن هم این است که اگر کار خوبی انجام دهی، کارت دیده می شود پس مستقیماً نیازی به حمایت های دولتی در این زمینه نیست. هرچند نباید نقش دولت در توسعه زمینه فعالیت را بی نتیجه دانست.



### استعدادی که هنوز باورش نکرده ایم (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

اقتصاد ایران: بازی ساز ایرانی گفت: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم نرسیده اند. ارتباطات به وجود آمده در رویدادهایی همانند **TGC** می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند.

به گزارش گروه اجتماعی خبرگزاری فارس، رویداد بین المللی **Tehran Game Convention** بزرگ ترین رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه محسوب می شود. حضور ده ها سخنران مطرح، بیش از ۱۰۰ شرکت، ناشر بین المللی و بیش از ۲۲۰۰ فعال بازی سازی در این رویداد از سراسر نقاط دنیا، فرصت بزرگی را برای رشد بازی سازی و بزرگ تر شدن بازار در ایران و منطقه فراهم می آورد.

نخستین دوره **TGC** در جولای ۲۰۱۷ با استقبال گسترده بازی سازان ایرانی و بین المللی برگزار شد و در دوره دوم، فرصت های بزرگ تری برای همکاری فعالان بازی سازی به وجود آورد.

**TGC ۲۰۱۸** در ۱۴ و ۱۵ تیر ماه ۹۷ از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت **Game Connection** فرانسه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار شد.

هرچند این رویداد فرصت بی همتایی را برای فعالان این حوزه نوپا به وجود آورده است اما انتقاداتی از راه نیافتن بازی های معرفی شده در **TGC ۲۰۱۷** وجود داشت که حسن کریمی قدوسی رئیس بنیاد بازی های رایانه ای در گفت و گو با خبرنگار گروه اجتماعی خبرگزاری فارس در این باره با یادآوری این نکته که رویداد **TGC** در سال گذشته برای نخستین بار در ایران برگزار شده بود، گفت: در کشور ما بعضی اوقات یک همایش ۲۰ تا ۳۰ بار برگزار می شود و هیچ دستاوردی ندارد، با این وجود برخی با برگزاری یک دوره از این رویداد به دنبال دستاوردهای آن می گردند.

وی در ادامه اظهار داشت: بزرگ ترین دستاورد رویداد **TGC** در سال گذشته این است که در حال حاضر بیش از ۷ کمپانی بازی سازی در کشورمان با تمرکز بر روی بازارهای جهانی در حال ساخت بازی هستند.

کریمی قدوسی در خصوص اینکه چرا هنوز دو شرکت منتخب سال گذشته نتوانسته اند بازی هایشان را نشر دهند، گفت: اینکه دو اثر حاضر در **TGC** پارسال هنوز قرارداد نهایی را امضا نکرده اند طبیعی است، چون در کل صنعت بازی سازی ما این اولین بار بود که بازی سازان در برابر ناشران بین المللی می نشینند و آنها را برای نشر آثارشان توجیه می کنند.

وی افزود: امسال پیش از برگزاری این رویداد سعی کردیم به بازی سازان یاد دهیم که چطور با ناشران خارجی مذاکره کنند و قبل از برگزاری این رویداد در این زمینه حدود ۴ کتاب کوچک چاپ و در اختیار بازی سازان قرار دادیم. همچنین یک ماه قبل از برگزاری از ۱۱ بازی ساز برای ارائه در مراسم افتتاحیه آموزش داده شد.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با بیان اینکه ۱۱ شرکت بازی ساز در مراسم افتتاحیه دومین رویداد **TGC** بازی هایشان را معرفی کردند، بیان داشت: این نتیجه اعتماد به بازی سازان بود.

کریمی قدوسی با تأکید بر اینکه برگزاری این چنین رویدادی باعث خودباوری در میان بازی سازان می شود، گفت: بروز روحیه خودباوری مهمترین اتفاق میان بازی سازان ایرانی است که در حال تحقق است.

وی با اشاره به اینکه اقتصاد مقاومتی نیز به همین معنا و مفهوم است، تشریح کرد: اقتصاد مقاومتی به معنای تولید در درون کشور و عرضه به خارج است و این دقیقاً کاری است که در صنعت بازی سازی ما در حال اتفاق افتادن است.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با یادآوری این نکته که از سال گذشته ۲ بازی از سوی ناشران بین المللی مورد توجه قرار گرفته و در بازارهای خارج کشور به پای قرارداد اولیه نیز رسیده اند، خاطرنشان کرد: هنوز این آثار منتشر نشده است و امیدواریم امسال این صادرات افزایش پیدا کند.

کریمی قدوسی برگزاری چنین رویدادی را موجب افزایش دانش بین المللی در کشور دانست و اظهار داشت: حدود ۶۰ سخنران بین المللی در این رویداد حضور دارند.

وی گفت: در یک ماه گذشته دو مورد از بازی های ما در دو جشنواره خارجی به عنوان بهترین بازی شناخته شده است. رئیس بنیاد بازی های رایانه ای اظهار داشت: سال گذشته ۵۰ ناشر و سخنران در رویداد **TGC** تهران شرکت کرده و امسال این تعداد به ۸۰ ناشر رسیده است.

بازی سازی یک زمینه کاری رویایی با اعتبار بین المللی

بیدی یکی نمایندگان از شرکت های بازی ساز حاضر در این رویداد، از مهمترین دستاوردهای برگزاری چنین رویدادی در کشور را آشنایی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) فعالان صنعت بازی سازی عنوان کرد. سیف نیز یک سال است وارد صنعت بازی سازی شده است، او این زمینه کاری را رویایی دانست و گفت: بازی سازی علاوه بر درآمد خوبی که دارد یک زمینه کاری است که نمی توان بی علاقه وارد آن شد. وی که کارشناس ارشد نرم افزار است از کار ملوم بالای ۱۰ ساعت برای ساخت یک بازی گفت و افزود: این زمینه کاری پیچیده و سخت است اما یک بیزینس بین المللی معتبر و آینده دار خواهد بود. سیف پس از گذشت یک سال ۵ عنوان بازی تولید و به گفته خودش در ۱۴۲ کشور منتشر کرده است. وی از فیلتر شدن شبکه های اجتماعی انتقاد کرد و گفت: این شبکه ها برای بازی سازان کارایی فوق العاده ای دارند و با فیلتر شدن آن طیف وسیعی از مخاطب ما از دست می رود. این بازی ساز با اشاره به اینکه بازی سازان مستقل به دلیل تازه بودن این زمینه کاری نیاز به یادگیری بیشتری دارند، اظهار داشت: **TGC** این موقعیت را فراهم می کند و می تواند با قاطعیت بگویم کارگاه های آموزشی برگزار شده در این رویداد از ۴ سال دوره کارشناسی که طی کرده ام برپایه تر بوده است. **TGC** رویدادی که فرصت دور زدن تحریم ها و ارتباط با جهان را برای بازی سازان ایرانی فراهم می کند مهدی بهرامی که رشته بازی سازی را در هلند آموخته و در حال حاضر در ایران در این زمینه فعالیت می کند نیز گفت: **TGC** می تواند در مقابل تحریم ها به بازی سازان ایرانی کمک کند و برای برقراری ارتباط با بازی سازان در دیگر کشورها حائز اهمیت است. بهرامی معتقد است: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم نرسیده اند. ارتباطات به وجود آمده در رویدادهایی همانند **TGC** می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند. وی خاطرنشان کرد: صنعت بازی سازی در ایران از کپی رایت ضربه می خورد. این بازی ساز گفت: یک قانون در زمینه بازی در دنیا وجود دارد، آن هم این است که اگر کار خوبی انجام دهی، کارت دیده می شود پس مستقیماً نیازی به حمایت های دولتی در این زمینه نیست، هرچند نباید نقش دولت در توسعه زمینه فعالیت را بی نتیجه دانست. انتهای پیام /

## بازی های رایانه ای و فرصت های پیش رو؛ استعدادی که هنوز باورش نکرده ایم (۱۳۷۱-۱۳۷۲-۱۳۷۳)

بازی ساز ایرانی گفت: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم نرسیده اند. ارتباطات به وجود آمده در رویدادهایی همانند **TGC** می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند.

به گزارش خبرگزاری بسیج، رویداد بین المللی **Tehran Game Convention** بزرگ ترین رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه محسوب می شود. حضور ده ها سخنران مطرح، بیش از ۱۰۰ شرکت، ناشر بین المللی و بیش از ۲۳۰۰ فعال بازی سازی در این رویداد از سراسر نقاط دنیا، فرصت بزرگی را برای رشد بازی سازی و بزرگ تر شدن بازار در ایران و منطقه فراهم می آورد. نخستین دوره **TGC** در جولای ۲۰۱۷ با استقبال گسترده بازی سازان ایرانی و بین المللی برگزار شد و در دوره دوم، فرصت های بزرگ تری برای همکاری فعالان بازی سازی به وجود آورد. **TGC** در ۱۴ و ۱۵ تیر ماه ۹۷ از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت **Game Connection** فرانسه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار شد. هرچند این رویداد فرصت بی همتایی را برای فعالان این حوزه نوپا به وجود آورده است اما انتقاداتی از راه نیافتن بازی های معرفی شده در **TGC** ۲۰۱۷ وجود داشت که حسن کریمی قدوسی رئیس بنیاد بازی های رایانه ای در گفت و گو با خبرنگار گروه اجتماعی خبرگزاری فارس در این باره با یادآوری این نکته که رویداد **TGC** در سال گذشته برای نخستین بار در ایران برگزار شده بود، گفت: در کشور ما بعضی اوقات یک همایش ۲۰ تا ۳۰ بار برگزار می شود و هیچ دستاوردی ندارد، با این وجود برخی با برگزاری یک دوره از این رویداد به دنبال دستاوردهای آن می گردند. وی در ادامه اظهار داشت: بزرگ ترین دستاورد رویداد **TGC** در سال گذشته این است که در حال حاضر بیش از ۷ کمپانی بازی سازی در کشورمان با تمرکز بر روی بازارهای جهانی در حال ساخت بازی هستند. کریمی قدوسی در خصوص اینکه چرا هنوز دو شرکت منتخب سال گذشته نتوانسته اند بازی هایشان را نشر دهند، گفت: اینکه دو اثر حاضر در **TGC** پارسال هنوز قرارداد نهایی را امضا نکرده اند طبیعی است. چون در کل صنعت بازی سازی ما این اولین بار بود که بازی سازان در برابر ناشران بین المللی می نشینند و آنها را برای نشر آثارشان توجه می کنند. وی افزود: امسال پیش از برگزاری این رویداد سعی کردیم به بازی سازان یاد دهیم که چطور با ناشران خارجی مذاکره کنند و قبل از برگزاری این رویداد در این زمینه حدود ۴ کتاب کوچک چاپ و در اختیار بازی سازان قرار دادیم. همچنین یک ماه قبل از برگزاری از ۱۱ بازی ساز برای ارائه در مراسم افتتاحیه آموزش داده شدند. رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با بیان اینکه ۱۱ شرکت بازی ساز در مراسم افتتاحیه دومین رویداد **TGC** بازی هایشان را معرفی کردند، بیان داشت: این نتیجه اعتماد به بازی سازان بود (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کریمی قدوسی با تأکید بر اینکه برگزاری این چنین رویدادی باعث خودباوری در میان بازی سازان می شود، گفت: بروز روحیه خودباوری مهمترین اتفاق میان بازی سازان ایرانی است که در حال تحقق است.

وی با اشاره به اینکه اقتصاد مقاومتی نیز به همین معنا و مفهوم است، تشریح کرد: اقتصاد مقاومتی به معنای تولید در درون کشور و عرضه به خارج است و این دقیقاً کاری است که در صنعت بازی سازی ما در حال اتفاق افتادن است.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با یادآوری این نکته که از سال گذشته ۲ بازی از سوی ناشران بین المللی مورد توجه قرار گرفته و در بازارهای خارج کشور به پای قرارداد اولیه نیز رسیده اند، خاطرنشان کرد: هنوز این آثار منتشر نشده است و امیدواریم امسال این صادرات افزایش پیدا کند.

کریمی قدوسی برگزاری چنین رویدادی را موجب افزایش دانش بین المللی در کشور دانست و اظهار داشت: حدود ۶۰ سخنران بین المللی در این رویداد حضور دارند.

وی گفت: در یک ماه گذشته دو مورد از بازی های ما در دو جشنواره خارجی به عنوان بهترین بازی شناخته شده است. رئیس بنیاد بازی های رایانه ای اظهار داشت: سال گذشته ۵۰ ناشر و سخنران در رویداد TGC تهران شرکت کرده و امسال این تعداد به ۸۰ ناشر رسیده است.

بازی سازی یک زمینه کاری رویایی با اعتبار بین المللی

بییدی یکی نمایندگان از شرکت های بازی ساز حاضر در این رویداد، از مهمترین دستاوردهای برگزاری چنین رویدادی در کشور را آشنایی فعالان صنعت بازی سازی عنوان کرد.

سیف نیز یک سال است وارد صنعت بازی سازی شده است، او این زمینه کاری را رویایی دانست و گفت: بازی سازی علاوه بر درآمد خوبی که دارد یک زمینه کاری است که نمی توان بی علاقه وارد آن شد.

وی که کارشناس ارشد نرم افزار است از کار مداوم بالای ۱۰ ساعت برای ساخت یک بازی گفت و افزود: این زمینه کاری پیچیده و سخت است اما یک بیزینس بین المللی معتبر و آینده دار خواهد بود.

سیف پس از گذشت یک سال ۵ عنوان بازی تولید و به گفته خودش در ۱۴۲ کشور منتشر کرده است. وی از فیلتر شدن شبکه های اجتماعی انتقاد کرد و گفت: این شبکه ها برای بازی سازان کارایی فوق العاده ای دارند و با فیلتر شدن آن طیف وسیعی از مخاطب ما از دست می رود.

این بازی ساز با اشاره به اینکه بازی سازان مستقل به دلیل تازه بودن این زمینه کاری نیاز به یادگیری بیشتری دارند، اظهار داشت: TGC این موقعیت را فراهم می کند و می تواند با قاطعیت بگویم کارگاه های آموزشی برگزار شده در این رویداد از ۴ سال دوره کارشناسی که طی کرده ام پربارتر بوده است.

TGC رویدادی که فرصت دور زدن تحریم ها و ارتباط با جهان را برای بازی سازان ایرانی فراهم می کند

مهدی بهرامی که رشته بازی سازی را در هلند آموخته و در حال حاضر در ایران در این زمینه فعالیت می کند نیز گفت: TGC می تواند در مقابل تحریم ها به بازی سازان ایرانی کمک کند و برای برقراری ارتباط با بازی سازان در دیگر کشورها حائز اهمیت است.

بهرامی معتقد است: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم نرسیده اند. ارتباطات به وجودآمده در رویدادهایی همانند TGC می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند.

وی خاطرنشان کرد: صنعت بازی سازی در ایران از کپی رایت ضربه می خورد. این بازی ساز گفت: یک قانون در زمینه بازی در دنیا وجود دارد، آن هم این است که اگر کار خوبی انجام دهی، کارت دیده می شود پس مستقیماً نیازی به حمایت های دولتی در این زمینه نیست. هرچند نباید نقش دولت در توسعه زمینه فعالیت را بی نتیجه دانست.



## بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد (۱۷/۰۴-۱۷/۰۵)

دومین نمایشگاه بین المللی TGC با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی به مدت دو روز در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار شد.

به گزارش خبرگزاری تسنیم، دومین نمایشگاه بین المللی TGC، ۱۴ و ۱۵ تیرماه امسال در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار شد. این نمایشگاه که با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی برپا شده بود، میزبان متخصصان این حوزه از ۱۴ کشور دنیا بود.

نمایشگاه TGC که توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای و همکاری Game connection فرانسه برگزار شد سعی داشته تا با برگزاری بیش از ۷۵ جلسه سخنرانی در قالب ۵ دسته بندی کلی، شاخصه های اصلی در پایه گذاری، اجرا و پشتیبانی در صنعت بازی را منطبق با تجارت اساتید بین المللی، به مخاطب ارائه دهد. این ۵ گروه سخنرانی ها شامل: فنی و برنامه نویسی، طراحی بازی، هنری، مدیریت پروژه و تجزیه و تحلیل بوده که سعی شده با به کارگیری اساتید بین المللی تجارت جدید به مخاطب ارائه کند. به نحوی که این سخنرانی ها به ۸۰ درصد سخنران خارجی برنامه ریزی شده بود.

نکته حائز اهمیت در این میان، تمرکز در به کارگیری اساتید داخلی در سخنرانی های فناوری و برنامه نویسی است.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این گردهمایی دو روزه علاوه بر کنفرانس های فوق، ۶ نشست جامع را نیز در سالن اصلی مرکز همایش ها برگزار کرد تا حضور اساتید بزرگی چون پروفیسور پهرمن و دکتر مینائی، به سوالات بنیادین در زمینه راه اندازی و پیش برد تیم های بازی سازی و اهدافشان پاسخ داده شود.

TGC همچنین به عنوان بزرگترین گردهمایی دست اندر کاران صنعت بازی سازی در خاورمیانه سعی داشته با میزبانی از نمایندگان مجموعه (ادامه دارد ...)

## تسلیم خبرگزاری تسنیم

(ادامه خبر ... ) های بزرگ متولی بازی در غرفه های جانبی همایش، فرصت ارائه دستاورد های جدید سرمایه گذاری داخلی و خارجی را فراهم آورد. این غرفه ها در ۳ سالن مجزا در اختیار بازی سازان مستقل، ارائه دهندگان سرویس و خدمات بازی و مجموعه های وابسته به این حوزه بود. از جمله موفق ترین غرفه های حاضر در این عرصه می توان به زیست بوم مجازی درسا به عنوان تجمیع کننده تخصصی کودک و نوجوان، جیک به عنوان آپ استور اختصاصی ایراتسل، استودیو دیدما به عنوان بازی ساز برنده جایزه بین المللی روسیه اشاره کرد.

نکته حائز اهمیت در این زمینه، بازدید سرمایه گذاران و متولیان امر بازی در کنار وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و نمایندگان مجلس از غرفه های این نمایشگاه بوده است. بازدید هایی که با توجه به کیفیت آن ها، برنامه سازان و مجموعه های تولید کننده بازی را به جذب سرمایه گذار خارجی برای ورود به بازارهای برون مرزی امیدوار کرده بود.



## تجارت نیوز

## بزرگترین بازار صنعت بازی خاورمیانه برگزار شد (۱۳۹۶-۱۷/۰۹/۱۳۹۷)

دومین نمایشگاه بین المللی TGC با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی به مدت دو روز در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار شد.

دومین نمایشگاه بین المللی TGC، ۱۴ و ۱۵ تیرماه امسال در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار شد.

به گزارش تجارت نیوز، این نمایشگاه که با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی برپا شده بود، میزبان متخصصان این حوزه از ۱۴ کشور دنیا بود.

نمایشگاه TGC که توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای و همکاری Game connection فرانسه برگزار شد سعی داشته تا با برگزاری بیش از ۷۵ جلسه سخنرانی در قالب ۵ دسته بندی کلی، شاخصه های اصلی در پایه گذاری، اجرا و پشتیبانی در صنعت بازی را منطبق با تجارت اساتید بین المللی، به مخاطب ارائه دهد.

این گروه سخنرانی ها شامل: فنی و برنامه نویسی، طراحی بازی، هنری، مدیریت پروژه و تجرات برده که سعی شده با به کارگیری اساتید بین المللی تجارب جدید به مخاطب ارائه کند. به نحوی که این سخنرانی ها به ۸۰ درصد سخنران خارجی برنامه ریزی شده بود.

نکته حائز اهمیت در این میان، تمرکز در به کارگیری اساتید داخلی در سخنرانی های فناوری و برنامه نویسی است.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این گردهمایی دو روزه علاوه بر کنفرانس های فوق، ۶ نشست جامع را نیز در سالن اصلی مرکز همایش ها برگزار کرد تا حضور اساتید بزرگی چون پروفیسور پهرمن و دکتر مینائی، به سوالات بنیادین در زمینه راه اندازی و پیش برد تیم های بازی سازی و اهدافشان پاسخ داده شود.

TGC همچنین به عنوان بزرگترین گردهمایی دست اندر کاران صنعت بازی سازی در خاورمیانه سعی داشته با میزبانی از نمایندگان مجموعه های بزرگ متولی بازی در غرفه های جانبی همایش، فرصت ارائه دستاوردهای جدید سرمایه گذاری داخلی و خارجی را فراهم آورد.

این غرفه ها در ۳ سالن مجزا در اختیار بازی سازان مستقل، ارائه دهندگان سرویس و خدمات بازی و مجموعه های وابسته به این حوزه بود.

از جمله موفق ترین غرفه های حاضر در این عرصه می توان به زیست بوم مجازی درسا به عنوان تجمیع کننده تخصصی کودک و نوجوان، جیک به عنوان آپ استور اختصاصی ایراتسل، استودیو دیدما به عنوان بازی ساز برنده جایزه بین المللی روسیه اشاره کرد.

نکته حائز اهمیت در این زمینه، بازدید سرمایه گذاران و متولیان امر بازی در کنار وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و نمایندگان مجلس از غرفه های این نمایشگاه بوده است.

بازدیدهایی که با توجه به کیفیت آن ها، برنامه سازان و مجموعه های تولید کننده بازی را به جذب سرمایه گذار خارجی برای ورود به بازارهای برون مرزی امیدوار کرده بود.

منبع: تسنیم



## امضای تفاهم نامه همکاری دانشگاه صدا و سیما با بنیاد ملی بازی های رایانه ای (۱۳۹۶-۱۷/۰۹/۱۳۹۷)

تفاهم نامه همکاری دانشگاه صدا و سیما و بنیاد ملی بازی های رایانه ای امضا شد.

به گزارش خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما، تفاهم نامه همکاری دانشگاه صدا و سیما و بنیاد ملی بازی های رایانه ای به منظور برگزاری نخستین کنفرانس بین المللی و دومین کنفرانس ملی بازی های دیجیتال صبح امروز در دانشگاه صدا و سیما به امضا رسید.

شهاب اسفندیاری رئیس دانشگاه صدا و سیما و حسن کریمی قنوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای این تفاهم نامه را در حضور مدیران و (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مسئولان دو نهاد امضا کردند.

نخستین کنفرانس بین‌المللی و دومین کنفرانس ملی بازی‌های رایانه‌ای هشتم و نهم آذر در تهران برگزار خواهد شد.



## زیر و بم بازیهای رایانه‌ای در ایران؛ «کوئیز آف کینگز» پدیده سال ۹۶ (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

سید حسینی گفت: اگر بخواهیم صنعت قدرتمندی در حوزه بازیسازی داشته باشیم، تیم‌های بازیسازی باید تشکل واحد پیدا کنند یا در قالب شتاب‌دهنده‌ها و شرکت‌های بزرگ بازیسازی کارهایشان را عرضه کنند.

نشست خبری اخیر بنیاد ملی بازیهای رایانه‌ای با عنوان «انتشار شاخص‌ترین آمار مصرف بازی‌های دیجیتال در کشور» دهم تیر برگزار شد. در این نشست حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد بازیهای رایانه‌ای و سید محمدعلی سید حسینی، معاون پژوهشی بنیاد بازیهای رایانه‌ای اطلاعات مربوط به گزارش‌های بازی که مربوط به وضعیت گیم و گیمرها در ایران هست را ارائه کردند. اطلاعات موجود در گزارش‌های بازی ۹۶ با تحلیل داده‌های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال از نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. جهت اجرای این پیمایش از روش نمونه‌گیری تلفیقی «طبقه‌ای-خوشه‌ای چند مرحله‌ای» استفاده شده که خوشه‌های مرحله اول شامل تمام استان‌های کشور و خوشه‌های مراحل بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می‌شوند. به همین بهانه گفتگویی با معاون پژوهشی بنیاد ملی بازیهای رایانه‌ای در مورد جایگاه و وضعیت بازیهای بومی ترتیب دادیم.

سیدمحمدعلی سیدحسینی، معاون پژوهش بنیاد بازی‌های رایانه‌ای در پاسخ به این سوال که وضعیت بازی‌های رایانه‌ای بومی از لحاظ کمی و کیفی چگونه است، به خبرنگار شیبستان گفت: به لحاظ سیاستگذاری حوزه بازی‌های دیجیتال بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای متولی این امر است. طی این چند سال بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای سعی کرده است چه در حوزه تولید بازی‌ها و چه در حوزه برگزاری رویدادها که رقابت بین بازی‌سازان را به وجود می‌آورد، حمایتگر باشد. بنیاد همچنین تلاش کرده است در حوزه تجاری‌سازی بازی‌ها، بحث بازاریابی آنها و در بحث صادرات بازی‌ها حامی باشد تا بازی‌سازان بتوانند به حوزه بین‌الملل ورود یابند و بازارهای بین‌المللی را کشف کنند.

بازیسازان روشهای پولسازی را یاد گرفتند

سیدحسینی اظهار داشت: تولیدات بازی‌ها بخصوص در حوزه پلتفرم موبایل به لحاظ کمی رشد داشته و هم از نظر کیفیت بالا رفته است. علاوه بر اینکه بازی‌سازان به لحاظ پول‌سازی، روش‌های پول‌سازی از طریق بازی را بهتر یاد گرفتند و از رقابای بین‌الملل دستاورد داشتند. در بازار داخلی که یک بازار اشباع نشده است و هنوز جای رشد دارد، جا دارد تعداد زیادی با این حوزه آشنا شوند. حتی کسانی که بازیکن هستند، جزو خرج‌کنندگان و خریداران بازی قرار گیرند. این مسایل فرصت را برای بازیسازان ایجاد می‌کند که بیش از این پیشرفت کنند.

وی خاطر نشان کرد: آمارهای ما نشان می‌دهد که رشد درآمد بازار از فروش بازی‌های بومی در سال ۹۶، ۱۴۰ درصد نسبت به دو سال قبل یعنی سال ۹۴ افزایش یافته است که این رقم رشد چشمگیری است. اخیراً رویداد تجاری E3 برگزار می‌شود. در این رویداد بازی‌سازان ما می‌توانند از انتقال دانش و تکنولوژی استفاده کنند و هم اینکه بازی‌های خود را به خریداران بین‌المللی عرضه کنند و بتوانند به سمت توسعه کار بازیسازی و همچنین بازی‌های بین‌المللی حرکت کنند. البته در بازار بین‌المللی ممکن است کار سخت‌تر و رقابت بیشتر باشد اما چون درآمد، درآمد ارزی است، می‌تواند برای بازیسازان مثبت باشد و زمینه پیشرفت آنها و توسعه کارشان را فراهم کند.

بازیهای آنلاین به بازیسازان ایرانی ایده داده است

معاون پژوهشی بنیاد بازی‌های رایانه‌ای در پاسخ به این سوال که چه عواملی در افزایش کمی و کیفیت بازی‌های رایانه‌ای بومی دخیل بودند به شیبستان گفت: یک دلیل پیشرفت در عرصه بازی‌های رایانه‌ای برمی‌گردد به اینکه بازار پلتفرم موبایل در ایران توسعه یافته است. واسطه‌هایی که در بحث توزیع بازی‌های کامپیوتری یا کنسولی بودند در بازی‌های موبایلی نیستند و توزیع دیجیتال دارد صورت می‌گیرد یعنی سازنده می‌تواند بازی خود را عرضه کند.

وی عنوان کرد: از طرفی رشد بازی‌های آنلاین با بازیکنان اتبوه همچون کلش رویال، کلش آف کلنز و بازی‌های این دست خیلی به بازیسازان ما ایده داده و به آنها کمک کرده است. بازی‌سازان وقتی فروش این بازی‌ها را در ایران دیدند به سراغ آنها رفتند. به عنوان مثال بازی کوئیز آف کینگز که پدیده سال قبل ما در دایرکت شد، یکی از پر فروش‌ترین بازی‌های موبایلی در ایران محسوب می‌شود که ایرانی هست. مضاف بر اینکه یکی از پرمخاطب‌ترین بازی‌های ایرانی محسوب می‌شود. از این نوع بازی‌ها دارد زیاد می‌شود.

بازاریابی و به روز رسانی بازیهای آنلاین بسیار مهم است

سیدحسینی یکی دیگر از علت‌های پیشرفت در حوزه بازی‌های رایانه‌ای را دستیابی بازیسازان ایرانی به مدل‌های مختلف درآمدی و تجاری دانست و افزود: این مسئله در راستای زمینه‌سازی بنیاد بازی‌های رایانه‌ای است. سیاست‌های بنیاد در سال‌های اخیر از حمایت مستقیم به سمت این پیش‌رفته که زمینه را فراهم کند تا بازیسازان با توجه به نیازی که دارند در این زمینه بتوانند رشد کنند. رویدادهای تجاری یکی از این زمینه‌سازی‌هاست که تسهیلاتی فراهم می‌کند برای حضور بازیسازان در عرصه بین‌المللی.

معاون پژوهشی بنیاد بازی‌های رایانه‌ای تصریح کرد: بخش بازیسازی که دارد در ایران رشد پیدا می‌کند به دلیل مخاطب خیلی بالای بازی‌های موبایل در ایران و رشد درآمد بازار بازی‌های موبایل در خارج از کشور است. حوزه بین‌الملل این ظرفیت را ایجاد کرده است. از طرفی یک ظرفیت داخلی هم داریم. ما تیم‌های کوچک بازیساز زیادی داریم که هنوز تبدیل به شرکت نشده‌اند. این تیم‌های کوچک بازیساز برایشان مقرون به صرفه است که با یک زمان محدود، با مدیریت پروژه زمانی محدودی و با سرمایه محدودتری بتوانند بازی بسازند. اگرچه که بازیسازی در دوران اخیر به این سمت رفته که بازی‌ها سریع‌تر (ادامه دارد ...)

## تابناک

(ادامه خبر ...) ساخته شوند اما بحث بازاریابی، نگهداری و به روزرسانی و توسعه بازی ها در حوزه بازی های آنلاین اهمیت بیشتری دارد. اینها در مجموع کمک می کند بازارهای بازی های ایرانی توسعه داده شود.

تیم های بازی سازی باید تشکل پیدا کنند

سید حسینی با بیان اینکه ایران بر اساس ظرفیت های داخل به لحاظ بازی سازی در منطقه کشور اول محسوب می شود، عنوان کرد: در رویدادهای بین المللی که در منطقه برگزار شده است بیشترین کاندیدای جوایز مطلق به بازی های ایرانی بوده است. مسئله دیگر برمی گردد به استعدادهایی که در ایران وجود دارد. ما در حوزه بازی سازی دیدیم از شهرهای مختلف ایران با قومیت های مختلف تیم های کوچک بازی سازی سعی می کنند خود را به وسیله ارتباطات که از طریق اینترنت برقرار می شود به روز کنند، بازی های جدید بسازند، بازی های خودشان را در حوزه بین الملل عرضه کنند و برای ساخت بازی های بزرگ تر تمرین کنند.

وی خاطرنشان کرد: البته اگر بخواهیم صنعت قدرتمندی در حوزه بازی سازی داشته باشیم، تیم های بازی سازی باید تشکل پیدا کنند یا در قالب شتاب دهنده ها و شرکت های بزرگ بازی سازی بتوانند کارهایشان را عرضه کنند تا با توجه به رزومه ای که پیدا می کنند، بتوانند در حوزه بین الملل کسب درآمد داشته باشند و به موفقیت برسند.

منبع: شبستان



## ایران

### همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانشل برگزار شد (۱۳۹۶-۰۷/۰۹/۱۳۹۶)

با حمایت ایرانشل همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طی روزهای پنجشنبه و جمعه ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی ایرانشل، به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه نویسان داخلی صنعت بازی رایانه ای، ایرانشل با اپ استور چارخونه، که به عنوان دومین اپ استور بزرگ ایران شناخته می شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، TGC ارائه کرد.

چارخونه ایرانشل با رشد چشمگیر سه میلیونی تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی نظیر اختصاص API های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فرم اختصاصی برای گفتگو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده های برنامه)، اپروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل ها ارائه کرده است. براساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی سازها می توانند با مدل های کسب و در آمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانشل همکاری کنند.

ایرانشل همچنین برای ناشرانی که علاقمند به ارایه محصول خود در سطوح بین المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارایه کرده است. همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران بزرگترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه با حمایت ایرانشل برگزار شده است.

ایرانشل این امکان را فراهم کرده است تا بازی سازهایی که قصد همکاری با ایرانشل را دارند با مراجعه به وب سایت توسعه دهندگان چارخونه در نشانی [developer.charkhoneh.com](http://developer.charkhoneh.com) و یا بازیک مراجعه کنند.

۲۱۲۱



## فصل اقتصاد

### بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد (۱۳۹۶-۰۷/۰۹/۱۳۹۶)

فصل اقتصاد - دومین نمایشگاه بین المللی TGC با حضور بیش از ۲۲۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی به مدت دو روز در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار شد.

به گزارش فصل اقتصاد، دومین نمایشگاه بین المللی TGC، ۱۴ و ۱۵ تیرماه امسال در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار شد. این نمایشگاه که با حضور بیش از ۲۲۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی برپا شده بود، میزبان متخصصان این حوزه از ۱۴ کشور دنیا بود.

نمایشگاه TGC که توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای و همکاری Game connection فرانسه برگزار شد سعی داشته تا با برگزاری بیش از ۷۵ جلسه سخنرانی در قالب ۵ دسته بندی کلی، شاخصه های اصلی در پایه گذاری، اجرا و پشتیبانی در صنعت بازی را منطبق با تجارت اساتید بین المللی، به مخاطب ارائه دهد. این ۵ گروه سخنرانی ها شامل: فنی و برنامه نویسی، طراحی بازی، هنری، مدیریت پروژه و تجارت برده که سعی شده با به کارگیری اساتید بین المللی تجارت جدید به مخاطب ارائه کند. به نحوی که این سخنرانی ها به ۸۰ درصد سخنران خارجی برنامه ریزی شده بود.

نکته حائز اهمیت در این میان، تمرکز در به کارگیری اساتید داخلی در سخنرانی های فناوری و برنامه نویسی است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این گردهمایی دو روزه علاوه بر کنفرانس های فوق، نشست جامع را نیز در سالن اصلی مرکز همایش ها برگزار کرد تا حضور اساتید بزرگی چون پروفسور پهرمن و دکتر مینائی، به سوالات بنیادین در زمینه راه اندازی و پیش برد تیم های بازی سازی و اهدافشان پاسخ داده شود.

**TGC** همچنین به عنوان بزرگترین گردهمایی دست اندر کاران صنعت بازی سازی در خاورمیانه سعی داشته با میزبانی از نمایندگان مجموعه های بزرگ متولی بازی در غرفه های جانبی همایش، فرصت ارائه دستاورد های جدید سرمایه گذاری داخلی و خارجی را فراهم آورد. این غرفه ها در ۳ سالن مجزا در اختیار بازی سازان مستقل، ارائه دهندگان سرویس و خدمات بازی و مجموعه های وابسته به این حوزه بود. از جمله موفق ترین غرفه های حاضر در این عرصه می توان به زیست بوم مجازی درسا به عنوان تجمیع کننده تخصصی کودک و نوجوان، جیک به عنوان آب استور اختصاصی ایرانسل، استودیو دیدما به عنوان بازی ساز برنده جایزه بین المللی روسیه اشاره کرد.

نکته حائز اهمیت در این زمینه، بازدید سرمایه گذاران و متولیان امر بازی در کنار وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و نمایندگان مجلس از غرفه های این نمایشگاه بوده است. بازدید هایی که با توجه به کیفیت آن ها، برنامه سازان و مجموعه های تولید کننده بازی را به جذب سرمایه گذار خارجی برای ورود به بازارهای برون مرزی امیدوار کرده بود.

انتهای پیام /



### برگزاری کنفرانس بازی های دیجیتال امسال در دانشگاه صداوسیما (۱۳۹۵-۱۳۹۶-۱۳۹۷)

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای از برگزاری دومین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی بازی های رایانه ای در دانشگاه صدا و سیما خبر داد.

به گزارش خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما، حسن کریمی قدوسی در مراسم امضای تفاهم نامه با دانشگاه صداوسیما گفت: این کنفرانس با هدف تحقیقات بازی های دیجیتال در ۴ گرایش فنی، علوم انسانی، هنر و علوم پزشکی به منظور کاربردی سازی این فناوری ها با تمرکز ویژه بر بازی های جدی برگزار می شود. وی افزود: در بازی های جدی دیجیتال اهدافی فراتر از تفریح همچون آموزش، مهارت افزایی، آگاهی سازی، اطلاع رسانی و تبلیغات مورد توجه قرار می گیرد. کریمی قدوسی گفت: از آنجا که بیشتر بازی سازان رایانه ای جوانان ۲۳ ساله هستند و در جهان نیز بازی سازان بیش از ۲۵ سال سن ندارند این جوانان را می توان در دانشگاه های کشور یافت.

وی افزود: تلاش ما به منظور برگزاری چرخشی این کنفرانس در دانشگاه ها به منظور شناسایی استعداد ها و چرخش علم در سطح دانشگاه هاست. کریمی قدوسی گفت: کنفرانس بازی های دیجیتال دارای هیئت علمی و شورای سیاست گذاری است که در آن برنامه ریزی های برگزاری این کنفرانس و بخش های مختلف آن تبیین می شود.

رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای هدف از برگزاری کنفرانس بازی های دیجیتال را تقویت مبانی نظری و پیوند صنعت و دانشگاه به ویژه در زمینه بازی های جدی یارانه ای اعلام کرد.

وی در بخش دیگری از سخنانش با اشاره به اینکه بنیاد ملی بازی های رایانه ای زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از سال ۸۵ براساس مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی فعال شده است، گفت: وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رئیس هیئت امنای بنیاد است و صداوسیما نیز نماینده ای در این هیئت دارد. کریمی قدوسی افزود: حمایت از بازی سازان رایانه ای همچنین نظارت و اعطای مجوز به بازی رایانه ای و تعیین رده سنی برای این بازی ها چه آن دسته که در داخل تولید شده اند و چه بازی های خارجی همچنین فعالیت های آموزشی انستیتو ملی بازی سازی و مرکز رشد بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری دانشگاه ها و همچنین فعالیت های پژوهشی در کشور که کنفرانس ملی بازی های دیجیتال نیز از جمله این فعالیت های پژوهشی است.

وی پیشنهاد کرد: رشته متمرکز کارشناسی ساخت بازی های رایانه ای در دانشگاه صداوسیما فعال شود.

کریمی قدوسی افزود: مبانی این رشته تدوین شده و آماده ارائه به دانشگاه هاست.

نخستین کنفرانس بین المللی و دومین کنفرانس ملی بازی های رایانه ای هشتم و نهم آذر در تهران برگزار خواهد شد.

### فعالیت مجدد دانشکده هنر های دیجیتال در دانشگاه صدا و سیما (۱۳۹۵-۹۶/۱۳۹۷-۹۷/۱۳۹۸)

رئیس دانشگاه صدا و سیما از فعالیت مجدد دانشکده هنر های دیجیتال در این دانشگاه خبر داد.

به گزارش خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما، شهاب اسفندیاری در مراسم امضای تفاهم نامه این دانشگاه با بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: این دانشکده به منظور گسترش و توسعه فعالیت های بین رشته ای در زمینه فناوری های دیجیتال فعال می شود.

وی افزود: رشته هایی همچون پویانمایی، جلوه های ویژه و بازی های رایانه ای که در صنعت سینما سرمایه ساز است در این دانشکده ارائه خواهد شد.

اسفندیاری گفت: این رشته ها به منظور ایجاد اشتغال و کارآفرینی گام بزرگی در توسعه صنعت با استفاده از فناوری های دیجیتال خواهد بود.

وی با بیان اینکه کشور های شرق آسیا با سرمایه گذاری در این بخش امروز به بزرگترین صادرکنندگان محصولات دیجیتال تبدیل شده اند، افزود: شاید در دهه های قبل این کشور ها تصور چنین جایگاهی را نیز نداشتند.

رئیس دانشگاه صدا و سیما با ابراز امیدواری به همکاری های بیشتر این دانشگاه با بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: توسعه این گونه فعالیت های صنعتی و فناوری نوین می تواند در عرصه ایجاد اشتغال برای جوانان مفید باشد.

اسفندیاری افزود: جوانان دانشگاهی و حتی برخی جوانان توانمند که خارج از دانشگاه مهارت کسب کرده اند و مدرک دانشگاهی ندارند می توانند با همکاری مقید استادان در زمینه فناوری های مفید در ساختار های سینمایی همکاری کنند.

وی گفت: استفاده از استادان مجرب ادبیات به منظور بهره گیری از میراث ادبی در ساخت محصولات رایانه ای نوین و همچنین استفاده از ساختار های کهن سینما در این تولیدات می تواند به توسعه اینگونه فناوری های نوین و همچنین توسعه صنعتی و کاربردی آنان بیانجامد.

اسفندیاری در بخش دیگری از سخنانش با بیان اینکه در نخستین کنفرانس ملی بازی های دیجیتال براساس حضور پایان نامه ای که راهنمایی آن را بر عهده داشته با موضوع ارتباط سینما و بازی های رایانه ای به صورت غیرمستقیم حضور داشته و از بخش های مختلف فعالیت های این کنفرانس در حوزه های مختلف مطلع شده است.

وی گفت: دانشگاه های کشور در حوزه فعالیت های بین رشته ای توسعه مطلوب نداشتند و دانشگاه صدا و سیما می کوشد تا در این زمینه پیشرو باشد.

اسفندیاری در بخش دیگری از سخنانش شهادت امام صادق (ع) را به حضار تسلیت گفت.

### سخت افزار



### بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸ معرفی شدند (۱۳۹۷-۹۸/۱۳۹۸-۹۹/۱۳۹۹)

در مراسم اختتامیه IGC2018، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، جایزه گیمستان برای نخستین بار در IGC2018 برگزار شد. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۳۳ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزد های گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد IGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.

اسامی برندگان این دوره را ملاحظه می کنید:

در بخش موبایل: بهترین بازی بصری: Pa Pa Land: Heads Escape

خلاقانه ترین بازی: O

بهترین بازی: Pa Pa Land: Heads Escape

بهترین بازی از نگاه مردم: Anahita

در بخش PC: بهترین بازی بصری: Filliping Filip

خلاقانه ترین بازی: woodfarer

بهترین بازی: Filliping Filip





### خیز بازی سازهای ایرانی به سمت بازارهای جهانی (۱۳۹۴-۹۵-۹۶)

بازی سازی یکی از پردرآمدترین شغل های مدرن در جهان است که درآمد آن در آمریکا از کل فروش هالیوود هم بیشتر شده است. ایران هرچند به تازگی وارد بازی شده اما در طول همین مدت کوتاه درخشش در این حوزه کارهای قابل توجهی انجام شده است. برگزاری نمایشگاه بین المللی TGC ۲۰۱۸ یا «کنوانسیون بازی تهران» که امسال برای دومین بار در کشور برگزار شده و نماینده هایی از اروپا و آسیا در آن شرکت کرده اند نشان می دهد ایران در این زمینه در حال پیشرفت است. حضور ۴۶ سخنران خارجی، ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و چندین بازی ساز ایرانی و خارجی در این برنامه دو روزه، نشان دهنده پتانسیل های جدی ایران در حوزه بازی سازی است.

انتشار بازی های ایرانی در جهان

به گزارش همشهری، جایزه «گیمستان» یا Pitch Fest یکی از برنامه های ویژه ای بود که در رویداد TGC برای نخستین بار برگزار شد. در این برنامه رقابتی، ۹۰ بازی از ۹ کشور دنیا رقابت کردند و امکان معرفی آنها به ۲۰ ناشر بین المللی نیز فراهم شد. طه رسولی، مدیر برنامه آوا گیمز که مجریگری برنامه را بر عهده داشته، توضیح داد: «تلاش ما این است که ادبیات نگاه کردن به بازی به عنوان تجارت را جا بیندازیم و به بازی سازها کمک کنیم به جز سرگرمی، به عنوان کسب و کار به بازی نگاه کنند». حسین مزروعی، مدیر آواگیمز نیز با اشاره به بکر بودن بازار بازی ایران گفت: «سرمایه گذارها به دلیل تمنا قابل توجه نیروی جوان و تحصیل کرده در ایران و آمار بالای فارغ التحصیلان مهندسی به کشورمان توجه ویژه ای دارند و ما خودمان را به بهترین شکل به آنها عرضه خواهیم کرد».

کنترل کیفیت بازی های ایرانی در هند

صادر کردن بازی های ایرانی به بازارهای جهان، یکی از اهداف برگزاری کنوانسیون بازی های رایانه ای تهران است. بر همین اساس، ناشران خارجی بازی در این همایش حضور ویژه ای دارند. نویل پاتل، بنیانگذار و مدیرعامل شرکت هندی Qualitas Global گفت: «در پی برقراری ارتباط با توسعه دهندگان نرم افزاری ایرانی از طریق بنیاد ملی بازی های رایانه ای هستیم و در صددیم بازی های موبایلی ایرانی را در صورت داشتن کیفیت لازم به بازار هند ارائه کنیم». پاتل اظهار داشت: «ما به دنبال ایجاد یک فضای تعاملی و دوستانه بین صنعت بازی های رایانه ای هند و ایران هستیم و راه های مختلف ارائه خدمات به شرکت های ایرانی - به خصوص در زمینه کنترل کیفیت بازی - را ارزیابی می کنیم».

فکر! ارزشمندتر از محل زندگی

کیت ادواردز، مدیر اتحادیه تولیدکننده های بازی جهان (IGDA) سخنران کلیدی روز اول این برنامه بود. او به بازی سازهای ایرانی توصیه کرد به جای توجه به محدودیت ها، توانایی ها و فرهنگ غنی خود را جدی گرفته و بازی سازی را جدی بگیرند: «مکان، محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی کند و لازم نیست حتما در یک کشور خاص زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. برخی فکر می کنند از کشورهای مطرح بازی سازی جدا هستند و هیچ وقت بازی هایشان به صورت بین المللی منتشر نمی شود اما این اشتباه است. بسیاری از مردم آمریکا فکر می کنند بازی Angry Birds در آمریکا ساخته شده اما این بازی در فنلاند توسعه یافته است. در واقع اصلا مهم نیست این بازی در فنلاند بوده یا آمریکا بلکه این استعداد و شیوه ساخت بازی است که باید یاد بگیریم».

هدف: حضور بازی های ایرانی در بازارهای جهانی

رضا صالحی امیری، وزیر ارشاد روز گذشته از این نمایشگاه بازدید کرد. او در حاشیه این بازدید وضعیت اکوسیستم بازی سازهای ایرانی را تشریح کرد و گفت: «هدفگذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز نوپا محسوب می شود و باید برای تکامل و تقویت آن با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسائل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کنیم تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند». وی ادامه داد: رسانه های عمومی لزجمله صدا و سیما هنوز به طور جدی به بازی های رایانه ای توجه نکرده اند که امیدواریم فعال شوند. درباره رسانه های تخصصی نیز این رسانه ها باید تقویت شوند و در این راه می توان انتظار داشت مذاکراتی میان بنیاد ملی بازی ها و معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد شکل بگیرد.

منبع: همشهری



### درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است (۱۳۹۴-۹۵-۹۶)

تی جی سی ۲۰۱۸ به عنوان بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه با معرفی بهترین بازی های گیمستان به کار خود پایان داد. رویداد Tehran Game Convention ۲۰۱۸ با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی ساز ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

در این رویداد، کیت ادواردز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از (ادامه دارد ..)



(ادامه خبر ...) بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و افق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم. در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری TIGC ۲۰۱۷، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد. بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸

در مراسم اختتامیه TIGC ۲۰۱۸، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۲ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد TIGC، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.



## با امضای تفاهم نامه ای آغاز شد؛ همکاری دانشگاه صداوسیما با بنیاد ملی بازی های رایانه ای (۱۳۹۴-۱۳۹۵-۱۳۹۶)

تفاهم نامه همکاری برگزاری «دومین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی تحقیقات بازی های دیجیتال، گرایش ها، فناوری ها و کاربردها» بین دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و بنیاد ملی بازی های رایانه ای امضا شد.

به گزارش ایسکاتپوز به نقل از روابط عمومی دانشگاه صدا و سیما، این تفاهم نامه به منظور هم افزایی دو مجموعه بنیاد ملی بازی های رایانه ای و دانشگاه صدا و سیما در به کارگیری ظرفیت ها و توانایی های دو طرف و ارتقای نقش آفرینی هر یک در راستای استفاده از توان دانشگاه ها برای تولید علم منعقد شده است. گام جدی دانشگاه صداوسیما در حوزه هنرهای دیجیتال

شهاب اسفندیاری در مراسم انعقاد تفاهم نامه همکاری میان این دانشگاه و بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: متأسفانه در دانشگاه های کشور حوزه های علوم میان رشته ای هنوز توسعه کافی نداشته است و کنفرانسی که در ماه های آتی با موضوع تحقیقات بازی های دیجیتالی برگزار خواهد شد کنفرانسی بینارشته ای میان علوم هنری، فنی مهندسی، ارتباطی و انسانی و حتی پزشکی خواهد بود.

ریس دانشگاه صدا و سیما ادامه داد: حمایت از آموزش و پژوهش علوم و فنون بینارشته ای از جمله بازی های رایانه ای یکی از اهداف مهم دانشکده هنرهای دیجیتال این دانشگاه خواهد بود.

اسفندیاری افزود: در دانشکده هنرهای دیجیتال دانشگاه صدا و سیما سعی خواهد شد رشته هایی مانند انیمیشن، بازی های رایانه ای و جلوه های ویژه بصری که امروزه در صنعت سینمای جهان طرفداران بسیاری دارد، مورد توجه جدی قرار گیرد و گام های جدیدی در این حوزه برداشته خواهد شد.

وی با اشاره به اینکه بیشتر کاربران محصولات هنرهای دیجیتالی جوانان هستند، افزود: با توجه به مشکلات اقتصادی و معضل بیماری در کشور، توسعه صنعت ساخت بازی های دیجیتالی کمک شایانی به بازار کار و اشتغال جوانان می تواند داشته باشد.

اسفندیاری گفت: دانشگاه صدا و سیما ظرفیت های بسیار خوبی چه از نظر محتوای علمی و ادبیاتی و چه از نظر فنی و تجهیزاتی برای تربیت استعدادهای جوان و رشد و توسعه صنعت بازی های رایانه ای دارد.

ریس دانشگاه صدا و سیما در پایان ابراز امیدواری کرد همکاری این دانشگاه و بنیاد ملی بازی های رایانه ای به گسترش کمی و کیفی این صنعت در کشور منجر شود.

رشته ساخت بازی های رایانه ای در دانشگاه صداوسیما فعال شود

حسن کریمی قنوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز در این مراسم، گفت: این کنفرانس با هدف تحقیقات بازی های دیجیتال در ۴ گرایش فنی، علوم انسانی، هنر و علوم پزشکی به منظور کاربردی سازی این فناوری ها با تمرکز ویژه بر بازی های جدی برگزار می شود.

وی افزود: در بازی های جدی دیجیتال اهدافی فراتر از تفریح همچون آموزش، مهارت افزایی، آگاهی سازی، اطلاع رسانی و تبلیغات مورد توجه قرار می گیرد و تلاش ما به منظور برگزاری چرخشی این کنفرانس در دانشگاه ها به منظور شناسایی استعداد ها و چرخش علم در سطح دانشگاه هاست.

کریمی قنوسی گفت: کنفرانس بازی های دیجیتال دارای هیئت علمی و شورای سیاست گذاری است که در آن برنامه ریزی های برگزاری این کنفرانس و بخش های مختلف آن تبیین می شود.

ریس بنیاد ملی بازی های رایانه ای هدف از برگزاری کنفرانس بازی های دیجیتال را تقویت مبانی نظری و پیوند صنعت و دانشگاه به ویژه در زمینه بازی های جدی رایانه ای اعلام کرد.

وی در بخش دیگری از سخنانش با اشاره به اینکه بنیاد ملی بازی های رایانه ای زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از سال ۸۵ براساس مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی فعال شده است، گفت: وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رییس هیئت امنای بنیاد است و صداوسیما نیز نماینده ای در این هیئت دارد.(ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کریمی قدوسی افزود: حمایت از بازی سازان رایانه ای همچنین نظارت و اعطای مجوز به بازی رایانه ای و تعیین رده سنی برای این بازی ها چه آن دسته که در داخل تولید شده اند و چه بازی های خارجی همچنین فعالیت های آموزشی انستیتو ملی بازی سازی و مرکز رشد بنیاد ملی بازی های رایانه ای با همکاری دانشگاه ها و همچنین فعالیت های پژوهشی در کشور که کنفرانس ملی بازی های دیجیتال نیز از جمله این فعالیت های پژوهشی است. این فعال بخش تولیدات هنری دیجیتالی پیشنهاد کرد: رشته متمرکز کارشناسی ساخت بازی های رایانه ای در دانشگاه صداوسیما فعال شود. بنابراین مبانی این رشته تدوین شده و آماده ارائه به دانشگاه هاست.



## بازی های رایانه ای و فرصت های پیش رو؛ استعدادی که هنوز باورش نکرده ایم (۱۷/۰۵/۹۶-۹۵)

بازی ساز ایرانی گفت: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم نرسیده اند. ارتباطات به وجود آمده در رویدادهایی همانند TGC می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند.

به گزارش گروه اجتماعی خبرگزاری فارس، رویداد بین المللی Tehran Game Convention بزرگ ترین رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه محسوب می شود. حضور ده ها سخنران مطرح، بیش از ۱۰۰ شرکت، ناشر بین المللی و بیش از ۲۲۰۰ فعال بازی سازی در این رویداد از سراسر نقاط دنیا، فرصت بزرگی را برای رشد بازی سازی و بزرگ تر شدن بازار در ایران و منطقه فراهم می آورد.

نخستین دوره TGC در جولای ۲۰۱۷ با استقبال گسترده بازی سازان ایرانی و بین المللی برگزار شد و در دوره دوم، فرصت های بزرگ تری برای همکاری فعالان بازی سازی به وجود آورد.

۲۰۱۸ TGC در ۱۴ و ۱۵ تیر ماه ۹۷ از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار شد.

هرچند این رویداد فرصت بی همتایی را برای فعالان این حوزه نوپا به وجود آورده است اما انتقاداتی از راه نیافتن بازی های معرفی شده در ۲۰۱۷ TGC وجود داشت که حسن کریمی قدوسی رئیس بنیاد بازی های رایانه ای در گفت و گو با خبرنگار گروه اجتماعی خبرگزاری فارس در این باره با یادآوری این نکته که رویداد TGC در سال گذشته برای نخستین بار در ایران برگزار شده بود، گفت: در کشور ما بعضی اوقات یک همایش ۲۰ تا ۳۰ بار برگزار می شود و هیچ دستاوردی ندارد، با این وجود برخی با برگزاری یک دوره از این رویداد به دنبال دستاوردهای آن می گردند.

وی در ادامه اظهار داشت: بزرگ ترین دستاورد رویداد TGC در سال گذشته این است که در حال حاضر بیش از ۷ کمپانی بازی سازی در کشورمان با تمرکز بر روی بازارهای جهانی در حال ساخت بازی هستند.

کریمی قدوسی در خصوص اینکه چرا هنوز دو شرکت منتخب سال گذشته نتوانسته اند بازی هایشان را نشر دهند، گفت: اینکه دو اثر حاضر در TGC ارسال هنوز قرارداد نهایی را امضا نکرده اند طبیعی است. چون در کل صنعت بازی سازی ما این اولین بار بود که بازی سازان در برابر ناشران بین المللی می نشینند و آنها را برای نشر آثارشان توجه می کنند.

وی افزود: امسال پیش از برگزاری این رویداد سعی کردیم به بازی سازان یاد دهیم که چطور با ناشران خارجی مذاکره کنند و قبل از برگزاری این رویداد در این زمینه حدود ۴ کتاب کوچک چاپ و در اختیار بازی سازان قرار دادیم. همچنین یک ماه قبل از برگزاری از ۱۱ بازی ساز برای ارائه در مراسم افتتاحیه آموزش داده شدند.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با بیان اینکه ۱۱ شرکت بازی ساز در مراسم افتتاحیه دومین رویداد TGC بازی هایشان را معرفی کردند، بیان داشت: این نتیجه اعتماد به بازی سازان بود.

کریمی قدوسی با تأکید بر اینکه برگزاری این چنین رویدادی باعث خودباوری در میان بازی سازان می شود، گفت: بروز روحیه خودباوری مهمترین اتفاق میان بازی سازان ایرانی است که در حال تحقق است.

وی با اشاره به اینکه اقتصاد مقاومتی نیز به همین معنا و مفهوم است، تشریح کرد: اقتصاد مقاومتی به معنای تولید در درون کشور و عرضه به خارج است و این دقیقاً کاری است که در صنعت بازی سازی ما در حال اتفاق افتادن است.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با یادآوری این نکته که از سال گذشته ۲ بازی از سوی ناشران بین المللی مورد توجه قرار گرفته و در بازارهای خارج کشور به پای قرارداد اولیه نیز رسیده اند، خاطرنشان کرد: هنوز این آثار منتشر نشده است و امیدواریم امسال این صادرات افزایش پیدا کند.

کریمی قدوسی برگزاری چنین رویدادی را موجب افزایش دانش بین المللی در کشور دانست و اظهار داشت: حدود ۶۰ سخنران بین المللی در این رویداد حضور دارند.

وی گفت: در یک ماه گذشته دو مورد از بازی های ما در دو جشنواره خارجی به عنوان بهترین بازی شناخته شده است.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای اظهار داشت: سال گذشته ۵۰ ناشر و سخنران در رویداد TGC تهران شرکت کرده و امسال این تعداد به ۸۰ ناشر رسیده است. بازی سازی یک زمینه کاری رویایی با اعتبار بین المللی

بیادقی یکی نمایندگان از شرکت های بازی ساز حاضر در این رویداد، از مهمترین دستاوردهای برگزاری چنین رویدادی در کشور را آشنایی فعالان صنعت بازی سازی عنوان کرد.

سیف نیز یک سال است وارد صنعت بازی سازی شده است، او این زمینه کاری را رویایی دانست و گفت: بازی سازی علاوه بر درآمد خوبی که دارد یک زمینه کاری است که نمی توان بی علاقه وارد آن شد.

وی که کارشناس ارشد نرم افزار است از کار مداوم بالای ۱۰ ساعت برای ساخت یک بازی گفت و افزود: این زمینه کاری پیچیده و سخت (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) است اما یک بیزینس بین المللی معتبر و آینده دار خواهد بود. سیف پس از گذشت یک سال ۵ عنوان بازی تولید و به گفته خودش در ۱۴۲ کشور منتشر کرده است. وی از فیلتر شدن شبکه های اجتماعی انتقاد کرد و گفت: این شبکه ها برای بازی سازان کارایی فوق العاده ای دارند و با فیلتر شدن آن طیف وسیعی از مخاطب ما از دست می رود.

این بازی ساز با اشاره به اینکه بازی سازان مستقل به دلیل تازه بودن این زمینه کاری نیاز به یادگیری بیشتری دارند، اظهار داشت: **TGC** این موقعیت را فراهم می کند و می تواند با قاطعیت بگویم کارگاه های آموزشی برگزار شده در این رویداد از ۴ سال دوره کارشناسی که طی کرده ام پربارتر بوده است.

**TGC** رویدادی که فرصت دور زدن تحریم ها و ارتباط با جهان را برای بازی سازان ایرانی فراهم می کند

مهدی بهرامی که رشته بازی سازی را در هلند آموخته و در حال حاضر در ایران در این زمینه فعالیت می کند نیز گفت: **TGC** می تواند در مقابل تحریم ها به بازی سازان ایرانی کمک کند و برای برقراری ارتباط با بازی سازان در دیگر کشورها حائز اهمیت است.

بهرامی معتقد است: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم نرسیده اند. ارتباطات به وجود آمده در رویدادهایی همانند **TGC** می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند.

وی خاطرنشان کرد: صنعت بازی سازی در ایران از کپی رایت ضربه می خورد.

این بازی ساز گفت: یک قانون در زمینه بازی در دنیا وجود دارد، آن هم این است که اگر کار خوبی انجام دهی، کارت دیده می شود پس مستقیماً نیازی به حمایت های دولتی در این زمینه نیست. هرچند نباید نقش دولت در توسعه زمینه فعالیت را بی نتیجه دانست.



## آذرماه سال ۹۷؛ دومین کنفرانس بین المللی تحقیقات بازی های دیجیتالی برگزار می شود (۱۷/۴-۱۷/۴-۹۷)

دومین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی تحقیقات بازی های دیجیتالی، آذرماه سال جاری در دانشگاه صدا و سیما برگزار می شود.

به گزارش ایسکانیوز به نقل از روابط عمومی دانشگاه صدا و سیما، پس از انعقاد تفاهم نامه همکاری این دانشگاه با بنیاد ملی بازی های رایانه ای، از پوستر دومین کنفرانس بین المللی تحقیقات بازی های دیجیتالی رونمایی شد.

داوود نعمتی اتارکی معاون آموزش و پژوهش دانشگاه صدا و سیما نیز در خصوص این کنفرانس گفت: دانشگاه صدا و سیما به دلیل برخورداری از دانشکده های تولید، فنی و ارتباطات، ظرفیت های ویژه ای در حوزه های فنی، هنری و علوم انسانی برای ورود به موضوع بازی های دیجیتالی دارد. بنابراین میزبان خوبی برای برگزاری این کنفرانس بین المللی می تواند باشد.

معاون آموزش و پژوهش دانشگاه صدا و سیما افزود: اعضای کمیته علمی و داوران این کنفرانس را استادان برتر حوزه های بازی های دیجیتالی از دانشگاه های داخلی و خارجی تشکیل می دهند. همچنین با مشارکت دانشگاه صدا و سیما و بنیاد ملی بازی های رایانه ای، کارگروه ویژه ای برای نظارت، هدایت، مدیریت و حسن اجرای روند برگزاری کنفرانس تشکیل و فعال شده است.

مهلت نهایی ارسال مقالات تا تاریخ ۲۰ مهرماه است و علاقه مندان، استادان و پژوهشگران این عرصه می توانند برای کسب اطلاعات دقیق تر به سایت کنفرانس به آدرس [www.dgrconfc.com](http://www.dgrconfc.com) مراجعه کنند.

گفتنی است دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، یکی از مراکز علمی فعال کشور در حوزه بازی های دیجیتال است که با تمرکز خاص بر بعد فنی، انسانی و هنر به عنوان یک دانشگاه تخصصی در زمینه رسانه در کشور شناخته می شود. این دانشگاه ضمن اینکه از ظرفیت های مهم و کافی برای برگزاری یک رویداد علمی در حوزه بازی های دیجیتال برخوردار است، از بعد علمی همراستا با آخرین گرایش های مطالعاتی این حوزه در حرکت است.



## بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد (۱۷/۴-۱۷/۴-۹۷)

دومین نمایشگاه بین المللی **TGC** با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی به مدت دو روز در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار شد.

به گزارش آی تابناک: دومین نمایشگاه بین المللی **TGC**، ۱۴ و ۱۵ تیرماه امسال در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار شد. این نمایشگاه که با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی برپا شده بود، میزبان متخصصان این حوزه از ۱۴ کشور دنیا بود.

نمایشگاه **TGC** که توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای و همکاری **Game connection** فرانسه برگزار شد سعی داشته تا با برگزاری بیش از ۷۵ جلسه سخنرانی در قالب ۵ دسته بندی کلی، شاخصه های اصلی در پایه گذاری، اجرا و پشتیبانی در صنعت بازی را منطبق با تجارت استارت بین المللی، (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) به مخاطب ارائه دهد. این ۵ گروه سخنرانی ها شامل: فنی و برنامه نویسی، طراحی بازی، هنری، مدیریت پروژه و تجارت برده که سعی شده با به کارگیری اساتید بین المللی تجارب جدید به مخاطب ارائه کند. به نحوی که این سخنرانی ها به ۸۰ درصد سخنران خارجی برنامه ریزی شده بود.

نکته حائز اهمیت در این میان، تمرکز در به کارگیری اساتید داخلی در سخنرانی های فناوری و برنامه نویسی است. بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این گردهمایی دو روزه علاوه بر کنفرانس های فوق، ۶ نشست جامع را نیز در سالن اصلی مرکز همایش ها برگزار کرد تا حضور اساتید بزرگی چون پروفیسور پهرمن و دکتر مینائی، به سوالات بنیادین در زمینه راه اندازی و پیش برد تیم های بازی سازی و اهدافشان پاسخ داده شود. **TGC** همچنین به عنوان بزرگترین گردهمایی دست اندر کاران صنعت بازی سازی در خاورمیانه سعی داشته با میزبانی از نمایندگان مجموعه های بزرگ متولی بازی در غرفه های جانبی همایش، فرصت ارائه دستاورد های جدید سرمایه گذاری داخلی و خارجی را فراهم آورد. این غرفه ها در ۳ سالن مجزا در اختیار بازی سازان مستقل، ارائه دهندگان سرویس و خدمات بازی و مجموعه های وابسته به این حوزه بود. از جمله موفق ترین غرفه های حاضر در این عرصه می توان به زیست بوم مجازی درسا به عنوان تجمیع کننده تخصصی کودک و نوجوان، جیک به عنوان آب استور اختصاصی ایرانسل، استودیو دیدما به عنوان بازی ساز برنده جایزه بین المللی روسیه اشاره کرد.

نکته حائز اهمیت در این زمینه، بازدید سرمایه گذاران و متولیان امر بازی در کنار وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و نمایندگان مجلس از غرفه های این نمایشگاه بوده است. بازدید هایی که با توجه به کیفیت آن ها، برنامه سازان و مجموعه های تولید کننده بازی را به جذب سرمایه گذار خارجی برای ورود به بازارهای برون مرزی امیدوار کرده بود.

منبع: تسنیم

## ایران نو

### با حمایت ایرانسل صورت گرفت؛ برگزاری همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران (۱۳۹۵-۱۳۹۴)

ایران نو: با حمایت ایرانسل همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران برگزار شد.

به گزارش ایران نو، به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه نویسان داخلی صنعت بازی رایانه ای، ایرانسل با آب استور چارخونه، که به عنوان دومین آب استور بزرگ ایران شناخته می شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، **TGC** ارائه کرد.

چارخونه ایرانسل با رشد چشمگیر سه میلیون تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی همچون اختصاص **API** های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فروم اختصاصی برای گفت و گو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده های برنامه)، اپروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل ها ارائه کرده است. براساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی سازها می توانند با مدل های کسب و در آمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانسل همکاری کنند.

ایرانسل همچنین برای ناشرانی که علاقه مند به رایانه محصول خود در سطوح بین المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارائه کرده است. همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت **Game Connection** فرانسه با حمایت ایرانسل برگزار شده است. ایرانسل این امکان را فراهم کرده است تا بازی سازهایی که قصد همکاری با ایرانسل را دارند با مراجعه به وب سایت توسعه دهندگان چارخونه در این لینک و یا بازیگ مراجعه کنند.



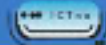
### از TGC در برابر تحریم های احتمالی محافظت می کنیم (۱۳۹۵-۱۳۹۴)

رویداد **Tehran Game Convention ۲۰۱۸** با حضور بیش از ۱۴۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰ ها شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی آخر هفته گذشته برگزار شد.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در سخنرانی افتتاحیه **TGC ۲۰۱۸**، سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخل و در بازارهای بین المللی را تشریح کرد.

حسن کریمی قدوسی گفت: بازی های رایانه ای بدون مرز و بدون محدودیت هستند و هر چقدر که کشورهای مختلف تلاش کنند تا آن را محدود کنند، باز هم این صنعت به سمت تکامل پیش خواهد رفت.

وی با بیان این که بازی سازی در ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست ادامه داد: امروز می توانیم با افتخار سرمان را بالا بیاوریم و اعلام کنیم که با وجود همه محدودیت های سال های اخیر، بزرگ ترین بازیگر این صنعت در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا هستیم. این حرف را امروز در **TGC** به (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) عنوان بزرگ ترین رویداد آموزشی و تجاری منطقه می‌زیم که این محدودیت روز به روز با تلاش شما و ما کم رنگ تر و بی اثر تر می‌شود. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: موفقیت های صنعت بازی های رایانه ای در کشور را مدیون بازی سازانی هستیم که با زبان بازی با مردم کشورشان صحبت کردند و امروز با همین زبان آماده صحبت با سایر کشورهای دنیا هستند.

کریمی خطاب به بازی سازان گفت: در این راه تنها نیستید. افقی که بنیاد با کمک شما تصویر کرده، روشن است و می‌خواهیم سهم حداکثری از بازار داخل و بازارهای جهانی داشته باشیم و موفقیت خود را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده بازی در خاورمیانه و شمال آفریقا حفظ کنیم. در این راه سه استراتژی اساسی را بنیاد ملی بازی های رایانه ای دنبال خواهد کرد.

وی با بیان این که استراتژی نخست بنیاد تقویت صنعت داخلی است گفت: صنعت بازی سازی ما به حمایت های مالی و غیر مالی شفاف و آموزش های حرفه ای نیاز دارد. شما می‌توانید در TGC به غرفه همگرا سر زده و با سیستم جامع و شفاف بنیاد برای تقویت صنعت آشنا شوید. بیش از یک سال برای طراحی این سامانه وقت صرف شده و تا انتهای تیر شروع به کار می‌کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاکید کرد: برگزاری دوره های مشترک بین المللی و اعزام تیم های ایرانی به رویدادهای خارجی با جدیت امسال نیز پیگیری می‌شود. کریمی با بیان این که در پیمایش انجام شده در سال ۱۳۹۶ آخرین آمارهای صنعت بازی های رایانه ای استخراج شده و آمار اولیه آن منتشر شده است گفت: در ماه های آینده تحلیل های بیشتری از این گزارش ارایه می‌شود تا بازی سازان انتخاب های هوشمندانه تری در ساخت بازی داشته باشند.

وی استراتژی دوم بنیاد را بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی دانست و گفت: تبلور این استراتژی را در برگزاری TGC مشاهده می‌کنید. امیدوارم بازی سازان ایرانی ضمن استفاده از کنفرانس هایی که این دو روز ارایه می‌شود، با سخنرانان بین المللی آشنا شده و شبکه سازی لازم برای به اشتراک گذاشتن دانش شکل بگیرد. موفق ترین شرکت ها در صنعت بازی های رایانه ای آنهایی هستند که شبکه بزرگی از متخصصان داخلی و خارجی با هم مرتبط بوده و به طور مستمر تجربیات خود را به اشتراک می‌گذارند. کریمی با تاکید بر این که بدون ورود به بازارهای جهانی، صنعت بازی سازی ما کم فروغ خواهد بود گفت: وقت آن است که موفقیت های مان در انتشار بازی های خارجی را چند برابر کنیم. اکنون این فرصت برای بازی سازان ایرانی فراهم شده است که بازی های شان را در TGC به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و ۵۰ سخنران خارجی معرفی کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای استراتژی سوم را محافظت از بازارهای داخلی دانست و گفت: ما وظیفه داریم برای بازی سازان داخلی در رقابت با بازی های خارجی مزیت رقابتی ایجاد کنیم. در این راه از بازی های خارجی ۱۰ درصد عوارض گرفته شده و به رشد و توسعه کیفیت پروژه های ایرانی اختصاص خواهد مکان زندگی شما، در موفقیت بازی سازان نقشی ندارد.

کیت اندوردز مدیرعامل Geoginify و مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) دیگر سخنران این مراسم بود. وی با بیان این که موفقیت در بازار بازی های رایانه ای، وابسته به مکان نیست، به بازی سازان ایرانی توصیه کرد به جای توجه به محدودیت ها، توانایی ها و فرهنگ غنی خود را درآغوش بگیرند.

وی با بیان این که در طول ۲۵ سال فعالیت در صنعت بازی سازی، که پنج سال آن به عنوان مدیر IGDA بوده است، در رویدادهای مختلف بازی سازی در سراسر جهان حضور داشته ام گفت: یکی از چیزهایی که در این سفرها یاد گرفتیم این است که «مکان» محدودیتی در بازی سازی ایجاد نمی‌کند و لازم نیست حتما در یک کشور خاصی زندگی کنید تا بتوانید بازی بسازید. من بازی سازان فراوانی دیده ام که خودشان چگونگی بازی سازی را یاد گرفته و پیشرفت کرده اند.

اندواردز ادامه داد: نکته دیگر این است که استعداد و نبوغ همیشه خود را نشان می‌دهد. برخی فکر می‌کنند از کشورهای مطرح بازی سازی جدا هستند و هیچ وقت بازی های شان به صورت بین المللی منتشر نمی‌شود. اما این حقیقت ندارد، شما چه در فرانسه باشید چه در نیجریه یا ایران یا آمریکا، می‌توانید به موفقیت دست یابید. مطمئن باشید تمام بازی سازان دنیا روزی همین استرس ها و نگرانی های شما برای موفقیت بازی هایشان را داشته اند.

مدیرعامل Geoginify ادامه داد: بسیاری از مردم آمریکا فکر می‌کنند بازی Angry Birds در آمریکا ساخته شده اما این بازی در فنلاند توسعه یافته است. در واقع اصلا مهم نیست این بازی در فنلاند بوده یا آمریکا، استعداد خودش را نشان می‌دهد و بازی جهانی می‌شود.

مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان در ادامه به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. همچنین شما شخصیت های اساطیری و بزرگی چون کوروش یا آرش دارید. شاید بپرسید ایرانی ها که این ها را می‌شناسند چرا باید درباره شان بازی بسازم. ولی من به شما می‌گویم مردم دنیا از تاریخچه این قهرمانان بی‌خبرند. چیزی ها به خوبی در بازی های موفق خود، از داستان ها و تمدن شان الهام می‌گیرند و شما نیز باید از فرهنگ خود الهام بگیرید.

وی افزود: برای این که بازی ساز موفق باشید لازم نیست مثل بازی سازان در آمریکا یا فنلاند عمل کنید. سعی کنید خودتان باشید و توانایی هایتان را دربر بگیرید. هر کس یک توانایی و استعداد دارد و توجه به این موضوع، کلیدی است. اندواردز گفت: مگر می‌شود گفت نقاشی پیکاسو زیاده است یا نقاشی دلونچینی. هر دو طرفداران و مشتاقان زیادی در دنیا دارد. هر کس در بازی سازی هم مدل و استایل خاص خود را دارد و نمی‌توانیم بگوییم کدام بهتر است. اتفاقا این تفاوت هاست که ما را به عنوان یک بازی ساز قوی تر می‌کند.

مدیرعامل Geoginify درخصوص این جمله مارک تواین که می‌گوید «مقایسه، مرگ شادی است» گفت: خودتان را با دیگران مقایسه نکنید و روی کار خود تمرکز کنید.

از TGC سیاتنت می‌کنیم

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز روز گذشته به بازدید از TGC۲۰۱۸ پرداخت.

عباس صالحی گفت: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم.

صالحی در پاسخ به این سوال که آیا امکان برگزاری یک نمایشگاه عمومی در کنار رویداد TGC وجود دارد گفت: هدف گذاری TGC انتقال و تبادل دانش و فرصت سازی برای حضور بازی های ایرانی در بازارهای خارجی است. این رویداد هنوز نوبت محسوب می‌شود و باید برای تکامل و تقویت آن (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ... ) با همراهی فعالان این حوزه، کار کارشناسی صورت گیرد. ما نیز حتماً نظر بازی سازان را در این خصوص جویا می شویم. وی با بیان این که برای رشد صنعت بازی سازی نیازمند فعالیت و همراهی و هماهنگی همه بازیگران این عرصه هستیم گفت: با این حال هر رویدادی با یک هدف مشخص تعریف می شود و با توجه به این هدف ممکن است شاهد حضور یک مجموعه در یک رویداد باشیم یا نه. اما این موضوع ناای ارزش ها و تلاش های آن مجموعه در صنعت بازی های رایانه ای نیست.

صالحی در پاسخ به اثر تحریم ها بر TGC گفت: هنوز خیلی از مسایل در حد گمانه زنی است. با این حال ما تلاش می کنیم از رویداد TGC صیانت کرده تا حداقل ضربه احتمالی را ببیند.



### همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران با حمایت ایرانسل برگزار شد (۱۳۹۴-۹۷/۰۹/۱۷)

با حمایت ایرانسل همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران طی روزهای پنجشنبه و جمعه ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد. به گزارش روابط عمومی ایرانسل، به منظور حمایت از ناشران، توسعه دهندگان و برنامه نویسان داخلی صنعت بازی رایانه ای، ایرانسل با آپ استور چارخونه، که به عنوان دومین آپ استور بزرگ ایران شناخته می شود امکانات فنی و بازاریابی را به شرکت کنندگان و حاضران در همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران، TGC ارائه کرد.

چارخونه ایرانسل با رشد چشمگیر سه میلیون تعداد کاربر و افزایش قابل توجه درآمد در سه سال گذشته، امکانات فنی و بازاریابی نظیر اختصاص API های کاربردی، کیف پول اختصاصی برای برنامه، فرم اختصاصی برای گفتگو و پاسخ دهی به مسائل فنی، آماروید (سامانه تحلیل و بررسی آنلاین داده های برنامه)، اپروید (فضای اختصاصی رایگان برای توسعه برنامه و ذخیره فایل ها) و مجله چارخونه را با قابلیت استفاده برای تمام سیستم عامل ها ارائه کرده است. براساس امکانات فنی و بازاریابی ارائه شده، بازی سازها می توانند با مدل های کسب و در آمدی «فروشی»، «اشتراکی» و «درون پرداختی» با چارخونه ایرانسل همکاری کنند.

ایرانسل همچنین برای ناشرانی که علاقمند به ارایه محصول خود در سطوح بین المللی هستند پلتفرم تخصصی بازی را ارایه کرده است. همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران بزرگترین رویداد تجاری صنعت بازی در خاور میانه است که از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه با حمایت ایرانسل برگزار شده است.

ایرانسل این امکان را فراهم کرده است تا بازی سازهایی که قصد همکاری با ایرانسل را دارند با مراجعه به وب سایت توسعه دهندگان چارخونه در نشانی [developer.charkhoneh.com](http://developer.charkhoneh.com) و یا بازیگ developer.charkhoneh.com و یا بازیگ مراجعه کنند.



خبرگزاری کار ایران

### با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده؛ بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد (۱۳۹۴-۹۷/۰۹/۱۷)

دومین نمایشگاه بین المللی TGC با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی تهران برگزار شد.

به گزارش ایلنا، دومین نمایشگاه بین المللی ۱۴، TGC و ۱۵ تیرماه امسال در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار شد. این نمایشگاه که با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی برپا شده بود، میزبان متخصصان این حوزه از ۱۴ کشور دنیا بود.

نمایشگاه TGC که توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای و همکاری Game connection فرانسه برگزار شد سعی داشته تا با برگزاری بیش از ۷۵ جلسه سخنرانی در قالب ۵ دسته بندی کلی، شاخه های اصلی در پایه گذاری، اجرا و پشتیبانی در صنعت بازی را منطبق با تجارت اساتید بین المللی، به مخاطب ارائه دهد. این ۵ گروه سخنرانی ها شامل: فنی و برنامه نویسی، طراحی بازی، هنری، مدیریت پروژه و تجارت برده که سعی شده با به کارگیری اساتید بین المللی تجارت جدید به مخاطب ارائه کند. به نحوی که این سخنرانی ها به ۸۰ درصد سخنران خارجی برنامه ریزی شده بود.

نکته حائز اهمیت در این میان، تمرکز در به کارگیری اساتید داخلی در سخنرانی های فناوری و برنامه نویسی است.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این گردهمایی دو روزه علاوه بر کنفرانس های فوق، ۶ نشست جامع را نیز در سالن اصلی مرکز همایش ها برگزار کرد تا حضور اساتید بزرگی چون پروفیسور پهرمن و دکتر مینائی، به سوالات بنیادین در زمینه راه اندازی و پیش برد تیم های بازی سازی و اهدافشان پاسخ داده شود.

TGC همچنین به عنوان بزرگترین گردهمایی دست اندر کاران صنعت بازی سازی در خاورمیانه سعی داشته با میزبانی از نمایندگان مجموعه های بزرگ متولی بازی در غرفه های جانبی همایش، فرصت ارائه دستاورد های جدید سرمایه گذاری داخلی و خارجی را فراهم آورد. این غرفه ها در ۳ سالن مجزا در اختیار بازی سازان مستقل، ارائه دهندگان سرویس و خدمات بازی و مجموعه های وابسته به این حوزه بود. از جمله موفق ترین غرفه های حاضر در این عرصه می توان به زیست بوم مجازی درسا به عنوان تجمیع کننده تخصصی کودک و نوجوان، جیک به عنوان آپ استور اختصاصی ایرانسل، استودیو دیدما به عنوان بازی ساز برنده جایزه بین المللی روسیه اشاره کرد.

نکته حائز اهمیت در این زمینه، بازدید سرمایه گذاران و متولیان امر بازی در کنار وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و نمایندگان مجلس از غرفه (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) های این نمایشگاه بوده است. بازدید هایی که با توجه به کیفیت آن ها، برنامه سازان و مجموعه های تولید کننده بازی را به جذب سرمایه گذار خارجی برای ورود به بازارهای برون مرزی امیدوار کرده بود.



click

### تماشا کنید: گزارشی اختصاصی کلیک از نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران (۱۳۹۵-۹۶/۰۴/۱۷)

رسانه کلیک - نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران (TGC ۲۰۱۸) روزهای پنجشنبه و جمعه در سالن همایش های صدا و سیما با هدف صادرات بازی های ویدیویی بین المللی به ایران برگزار شد. در نخستین دوره این رویداد دو روزه که بنیاد ملی بازی های رایانه ای مجری آن است، ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. در نهایت جایزه «گیمستان» به برندگان اعطا شد. در دومین روز رویداد تی جی سی سید عباس صالحی وزیر ارشاد با حضور در این رویداد در جمع خبرنگاران عنوان کرد: بر مبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسوولیت حوزه بازی های رایانه ای برعهده بنیاد ملی بازی های رایانه ای که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است. با این حال برنامه هایی برای هماهنگی بیشتر با وزارتخانه های مختلف در این حوزه داریم. وی درباره نحوه مجوزها به بازی سازان و تولیدکنندگان که بسیاری از آنان در این زمینه به برخی محدودیت ها اشاره کرده بودند، گفت: در دامن مجوز هیچ گونه محدودیتی وجود ندارد و تمام بازی سازان دستشان در این زمینه باز است. در بالا گزارشی کلیک از این رویداد بزرگ را مشاهده می کنید.



### بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد (۱۳۹۷-۹۶/۰۴/۱۷)

دومین نمایشگاه بین المللی TGC با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی تهران برگزار شد.

به گزارش ایلتا، دومین نمایشگاه بین المللی TGC، ۱۴ و ۱۵ تیرماه امسال در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار شد. این نمایشگاه که با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی برپا شده بود، میزبان متخصصان این حوزه از ۱۴ کشور دنیا بود. نمایشگاه TGC که توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای و همکاری Game connection فرانسه برگزار شد سعی داشته تا با برگزاری بیش از ۷۵ جلسه سخنرانی در قالب ۵ دسته بندی کلی، شاخصه های اصلی در پایه گذاری، اجرا و پشتیبانی در صنعت بازی را منطبق با تجارت اساتید بین المللی، به مخاطب ارائه دهد. این ۵ گروه سخنرانی ها شامل: فنی و برنامه نویسی، طراحی بازی، هنری، مدیریت پروژه و تجارت برده که سعی شده با به کارگیری اساتید بین المللی تجارب جدید به مخاطب ارائه کند. به نحوی که این سخنرانی ها به ۸۰ درصد سخنران خارجی برنامه ریزی شده بود. نکته حائز اهمیت در این میان، تمرکز در به کارگیری اساتید داخلی در سخنرانی های فناوری و برنامه نویسی است. بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این گردهمایی دو روزه علاوه بر کنفرانس های فوق، ۶ نشست جامع را نیز در سالن اصلی مرکز همایش ها برگزار کرد تا حضور اساتید بزرگی چون پروفیسور پهرمن و دکتر مینائی، به سوالات بنیادین در زمینه راه اندازی و پیش برد تیم های بازی سازی و اهدافشان پاسخ داده شود. TGC همچنین به عنوان بزرگترین گردهمایی دست اندر کاران صنعت بازی سازی در خاورمیانه سعی داشته با میزبانی از نمایندگان مجموعه های بزرگ متولی بازی در غرفه های جانی همایش، فرصت ارائه دستاورد های جدید سرمایه گذاری داخلی و خارجی را فراهم آورد. این غرفه ها در ۳ سالن مجزا در اختیار بازی سازان مستقل، ارائه دهندگان سرویس و خدمات بازی و مجموعه های وابسته به این حوزه بود. از جمله موفق ترین غرفه های حاضر در این عرصه می توان به زیست بوم مجازی درسا به عنوان تجمیع کننده تخصصی کودک و نوجوان، جیک به عنوان آب استور اختصاصی ایرانسل، استودیو دیدما به عنوان بازی ساز برنده جایزه بین المللی روسیه اشاره کرد. نکته حائز اهمیت در این زمینه، بازدید سرمایه گذاران و متولیان امر بازی در کنار وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و نمایندگان مجلس از غرفه های این نمایشگاه بوده است. بازدید هایی که با توجه به کیفیت آن ها، برنامه سازان و مجموعه های تولید کننده بازی را به جذب سرمایه گذار خارجی برای ورود به بازارهای برون مرزی امیدوار کرده بود.





### درآمد صنعت بازی بیش از ورزش های حرفه ای است (۱۳۸۵-۱۳۸۶)

تی جی سی ۲۰۱۸ به عنوان بزرگ ترین رویداد بازی سازی خاورمیانه با معرفی بهترین بازی های گیمستان به کار خود پایان داد. رویداد **Tehran Game Convention ۲۰۱۸** با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، بیش از ۲۰ ناشر خارجی و شرکت های بازی ساز ایرانی و خارجی، ۱۴ و ۱۵ تیرماه برگزار شد.

در این رویداد، کیت ادواردز - مدیر سابق اتحادیه تولیدکنندگان بازی جهان (IGDA) - به بازی سازان ایرانی توصیه کرد: فرهنگ خود را در آغوش بگیرید. ایران باستان سرآغاز بسیاری از بازی ها در جهان بوده است و خیلی از کشورهای آسیایی موفق در حوزه بازی سازی، چنین تاریخچه ای ندارند. درآمد صنعت بازی های رایانه ای در دنیا سال گذشته از درآمد کل ورزش های حرفه ای دنیا بیشتر بود و این نشان می دهد کار ما اثرگذاری اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

حسن کریمی قدوسی - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای - نیز در این رویداد با تشریح سه استراتژی بنیاد برای موفقیت بازی های ایرانی در بازار داخلی و در بازارهای بین المللی، گفت: تقویت صنعت داخلی، بین المللی کردن صنعت بازی های رایانه ای در کنار حفظ هویت بومی و محافظت از بازارهای داخلی، سه استراتژی اصلی بنیاد است و افق روشنی پیش روی صنعت بازی سازی ایران متصور هستیم.

در بخش نمایشگاهی این رویداد نیز ۶۰ شرکت داخلی و خارجی حضور داشتند. با تمهیدات اندیشیده شده از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اهداف و تمرکز این رویداد روی توسعه دانش بازی سازان ایرانی و صادرات بازی های کشورمان به بازارهای جهانی بود. بسیاری از تیم های بازی سازی برای برطرف کردن مشکلات شان و بهبود کیفی پروژه ها، در کنفرانس های متنوع این رویداد شرکت کردند. همچنین پس از برگزاری **TGC۲۰۱۷**، تیم های بازی سازی مختلفی پروژه های بین المللی خود را آغاز کرده بودند که رویداد امسال فرصتی برای آن ها در جهت مذاکره با ناشران خارجی محسوب می شد.

بهترین بازی های گیمستان ۲۰۱۸ در مراسم اختتامیه **TGC۲۰۱۸**، برندگان نخستین دوره جایزه گیمستان معرفی شدند. گیمستان نام منطقه ای فرضی است که در آن ۲۲ کشور آسیایی و آفریقایی، از هند و مراکش تا قزاقستان و یمن و همچنین کشورهای مانند ترکیه و مصر در آن حضور دارند. ویژگی این کشورها این است که تیم های جوان و خلاق بازی ساز در آنجا حضور داشته و صنعت بازی های ویدئویی در این منطقه در حال رشد است. بیش از ۲ میلیارد نفر در این منطقه زندگی کرده و ۴۰ درصد آن ها روزانه به بازی کردن می پردازند.

در نخستین دوره این رویداد ۹۰ بازی از ۹ کشور جهان به رقابت پرداختند که شامل ۶۵ بازی موبایلی و ۲۵ بازی در کنسول PC می شد. نامزدهای گیمستان یک ماه پیش از مراسم معرفی شدند و به آنها فرصت داده شد در نخستین روز رویداد **TGC**، بازی های خود را به بیش از ۲۰ ناشر بین المللی و سرمایه گذاران و ناشران داخلی معرفی کنند.



### قوانینوز

### بزرگترین بازار صنعت بازی سازی خاورمیانه برگزار شد (۱۳۸۵-۱۳۸۶)

دومین نمایشگاه بین المللی **TGC** با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی تهران برگزار شد. به گزارش قوانینوز به نقل از ایلا، دومین نمایشگاه بین المللی **TGC**، ۱۴ و ۱۵ تیرماه امسال در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما تهران برگزار شد. این نمایشگاه که با حضور بیش از ۲۳۰۰ شرکت کننده در بخش های مختلف صنعت بازی برپا شده بود، میزبان متخصصان این حوزه از ۱۴ کشور دنیا بود.

نمایشگاه **TGC** که توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای و همکاری **Game connection** فرانسه برگزار شد سعی داشته تا با برگزاری بیش از ۷۵ جلسه سخنرانی در قالب ۵ دسته بندی کلی، شاخصه های اصلی در پایه گذاری، اجرا و پشتیبانی در صنعت بازی را منطبق با تجارت اساتید بین المللی، به مخاطب ارائه دهد. این ۵ گروه سخنرانی ها شامل: فنی و برنامه نویسی، طراحی بازی، هنری، مدیریت پروژه و تجارت برده که سعی شده با به کارگیری اساتید بین المللی تجارب جدید به مخاطب ارائه کند. به نحوی که این سخنرانی ها به ۸۰ درصد سخنران خارجی برنامه ریزی شده بود.

نکته حائز اهمیت در این میان، تمرکز در به کارگیری اساتید داخلی در سخنرانی های فناوری و برنامه نویسی است. بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این گردهمایی دو روزه علاوه بر کنفرانس های فوق، ۶ نشست جامع را نیز در سالن اصلی مرکز همایش ها برگزار کرد تا حضور اساتید بزرگی چون پروفیسور پهرمن و دکتر مینائی، به سوالات بنیادین در زمینه راه اندازی و پیش برد تیم های بازی سازی و اهدافشان پاسخ داده شود.

**TGC** همچنین به عنوان بزرگترین گردهمایی دست اندر کاران صنعت بازی سازی در خاورمیانه سعی داشته با میزبانی از نمایندگان مجموعه های بزرگ متولی بازی در غرفه های جانی همایش، فرصت ارائه دستاورد های جدید سرمایه گذاری داخلی و خارجی را فراهم آورد. این غرفه ها در ۳ سالن مجزا در اختیار بازی سازان مستقل، ارائه دهندگان سرویس و خدمات بازی و مجموعه های وابسته به این حوزه بود. از جمله موفق ترین غرفه های حاضر در این عرصه می توان به زیست بوم مجازی درسا به عنوان تجمیع کننده تخصصی کودک و نوجوان، جیک به عنوان آب استور اختصاصی ایرانسل، استودیو دیدما به عنوان بازی ساز برنده جایزه بین المللی روسیه اشاره کرد.

نکته حائز اهمیت در این زمینه، بازدید سرمایه گذاران و متولیان امر بازی در کنار وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و نمایندگان مجلس از غرفه های این نمایشگاه بوده است. بازدید هایی که با توجه به کیفیت آن ها، برنامه سازان و مجموعه های تولید کننده بازی را به جذب سرمایه گذار خارجی برای ورود به بازارهای برون مرزی امیدوار کرده بود.

## بازی های رایانه ای و فرصت های پیش رو؛ استعدادی که هنوز باورش نکرده ایم (۱۳۹۵-۹۶-۷۷-۷۸)

بازی ساز ایرانی گفت: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم نرسیده اند. ارتباطات به وجودآمده در رویدادهایی همانند TGC می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند.

به گزارش گروه رسانه های دیگر آنا، رویداد بین المللی Tehran Game Convention بزرگ ترین رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه محسوب می شود. حضور ده ها سخنران مطرح، بیش از ۱۰۰ شرکت، ناشر بین المللی و بیش از ۲۳۰۰ فعال بازی سازی در این رویداد از سراسر نقاط دنیا، فرصت بزرگی را برای رشد بازی سازی و بزرگ تر شدن بازار در ایران و منطقه فراهم می آورد.

نخستین دوره TGC در جولای ۲۰۱۷ با استقبال گسترده بازی سازان ایرانی و بین المللی برگزار شد و در دوره دوم، فرصت های بزرگ تری برای همکاری فعالان بازی سازی به وجود آورد.

۲۰۱۸ TGC در ۱۴ و ۱۵ تیر ماه ۹۷ از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار شد.

هرچند این رویداد فرصت بی همتایی را برای فعالان این حوزه نوپا به وجود آورده است اما انتقاداتی از راه نیافتن بازی های معرفی شده در ۲۰۱۷ TGC وجود داشت که حسن کریمی قدوسی رئیس بنیاد بازی های رایانه ای در گفت و گو با خبرنگار گروه اجتماعی خبرگزاری فارس در این باره با یادآوری این نکته که رویداد TGC در سال گذشته برای نخستین بار در ایران برگزار شده بود، گفت: در کشور ما بعضی اوقات یک همایش ۲۰ تا ۳۰ بار برگزار می شود و هیچ دستاوردی ندارد، با این وجود برخی با برگزاری یک دوره از این رویداد به دنبال دستاوردهای آن می گردند.

وی در ادامه اظهار داشت: بزرگ ترین دستاورد رویداد TGC در سال گذشته این است که در حال حاضر بیش از ۷ کمپانی بازی سازی در کشورمان با تمرکز بر روی بازارهای جهانی در حال ساخت بازی هستند.

کریمی قدوسی در خصوص اینکه چرا هنوز دو شرکت منتخب سال گذشته نتوانسته اند بازی هایشان را نشر دهند، گفت: اینکه دو اثر حاضر در TGC پارسل هنوز قرارداد نهایی را امضا نکرده اند طبیعی است، چون در کل صنعت بازی سازی ما این اولین بار بود که بازی سازان در برابر ناشران بین المللی می نشینند و آنها را برای نشر آثارشان توجیه می کنند.

وی افزود: امسال پیش از برگزاری این رویداد سعی کردیم به بازی سازان یاد دهیم که چطور با ناشران خارجی مذاکره کنند و قبل از برگزاری این رویداد در این زمینه حدود ۴ کتاب کوچک چاپ و در اختیار بازی سازان قرار دادیم. همچنین یک ماه قبل از برگزاری از ۱۱ بازی ساز برای ارائه در مراسم افتتاحیه آموزش داده شدند.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با بیان اینکه ۱۱ شرکت بازی ساز در مراسم افتتاحیه دومین رویداد TGC بازی هایشان را معرفی کردند، بیان داشت: این نتیجه اعتماد به بازی سازان بود.

کریمی قدوسی با تأکید بر اینکه برگزاری این چنین رویدادی باعث خودباوری در میان بازی سازان می شود، گفت: بروز روحیه خودباوری مهمترین اتفاق میان بازی سازان ایرانی است که در حال تحقق است.

وی با اشاره به اینکه اقتصاد مقاومتی نیز به همین معنا و مفهوم است، تشریح کرد: اقتصاد مقاومتی به معنای تولید در درون کشور و عرضه به خارج است و این دقیقاً کاری است که در صنعت بازی سازی ما در حال اتفاق افتادن است.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با یادآوری این نکته که از سال گذشته ۲ بازی از سوی ناشران بین المللی مورد توجه قرار گرفته و در بازارهای خارج کشور به پای قرارداد اولیه نیز رسیده اند، خاطرنشان کرد: هنوز این آثار منتشر نشده است و امیدواریم امسال این صادرات افزایش پیدا کند.

کریمی قدوسی برگزاری چنین رویدادی را موجب افزایش دانش بین المللی در کشور دانست و اظهار داشت: حدود ۶۰ سخنران بین المللی در این رویداد حضور دارند.

وی گفت: در یک ماه گذشته دو مورد از بازی های ما در دو جشنواره خارجی به عنوان بهترین بازی شناخته شده است. رئیس بنیاد بازی های رایانه ای اظهار داشت: سال گذشته ۵۰ ناشر و سخنران در رویداد TGC تهران شرکت کرده و امسال این تعداد به ۸۰ ناشر رسیده است.

بازی سازی یک زمینه کاری رویایی با اعتبار بین المللی بیبدلی یکی نمایندگان از شرکت های بازی ساز حاضر در این رویداد، از مهمترین دستاوردهای برگزاری چنین رویدادی در کشور را آشنایی فعالان صنعت بازی سازی عنوان کرد.

سیف نیز یک سال است وارد صنعت بازی سازی شده است، او این زمینه کاری را رویایی دانست و گفت: بازی سازی علاوه بر درآمد خوبی که دارد یک زمینه کاری است که نمی توان بی علاقه وارد آن شد.

وی که کارشناس ارشد نرم افزار است از کار مداوم بالای ۱۰ ساعت برای ساخت یک بازی گفت و افزود: این زمینه کاری پیچیده و سخت است اما یک بیزینس بین المللی معتبر و آینده دار خواهد بود.

سیف پس از گذشت یک سال ۵ عنوان بازی تولید و به گفته خودش در ۱۴۲ کشور منتشر کرده است.

وی از فیلتر شدن شبکه های اجتماعی انتقاد کرد و گفت: این شبکه ها برای بازی سازان کارایی فوق العاده ای دارند و با فیلتر شدن آن طیف وسیعی از مخاطب ما از دست می رود.

این بازی ساز با اشاره به اینکه بازی سازان مستقل به دلیل تازه بودن این زمینه کاری نیاز به یادگیری بیشتری دارند، اظهار داشت: TGC این موقعیت را فراهم می کند و می توانم با قاطعیت بگویم کارگاه های آموزشی برگزار شده در این رویداد از ۴ سال دوره کارشناسی که طی کرده ام پربارتر بوده است.

TGC رویدادی که فرصت دور زدن تحریم ها و ارتباط با جهان را برای بازی سازان ایرانی فراهم می کند(ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مهدی بهرامی که رشته بازی سازی را در هلند آموخته و در حال حاضر در ایران در این زمینه فعالیت می کند نیز گفت: **TGC** می تواند در مقابل تحریم ها به بازی سازان ایرانی کمک کند و برای برقراری ارتباط با بازی سازان در دیگر کشورها حائز اهمیت است. بهرامی معتقد است: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم ترسیده اند. ارتباطات به وجودآمده در رویدادهایی همانند **TGC** می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند. وی خاطرنشان کرد: صنعت بازی سازی در ایران از کبلی رایت ضربه می خورد. این بازی ساز گفت: یک قانون در زمینه بازی در دنیا وجود دارد، آن هم این است که اگر کار خوبی انجام دهی، کارت دیده می شود پس مستقیماً نیازی به حمایت های دولتی در این زمینه نیست. هرچند نباید نقش دولت در توسعه زمینه فعالیت را بی نتیجه دانست.

منبع: فارس



## دیجیتال

### گفتگو با برگزارکنندگان نمایشگاه ۲۰۱۸ Tehran Game Convention [نمایش کنید] (۱۳۹۶/۰۹/۰۹-۱۳۹۶/۰۹/۱۵)

رویداد تجاری ۲۰۱۸ Tehran Game Convention یا به اختصار نمایشگاه **TGC** با اهدافی نظیر انتقال دانش بازی سازی به ایران و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازار بین المللی آخر هفته گذشته در سالن همایش های صدا و سیما برگزار شد. پتل ها، سخنرانی ها، رابطه سازی ها و امکان انعقاد قراردادهای بین المللی از ویژگی های برجسته چنین رویدادی به حساب می آیند که بنیاد ملی بازی های رایانه ای هم به خوبی امکان آن را برای شرکت کنندگان برقرار کرد. در این ویدیو به گفتگو با برگزارکنندگان نمایشگاه ۲۰۱۸ **TGC** می پردازیم و از آن ها در مورد شرایط تحریم و اثرگذاری آن روی **TGC**، حواشی و آینده بازی سازی در ایران صحبت می کنیم. از عباس صالحی، وزیر فرهنگ و ارشاد دولت دوازدهم گرفته تا پیر کار، مدیرعامل گیم کانکشن فرانسه مهمان قاب تصویر دیجیتال بودند.



## فینیکس

### بازی های رایانه ای و فرصت های پیش رو (۱۳۹۶/۰۹/۱۸-۱۳۹۶/۰۹/۲۵)

رویداد بین المللی Tehran Game Convention بزرگ ترین رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه محسوب می شود.

به گزارش افکارنیوز، حضور ده ها سخنران مطرح، بیش از ۱۰۰ شرکت، ناشر بین المللی و بیش از ۲۳۰۰ فعال بازی سازی در این رویداد از سراسر نقاط دنیا، فرصت بزرگی را برای رشد بازی سازی و بزرگ تر شدن بازار در ایران و منطقه فراهم می آورد. نخستین دوره **TGC** در جولای ۲۰۱۷ با استقبال گسترده بازی سازان ایرانی و بین المللی برگزار شد و در دوره دوم، فرصت های بزرگ تری برای همکاری فعالان بازی سازی به وجود آورد. **TGC** ۲۰۱۸ در ۱۴ و ۱۵ تیر ماه ۹۷ از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار شد. هرچند این رویداد فرصت بی همتایی را برای فعالان این حوزه نوپا به وجود آورده است اما انتقاداتی از راه نیافتن بازی های معرفی شده در ۲۰۱۷ **TGC** وجود داشت که حسن کریمی قدوسی رئیس بنیاد بازی های رایانه ای در گفت و گو با خبرنگار گروه اجتماعی خبرگزاری فارس در این باره با یادآوری این نکته که رویداد **TGC** در سال گذشته برای نخستین بار در ایران برگزار شده بود، گفت: در کشور ما بعضی اوقات یک همایش ۲۰ تا ۳۰ بار برگزار می شود و هیچ دستاوردی ندارد، با این وجود برخی با برگزاری یک دوره از این رویداد به دنبال دستاوردهای آن می گردند. وی در ادامه اظهار داشت: بزرگ ترین دستاورد رویداد **TGC** در سال گذشته این است که در حال حاضر بیش از ۷ کمپانی بازی سازی در کشورمان با تمرکز بر روی بازارهای جهانی در حال ساخت بازی هستند. کریمی قدوسی در خصوص اینکه چرا هنوز دو شرکت منتخب سال گذشته نتوانسته اند بازی هایشان را نشر دهند، گفت: اینکه دو اثر حاضر در **TGC** پارسال هنوز قرارداد نهایی را امضا نکرده اند طبیعی است، چون در کل صنعت بازی سازی ما این اولین بار بود که بازی سازان در برابر ناشران بین المللی می نشینند و آنها را برای نشر آثارشان توجیه می کنند. وی افزود: امسال پیش از برگزاری این رویداد سعی کردیم به بازی سازان یاد دهیم که چطور با ناشران خارجی مذاکره کنند و قبل از برگزاری این رویداد در این زمینه حدود ۴ کتاب کوچک چاپ و در اختیار بازی سازان قرار دادیم. همچنین یک ماه قبل از برگزاری از ۱۱ بازی ساز برای ارائه در مراسم افتتاحیه آموزش داده شدند. رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با بیان اینکه ۱۱ شرکت بازی ساز در مراسم افتتاحیه دومین رویداد **TGC** بازی هایشان را معرفی کردند، بیان (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) داشتند این نتیجه اعتماد به بازی سازان بود. کریمی قدوسی با تأکید بر اینکه برگزاری این چنین رویدادی باعث خودباوری در میان بازی سازان می شود، گفت: بروز روحیه خودباوری مهمترین اتفاق میان بازی سازان ایرانی است که در حال تحقق است.

وی با اشاره به اینکه اقتصاد مقاومتی نیز به همین معنا و مفهوم است، تشریح کرد: اقتصاد مقاومتی به معنای تولید در درون کشور و عرضه به خارج است و این دقیقاً کاری است که در صنعت بازی سازی ما در حال اتفاق افتادن است.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با یادآوری این نکته که از سال گذشته ۲ بازی از سوی ناشران بین المللی مورد توجه قرار گرفته و در بازارهای خارج کشور به پای قرارداد اولیه نیز رسیده اند، خاطرنشان کرد: هنوز این آثار منتشر نشده است و امیدواریم امسال این صادرات افزایش پیدا کند.

کریمی قدوسی برگزاری چنین رویدادی را موجب افزایش دانش بین المللی در کشور دانست و اظهار داشت: حدود ۶۰ سخنران بین المللی در این رویداد حضور دارند.

وی گفت: در یک ماه گذشته دو مورد از بازی های ما در دو جشنواره خارجی به عنوان بهترین بازی شناخته شده است. رئیس بنیاد بازی های رایانه ای اظهار داشت: سال گذشته ۵۰ ناشر و سخنران در رویداد TGC تهران شرکت کرده و امسال این تعداد به ۸۰ ناشر رسیده است.

بازی سازی یک زمینه کاری رویایی با اعتبار بین المللی بیبدلی یکی نمایندگان از شرکت های بازی ساز حاضر در در این رویداد، از مهمترین دستاوردهای برگزاری چنین رویدادی در کشور را آشنایی فعالان صنعت بازی سازی عنوان کرد.

سیف نیز یک سال است وارد صنعت بازی سازی شده است، او این زمینه کاری را رویایی دانست و گفت: بازی سازی علاوه بر درآمد خوبی که دارد یک زمینه کاری است که نمی توان بی علاقه وارد آن شد.

وی که کارشناس ارشد نرم افزار است از کار مداوم بالای ۱۰ ساعت برای ساخت یک بازی گفت و افزود: این زمینه کاری پیچیده و سخت است اما یک بیزینس بین المللی معتبر و آینده دار خواهد بود.

سیف پس از گذشت یک سال ۵ عنوان بازی تولید و به گفته خودش در ۱۴۲ کشور منتشر کرده است. وی از فیلتر شدن شبکه های اجتماعی انتقاد کرد و گفت: این شبکه ها برای بازی سازان کارایی فوق العاده ای دارند و با فیلتر شدن آن طیف وسیعی از مخاطب ما از دست می رود.

این بازی ساز با اشاره به اینکه بازی سازان مستقل به دلیل تازه بودن این زمینه کاری نیاز به یادگیری بیشتری دارند، اظهار داشت: TGC این موقعیت را فراهم می کند و می توانم با قاطعیت بگویم کارگاه های آموزشی برگزار شده در این رویداد از ۴ سال دوره کارشناسی که طی کرده ام پربارتر بوده است.

TGC رویدادی که فرصت دور زدن تحریم ها و ارتباط با جهان را برای بازی سازان ایرانی فراهم می کند مهدی بهرامی که رشته بازی سازی را در هلند آموخته و در حال حاضر در ایران در این زمینه فعالیت می کند نیز گفت: TGC می تواند در مقابل تحریم ها به بازی سازان ایرانی کمک کند و برای برقراری ارتباط با بازی سازان در دیگر کشورها حائز اهمیت است.

بهرامی معتقد است: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم نرسیده اند. ارتباطات به وجودآمده در رویدادهایی همانند TGC می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند.

وی خاطرنشان کرد: صنعت بازی سازی در ایران از کپی رایت ضربه می خورد. این بازی ساز گفت: یک قانون در زمینه بازی در دنیا وجود دارد، آن هم این است که اگر کار خوبی انجام دهی، کارت دیده می شود پس مستقیماً نیازی به حمایت های دولتی در این زمینه نیست. هرچند نباید نقش دولت در توسعه زمینه فعالیت را بی نتیجه دانست.



click

## دومین دوره رویداد بازی سازی Level Up آغاز شد (۱۳۹۷-۱۳۹۸)

دومین دوره ی رویداد لول آپ (Level Up)، با هدف تولید و ساخت بازی های کامپیوتری برای رایانه های شخصی و با تمرکز با فرهنگ بازی سازی مستقل برگزار می شود.

در این رویداد که از همین امروز ثبت نام آن آغاز می شود و تا ۲۲ تیر ماه هم ادامه پیدا می کند، به گفته امیرحسین فصیحی، مدیرعامل شرکت فن افزار، در امتداد شعار جهانی سازی دوره گذشته، عبارت «تیم بساز، بازی بساز» برای معرفی خط مشی برگزیده شده است تا اهمیت تیم سازی و نگرش گروهی را برای بازی سازان جوان پر رنگ کند.

او در توضیح تغییر نگاه این رویداد محبوب به سمت بازی های رایانه ای گفت: «باور داریم که علی رغم توجه مضاعف به بازی های موبایل، هنوز صنعت بازی سازی برای رایانه های شخصی جدی گرفته می شود و گسترش می یابد. از سوی دیگر، امسال، شرکت فن افزار در کنار خود هیولا، پلتفرم عرضه دیجیتال بازی های کامپیوتری را نیز به عنوان بازاری برگزار کننده رویداد می بیند و از همین رو تصمیم گرفته است که در این دوره روی بازی های کامپیوتری (PC Games) و فرهنگ بازی سازی مستقل تمرکز شود.»

محتوای ایرانی برای بازارهای جهانی اولین دوره این رویداد دو سال پیش با شعار «در مسیر جهانی شدن» برگزار شد که در طی آن، ۱۷۴ تیم از اقصی نقاط ایران به رقابت پرداختند و ۶۴ محصول وارد مرحله داوری شدند. تفاوت عمده این دوره نسبت به دوره پیشین بها دادن به «تالاب (Theme)» در بازی سازی است. امیرحسین فصیحی درباره چارچوب های بازی سازی در این دوره از رویداد level up چنین می گوید: «امسال، تم ساختاری و تم محتوایی برای بازی های در نظر گرفته شده (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) است. تم ساختاری، نوع بازی را مشخص می کند و تم محتوایی نیز با تکیه بر فرهنگ و هنر ایرانی، حال وهوای کلی بازی را روایت می کند. او در این مراسم از جای خالی بازی های رقابتی چندنفره در بازار ایران سخن گفت و اضافه کرد: «بازی هایی که ساخته می شوند باید از نوع چندنفره رقابتی (Competitive Multiplayer) باشند. چنین سبک بازی های در بازار ایران کمتر یافت می شوند و در بازارهای جهانی نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند و طرفداران بسیاری دارند. ساخت بازی های چندنفره رقابتی با الهام گرفتن از فرهنگ غنی و هنر ایرانی می تواند مخاطب های داخلی و خارجی را به سمت بازی های مستقل ایرانی بکشاند.»

او همچنین درباره تمرکز این رویداد برای تولید بازی روی کامپیوترهای شخصی سخن گفت: «بستر ایده آل برای این دست بازی ها، رایانه های شخصی است. به همین منظور تصمیم گرفتیم امسال تمرکز را روی این بخش از صنعت بازی بگذاریم و تیم های مستقل را تشویق کنیم تا در این راه قدم بگذارند.»

ثبت نام در رویداد کسری تهرانی، مدیر توسعه تجاری هیولا، در توضیح روند برگزاری رویداد گفت: «تیم های علاقه مند به شرکت در رویداد Level Up فرصت دارند در بازه ی زمانی ۱۱ تا ۲۲ تیر در وب سایت [levelup.fanafzarc.com](http://levelup.fanafzarc.com) مشخصات خود را ثبت کنند. البته تدابیری نیز اتخاذ شده است تا کسانی که تیم کامل ندارند بتوانند تیم سازی و در این رویداد شرکت کنند.»

به گفته این مدیر هیولا، تیم ها پس از تأیید و ورود به رویداد می توانند از بین مربیان (Mentor) یکی را به عنوان مربی خود انتخاب کنند تا در طول این دوره از تجربه های او استفاده کنند و هنگام ساخت بازی از راهنمایی های او کمک بگیرند.

او از علاقه مندان دعوت کرد برای اطلاعات بیشتر به صفحه های اجتماعی رویداد لول آپ و هیولا در توئیتر و اینستاگرام یا [Hayoola.com](http://Hayoola.com) مراجعه کنند. تهرانی همچنین به روند برگزاری رویداد و مراحل آن اشاره کرد و افزود: «تیم های ثبت نامی هفته فرصت دارند تا پروژه خود را بسازند. این رویداد در سه مرحله برگزار خواهد شد. شرکت کنندگان باید برای عبور از هر مرحله، موارد خواسته شده از آن ها را ارسال کنند. آخرین مرحله یا همان مرحله سوم، ارسال خروجی بازی است که باید نسخه آزمایشی قابل بازی (Playable Demo) باشد به طوری که جذابیت و حس و حال بازی را کاملا به نمایش بگذارد. در واقع، به اصطلاح بازی سازان باید برشی عمودی (Vertical Slice) از بازی باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر ویدئو آموزشی فن افزار درباره برش عمودی را در آپارات ببینید.

جوایز و داوری مسابقه

یاسر ژبان، یکی از مربیان رویداد، با اعلام آنکه بخشی از جوایز مسابقه به ترتیب مبلغ ۳۰، ۱۵ و ۷ میلیون تومانی برای تیم های اول تا سوم است گفت: «با حمایت هیولا از این رویداد، بازی سازان در این دوره می توانند محصول تولیدی شان را تحت عنوان «دسترسی سریع» (Early Access) که روشی مرسوم در بازی سازی مستقل برای تأمین سرمایه جمعی است در این پلتفرم عرضه کنند. به این ترتیب تیم ها می توانند از این فرصت و سرمایه ای که به دست می آورند برای تکمیل محصول خود استفاده کنند.»

او تأکید کرد تیم ها باید بتوانند بر اساس شرایطی که در وب سایت توضیح داده شده است محصولی قابل بازی تا هیئت داوران این رویداد آن را در روز قضاوت ارزشگذاری کنند. همچنین در ادامه افزود: «Level Up در تلاش است تا فضایی پدید آورد که علاقه مندان و تیم های بازی سازی بیشتری به سمت توسعه بازی های مستقل قدم بردارند. با افزایش بازی های مستقل و کیفیت آن ها، صنعت بازی سازی ایران می تواند قدم های بهتر و بیشتری رو به جلو بردارد.»

در مراسم افتتاحیه رویداد، حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز حضور داشت و در سخنان خود به نقش حمایتی بنیاد اشاره کرد و گفت: «صنعت بازی یکی از صنایع پرسود دنیاست. این بخش از صنعت پتانسیل بسیاری برای صادرات دارد و تاکنون چند تیم بازی سازی نشان داده اند که بازی ایرانی می تواند مخاطبان بین المللی جذب کند. بنیاد ملی بازی های رایانه ای از هر رویداد باکیفیتی که باعث رشد صنعت و تیم های بازی سازی ایرانی شود حمایت می کند. همچنین، بنیاد از برگزارکنندگان این رویداد نیز حمایت کافی برای ورود به بازار تجاری خواهد کرد.»

تمرکز مثبت مجموعه هایی مانند هیولا منجر به توسعه فرهنگ بازی سازی دانش محور به خصوص در زمینه های مهجوری مانند بازی های رایانه ای خواهد شد که برای بخش حرفه ای تر و کارگشته تر بازار سرگرمی های دیجیتال به شدت جذاب هستند.

رویداد بازی سازی Level Up برآمده از تفکر و اندیشه یک تیم بازی سازی مستقل است که توانسته با تکیه بر ارزش های فرهنگی و هنری ایرانی محصولاتی را تولید کند که در بازارهای جهانی نیز مخاطبان بسیاری داشته باشند. برگزارکنندگان این رویداد تلاش می کنند تا فرهنگ و شجاعت ساخت بازی مستقل را در ایران تقویت کنند تا صنعت بازی سازی در ایران غنای بیشتری پیدا کند.



## گفتگو با برگزارکنندگان نمایشگاه ۲۰۱۸ Tehran Game Convention [نمایش کنید] (۲۰۱۸-۰۹/۱۰/۱۸)

رویداد تجاری ۲۰۱۸ Tehran Game Convention یا به اختصار نمایشگاه TGC با اهدافی نظیر انتقال دانش بازی سازی به ایران و افزایش صادرات بازی های ایرانی به بازار بین المللی آخر هفته گذشته در سالن همایش های صدا و سیما برگزار شد.

پنل ها، سخنرانی ها، رابطه سازی ها و امکان انعقاد قراردادهای بین المللی از ویژگی های برجسته چنین رویدادی به حساب می آیند که بنیاد ملی بازی های رایانه ای هم به خوبی امکان آن را برای شرکت کنندگان برقرار کرد.

در این ویدئو به گفتگو با برگزارکنندگان نمایشگاه ۲۰۱۸ TGC می پردازیم و از آن ها در مورد شرایط تحریم و اثرگذاری آن روی TGC، حواشی و آینده بازی سازی در ایران صحبت می کنیم. از عباس صالحی، وزیر فرهنگ و ارشاد دولت دوازدهم گرفته تا پیر کار، مدیرعامل گیم کانکشن فرانسه همچنان قاب تصویر دیجیاتو بودند.

## استعدادی که هنوز باورش نکرده ایم (۱۳۹۵-۹۶/۱۴-۱۳۹۴)

بازی ساز ایرانی گفت: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم نرسیده اند. ارتباطات به وجودآمده در رویدادهایی همانند TGC می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند.

به گزارش سرویس بسیج جامعه زنان کشور خبرگزاری بسیج، رویداد بین المللی Tehran Game Convention بزرگ ترین رویداد تجاری (B2B) صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه محسوب می شود. حضور ده ها سخنران مطرح، بیش از ۱۰۰ شرکت، ناشر بین المللی و بیش از ۲۳۰۰ فعال بازی سازی در این رویداد از سراسر نقاط دنیا، فرصت بزرگی را برای رشد بازی سازی و بزرگ تر شدن بازار در ایران و منطقه فراهم می آورد.

نخستین دوره TGC در جولای ۲۰۱۷ با استقبال گسترده بازی سازان ایرانی و بین المللی برگزار شد و در دوره دوم، فرصت های بزرگ تری برای همکاری فعالان بازی سازی به وجود آورد.

۲۰۱۸ TGC در ۱۴ و ۱۵ تیر ماه ۹۷ از سوی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و با همراهی شرکت Game Connection فرانسه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار شد.

هرچند این رویداد فرصت بی همتایی را برای فعالان این حوزه نوپا به وجود آورده است اما انتقاداتی از راه نیافتن بازی های معرفی شده در ۲۰۱۷ TGC وجود داشت که حسن کریمی قدوسی رئیس بنیاد بازی های رایانه ای در گفت و گو با خبرنگار گروه اجتماعی خبرگزاری فارس در این باره با یادآوری این نکته که رویداد TGC در سال گذشته برای نخستین بار در ایران برگزار شده بود، گفت: در کشور ما بعضی اوقات یک همایش ۲۰ تا ۳۰ بار برگزار می شود و هیچ دستاوردی ندارد، با این وجود برخی با برگزاری یک دوره از این رویداد به دنبال دستاوردهای آن می گردند.

وی در ادامه اظهار داشت: بزرگ ترین دستاورد رویداد TGC در سال گذشته این است که در حال حاضر بیش از ۷ کمپانی بازی سازی در کشورمان با تمرکز بر روی بازارهای جهانی در حال ساخت بازی هستند.

کریمی قدوسی در خصوص اینکه چرا هنوز دو شرکت منتخب سال گذشته نتوانسته اند بازی هایشان را نشر دهند، گفت: اینکه دو اثر حاضر در TGC پارسل هنوز قرارداد نهایی را امضا نکرده اند طبیعی است، چون در کل صنعت بازی سازی ما این اولین بار بود که بازی سازان در برابر ناشران بین المللی می نشینند و آنها را برای نشر آثارشان توجیه می کنند.

وی افزود: امسال پیش از برگزاری این رویداد سعی کردیم به بازی سازان یاد دهیم که چطور با ناشران خارجی مذاکره کنند و قبل از برگزاری این رویداد در این زمینه حدود ۴ کتاب کوچک چاپ و در اختیار بازی سازان قرار دادیم. همچنین یک ماه قبل از برگزاری از ۱۱ بازی ساز برای ارائه در مراسم افتتاحیه آموزش داده شدند.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با بیان اینکه ۱۱ شرکت بازی ساز در مراسم افتتاحیه دومین رویداد TGC بازی هایشان را معرفی کردند، بیان داشت: این نتیجه اعتماد به بازی سازان بود.

کریمی قدوسی با تأکید بر اینکه برگزاری این چنین رویدادی باعث خودباوری در میان بازی سازان می شود، گفت: بروز روحیه خودباوری مهمترین اتفاق میان بازی سازان ایرانی است که در حال تحقق است.

وی با اشاره به اینکه اقتصاد مقاومتی نیز به همین معنا و مفهوم است، تشریح کرد: اقتصاد مقاومتی به معنای تولید در درون کشور و عرضه به خارج است و این دقیقاً کاری است که در صنعت بازی سازی ما در حال اتفاق افتادن است.

رئیس بنیاد بازی های رایانه ای با یادآوری این نکته که از سال گذشته ۲ بازی از سوی ناشران بین المللی مورد توجه قرار گرفته و در بازارهای خارج کشور به پای قرارداد اولیه نیز رسیده اند، خاطرنشان کرد: هنوز این آثار منتشر نشده است و امیدواریم امسال این صادرات افزایش پیدا کند.

کریمی قدوسی برگزاری چنین رویدادی را موجب افزایش دانش بین المللی در کشور دانست و اظهار داشت: حدود ۶۰ سخنران بین المللی در این رویداد حضور دارند.

وی گفت: در یک ماه گذشته دو مورد از بازی های ما در دو جشنواره خارجی به عنوان بهترین بازی شناخته شده است. رئیس بنیاد بازی های رایانه ای اظهار داشت: سال گذشته ۵۰ ناشر و سخنران در رویداد TGC تهران شرکت کرده و امسال این تعداد به ۸۰ ناشر رسیده است.

بازی سازی یک زمینه کاری رویایی با اعتبار بین المللی بیبدلی یکی نمایندگان از شرکت های بازی ساز حاضر در این رویداد، از مهمترین دستاوردهای برگزاری چنین رویدادی در کشور را آشنایی فعالان صنعت بازی سازی عنوان کرد.

سیف نیز یک سال است وارد صنعت بازی سازی شده است، او این زمینه کاری را رویایی دانست و گفت: بازی سازی علاوه بر درآمد خوبی که دارد یک زمینه کاری است که نمی توان بی علاقه وارد آن شد.

وی که کارشناس ارشد نرم افزار است از کار مداوم بالای ۱۰ ساعت برای ساخت یک بازی گفت و افزود: این زمینه کاری پیچیده و سخت است اما یک بیزینس بین المللی معتبر و آینده دار خواهد بود.

سیف پس از گذشت یک سال ۵ عنوان بازی تولید و به گفته خودش در ۱۴۲ کشور منتشر کرده است.

وی از فیلتر شدن شبکه های اجتماعی انتقاد کرد و گفت: این شبکه ها برای بازی سازان کارایی فوق العاده ای دارند و با فیلتر شدن آن طیف وسیعی از مخاطب ما از دست می رود.

این بازی ساز با اشاره به اینکه بازی سازان مستقل به دلیل تازه بودن این زمینه کاری نیاز به یادگیری بیشتری دارند، اظهار داشت: TGC این موقعیت را فراهم می کند و می توانم با قاطعیت بگویم کارگاه های آموزشی برگزار شده در این رویداد از ۴ سال دوره کارشناسی که طی کرده ام پربارتر بوده است.

TGC رویدادی که فرصت دور زدن تحریم ها و ارتباط با جهان را برای بازی سازان ایرانی فراهم می کند(ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مهدی بهرامی که رشته بازی سازی را در هلند آموخته و در حال حاضر در ایران در این زمینه فعالیت می کند نیز گفت: TGC می تواند در مقابل تحریم ها به بازی سازان ایرانی کمک کند و برای برقراری ارتباط با بازی سازان در دیگر کشورها حائز اهمیت است. بهرامی معتقد است: بازی سازان ایرانی استعداد زیادی دارند اما به خودباوری لازم نرسیده اند. ارتباطات به وجودآمده در رویدادهایی همانند TGC می تواند خودباوری را در آنها تقویت کند. وی خاطرنشان کرد: صنعت بازی سازی در ایران از کبلی رایت ضربه می خورد. این بازی ساز گفت: یک قانون در زمینه بازی در دنیا وجود دارد، آن هم این است که اگر کار خوبی انجام دهی، کارت دیده می شود پس مستقیماً نیازی به حمایت های دولتی در این زمینه نیست. هرچند نباید نقش دولت در توسعه زمینه فعالیت را بی نتیجه دانست.



### ثبت نام برای دومین دوره رویداد بازی سازی لول آپ (۱۳۹۶-۱۳۹۷)

رویداد بازی سازی لول آپ با هدف ایجاد انگیزه برای ساخت بازی های با کیفیت در بین علاقه مندان به ساخت بازی در ایران برگزار می شود.

به گزارش ایران اکتونومیست: در این رویداد تیم های بازی ساز پس از مشخص شدن و اعلام قوانین حاکم بر رویداد در فرصتی دو ماهه اقدام به ساخت نمونه آزمایشی از یک بازی (Game Prototype) می کنند که به طور کامل قابلیت بازی کردن داشته و جذابیت و حس درونی بازی را منتقل کند. ثبت نام در این رویداد از یازدهم تیرماه آغاز شده و تا ۲۲ تیر ادامه خواهد داشت. گفتنی است شمار دومین دوره لول آپ «تیم بساز، بازی بساز» عنوان شده که نشان دهنده رویکرد کلی این دوره از رویداد و تاکید بر ساخت تیم است. جوایز این رویداد علاوه بر حمایت های تبلیغاتی پلتفرم هیولا، جوایز نقدی ۱۵،۳۰ و ۷ میلیون تومانی برای سه تیم برتر این مسابقه است. لازم به ذکر است این رویداد توسط شرکت فن افزار برگزار می شود و بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان حامی اصلی ایفای نقش می کند.



### گزارش اختصاصی مهر از چشم انداز صادرات بازی های رایانه ای ایرانی؛ بازی سازی ایرانیان در بازارهای جهانی / بازی با تحریم! (۱۳۹۶-۱۳۹۷)

با رونق صنعت گیم در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاشهای زیادی برای همسویی با استانداردهای بین المللی داشته اند تا جایی که صادرات این بازی های با اقبال خوبی مواجه شده است.

به گزارش خبرنگار مهر، صنعت بازی های رایانه ای کشور در سالهای اخیر رشد قابل قبولی داشته و افق های تازه ای را پیش روی فعالان این صنعت باز کرده و به گواه اعداد و آمار هم این صنعت روند رو به رشدی را نشان می دهد؛ تا جایی که اخیراً رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای از درآمد ۱۰۰ میلیون تومانی بازی-های رایانه ای ایرانی در بازار داخلی خبر داده است.

او همچنین اعلام کرده است که در سال ۹۴ سهم بازی های ایرانی از بازار داخلی ۱۱ درصد بوده و انتظار می رود این سهم تا دو سال آینده با دو برابر شدن حجم این بازار به ۱۴ درصد هم برسد. ایران در رتبه ۳۱ صنعت گیم دنیا

با رونق صنعت گیم در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاش های بیشتری برای همسویی با استانداردهای بین المللی صنعت گیم و ورود به بازارهای جهانی کرده اند که نتیجه این تلاش ها حالا به صادرات و حضور هرچند اندک اما تاثیرگذار بازی های ایرانی در بازارهای جهانی منجر شده است. این روزها حتی بعضی بازی سازهای داخلی در حال تولید بازی هایی برای ناشران بین المللی هستند. به هر ترتیب، بازی های ایرانی اقبال خوبی در بازارهای منطقه دارند، چون این بازیها برای رده های سنی مختلف مناسب بوده و اغلب موضوعات آنها برای کاربران کشورهای منطقه جذاب و جالب هستند. «روح الله مومن نسب» پژوهشگر فضای مجازی درباره تراکنش های مالی در زمینه بازی های رایانه ای معتقد است تراکنش های مالی بازی های رایانه ای در دنیا بسیار بالاست، تا جایی که کشور چین تنها در سال ۲۰۱۶ توانسته ۲۴ میلیارد دلار از بازیهای رایانه ای کسب درآمد کند.

او درباره وضعیت ایران در بازار جهانی گیم می افزاید: صنعت گیم ایران در سطح دنیا رتبه ۳۱ را در اختیار دارد. درآمد کشورمان از این بازار ۲۸۶ میلیون دلار بوده و کشور ترکیه ۵ برابر این میزان از بازار جهانی بازی های رایانه ای درآمد داشته است.

در دو سال گذشته مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) اولین گزارش رسمی درباره صادرات بازی های رایانه ای ایرانی را منتشر و اعلام کرد که سهم ایران از صادرات بازی های رایانه ای در جهان ۲/۱ میلیون دلار بوده است. این مرکز همچنین در آن زمان اعلام کرد درآمد تخالص بازی های ایرانی صادر شده در سال ۹۶ برابر ۱،۲۳۵،۰۰۰ دلار بوده که بیشتر این درآمد از طریق فروش بازی های پولی بوده است و بازی های پرداخت درون برنامه (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ای درصد کمتری از درآمدزایی را به خود اختصاص داده بودند.

رام کردن غول تحریم

با تمام اینها اما تقویم ورق خورده و روزگار کمی سختتر شده است. به هر حال نمی توان وجود تحریم ها بر سر راه ورود بازیهای رایانه ای ایرانی به بازارهای خارجی را مامی جدی به حساب نیاورد. این موضوعی است که از نگاه تیزبین و جستجوگر فعالان و ناشران معتبر بین المللی هم دور نخواهد ماند. با این حال اما انگیزه بازی سازان ایرانی برای عبور از مرزها و ورود به دنیای بزرگ کشورها و بازارهای دیگر به حدی بالا است که آنها را به ورطه ناامیدی نکشاند.

«حسین مزروعی» یکی از بازی سازان و فعالان صنعت گیم در این باره می گوید: ما در سالهای اخیر بسیار به رشد و حضور در بازارهای خارجی خوشبین بودیم، تا جایی که حتی چند قرارداد با ناشران خارجی تنظیم کرده و پروژه ها را تا نیمه هم جلو بردیم، اما در چند ماه اخیر فشار تحریم های خارجی شرایط را تغییر داده و ادامه کار با مشکل مواجه است. با این همه معتقدم، باید بتوانیم راه فعالیت در چنین شرایطی را پیدا کنیم، زیرا صادرات بازی های ایرانی در شرایط تحریم هرچند سخت، اما غیرممکن نیست.

این دیدگاه شاید در نگاه اول کمی ایده آل به نظر برسد، اما شاید بهتر باشد برای نزدیکتر شدن به آن و حقیقت شرایط موجود، تصور سنتی نسبت به مقوله صادرات را تغییر بدهیم. اغلب ما صادرات را به مفهوم و شکل سنتی در ذهن داریم، در حالی که نباید فراموش کنیم محصولات صنعت گیم و به طور کلی اغلب محصولات حوزه «آی تی» ماهیت فیزیکی نداشته و به این دلیل محدودیتهای رایج برای صادرات را هم نخواهند داشت.

«حسن کریمی قدوسی»، رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای هم با تأکید بر این موضوع بیان می کند: برای صادرات بازی های رایانه ای هیچ محدودیتی روی کاغذ وجود ندارد، اما بازی سازان ما برای انتقالات و تراکنشهای مالی نمی توانند در داخل کشور تعریف کنند و به همین دلیل باید با یک ناشر خارجی قرارداد همکاری داشته باشند. با وجود این موانع، در سالهای اخیر بخش بازیهای رایانه ای ایرانی توانسته اند وارد بازارهای جهانی بشوند.

او معتقد است، بازی سازان باید هوشمندانه عمل کنند و با ارزیابی موقعیت به خوبی تصمیم بگیرند که بازی خودشان را به کجا و با چه شرایطی صادر کنند. حتی با ارائه حساب بانکی معتبر بین المللی یکی از اعضای خانواده یا یک شرکت دیگر هم می توان بازیها را صادر کرد، اما خرید و داتلود بازی مهمترین عامل برای موفقیت آن است و نشان می دهد که این بازی درآمدزا بوده است یا خیر.

قدوسی درباره درآمد بازی سازان از صادرات بازی رایانه ای می گوید: بعضی بازی سازان ما از صادرات بازی خودشان درآمدی بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار دلار داشته اند یا تعداد داتلود و نصب بالای یک میلیون هم دارند. بنابراین شناسایی هوشمندانه موقعیت بازار و ارائه بازی باکیفیت و به روز اهمیت زیادی در صادرات و موفقیت آنها در بازارهای جهانی دارند.

کریمی قدوسی برای روشتر شدن موضوع به بازیهای با پرداخت درون برنامه ای اشاره می کند و می گوید: ساخت این نوع بازیها آنقدرها هم پیچیده نیست و این بازیها ممکن است در طول شش ماه هم ساخته شوند. اما درآمدزایی از این بازیها بسیار سخت است و درست به همین دلیل صنعت گیم ما در این حوزه موفقیتهای چشمگیری بدست نیاورده است. در واقع تحریم ها تأثیر زیادی روی عدم موفقیت بازی های با پرداخت درون برنامه ای دارند، چون برای انتقال پول به ایران و حتی تعامل با ارائه دهندگان تبلیغات هوشمند آنلاین هم با مشکل روبه رو هستیم. از طرف دیگر این بازی ها اغلب با المانها و نشانه های فرهنگی و بومی ما گره خورده اند که طبیعتاً برای گیمهای خارجی جذاب نیستند. همچنین باید قبول کنیم که بازی سازهای ما تجربه زیادی در این حوزه ندارند، به همین دلیل معتقدم که باید انتقال دانش در این حوزه را افزایش بدهیم. در همین راستا قرار است در مهر ماه امسال گروهی از بازی سازان ایرانی را برای شرکت در یک دوره آموزشی به دانشگاهی معتبر در کشور فنلاند بفرستیم.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای می افزاید: سه یا چهار سال پیش ایران هیچ صادراتی در صنعت گیم نداشته است، اما در حال حاضر صنعت گیم ما در ارائه و صادرات بازیهای پرمیوم (بازیهای که پرداخت درون برنامه ای نداشته و تنها در همان ابتدا برای نصب هزینه دریافت می کنند) موفقیت های خوبی داشته است.

TGC؛ پلی برای انتقال دانش و تجربیات

همایش و نمایشگاه بین المللی بازیهای رایانه ای تهران یا TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه با حضور ناشران و فعالان بین المللی از سراسر دنیا، بزرگترین فرصت برای معرفی و توسعه صنعت گیم کشورمان است.

دومین دوره این رویداد امسال با همکاری بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و مجموعه Game Connection فرانسه برگزار شد تا بتواند پلی میان بازی سازان ایرانی و خارجی برای انتقال دانش و تجربیات و البته ایجاد فرصت های تجاری جدید باشد.

حسین مزروعی به عنوان یک بازی ساز عملکرد TGC را مثبت ارزیابی می کند و می گوید: مهمترین مزیت این رویداد ایجاد فرصتهای خوب برای تعامل با ناشران و فعالان بین المللی صنعت گیم است که می تواند تأثیر چشمگیری بر انتقال دانش و تجربیات آنها به بازی سازان ایرانی داشته باشد. TGC کمک می کند تا بازی سازان ایرانی بتوانند چشم انداز بهتر و واقعی تری به بازارهای جهانی داشته باشند و خودشان را در چارچوبها و استانداردهای بین المللی ارزیابی کنند. این فرآیند به تدریج باعث رشد صنعت گیم ما خواهد شد.

کریمی قدوسی درباره تأثیر رویداد TGC معتقد است، دو رویکرد در این زمینه تأثیر خوبی خواهد داشت، اولین رویکرد این رویداد شبکه سازی بین بازی سازهای داخلی با ناشران خارجی است. این رویداد امکان برقراری رابطه میان آنها را ایجاد می کند تا به این ترتیب بازی سازان ما بتوانند با دریافت مشاوره و راهنمایی حتی برای تولید مشترک با این ناشران بین المللی هم برنامه ریزی کنند و از آنها کمک فکری و فنی بگیرند. ما در طول برگزاری دو دوره این رویداد، تجربه های خوبی در این زمینه داشته ایم.

او ادامه می دهد: دومین رویکرد مهم TGC، انتقال دانش است. برگزاری کلاس های یک ساعته با آخرین ابزارها و مسترکلاسها به صورت تخصصی و متمرکز یکی از این راههای انتقال دانش است. تعامل شکل گرفته میان بازی سازان داخلی و ناشران خارجی معتبر باعث می شود بازی سازان ما در طول مذاکرات و تعاملات خودشان بارها بازی هایشان را اصلاح کرده و قدمهای بزرگی به سمت سازگاری با استانداردهای بین المللی بردارند. در همین راستا امسال کتابهای راهنمایی برای بازی سازان منتشر کردیم تا به آنان برای برقراری ارتباط موثر و مذاکره بهتر با ناشران خارجی، کمک کنیم. علاوه بر این، یک تیم متخصص به بازی سازان برای معرفی و ارائه بهتر بازی ها به ناشران و سرمایه گذاران خارجی و داخلی انتخاب کردیم. همچنین در TGC امسال تلاش (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) کردیم بیشتر ناشران خارجی فعال منطقه را به این رویداد دعوت کنیم تا نشرانی که شهرت کمتری دارند، اما به خاطر رابطه بهتری که با بازی های ایرانی برقرار می کنند، تمایل بیشتری به همکاری و سرمایه گذاری داشته باشند.



## بازی سازی ایرانیان در بازارهای جهانی / بازی با تحریم! (۱۳۹۴-۹۵، ۹۶، ۹۷)

اقتصاد ایران: با رونق صنعت گیم در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاشهای زیادی برای همسویی با استانداردهای بین المللی داشته اند تا جایی که صادرات این بازی ها با اقبال خوبی مواجه شده است.

صنعت بازی های رایانه ای کشور در سالهای اخیر رشد قابل قبولی داشته و آفاق های تازه ای را پیش روی فعالان این صنعت باز کرده و به گواه اعداد و آمار هم این صنعت روند رو به رشدی را نشان می دهد؛ تا جایی که اخیراً رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای از درآمد ۱۰۰ میلیون تومانی بازیهای رایانه ای ایرانی در بازار داخل خبر داده است.

او همچنین اعلام کرده است که در سال ۹۴ سهم بازی های ایرانی از بازار داخلی ۱۱ درصد بوده و انتظار می رود این سهم تا دو سال آینده با دو برابر شدن حجم این بازار به ۱۴ درصد هم برسد.  
ایران در رتبه ۳۱ صنعت گیم دنیا

با رونق صنعت گیم در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاش های بیشتری برای همسویی با استانداردهای بین المللی صنعت گیم و ورود به بازارهای جهانی کرده اند که نتیجه این تلاش ها حالا به صادرات و حضور هرچند اندک اما تاثیرگذار بازی های ایرانی در بازارهای جهانی منجر شده است.

این روزها حتی بعضی بازی سازهای داخلی در حال تولید بازی هایی برای ناشران بین المللی هستند به هر ترتیب، بازی های ایرانی اقبال خوبی در بازارهای منطقه دارند، چون این بازیها برای رده های سنی مختلف مناسب بوده و اغلب موضوعات آنها برای کاربران کشورهای منطقه جذاب و جالب هستند.  
«روح الله مومن نسب» پژوهشگر فضای مجازی درباره تراکنش های مالی در زمینه بازی های رایانه ای معتقد است تراکنش های مالی بازی های رایانه در دنیا بسیار بالاست، تا جایی که کشور چین تنها در سال ۲۰۱۶ توانسته ۲۴ میلیارد دلار از بازیهای رایانه ای کسب درآمد کند.

او درباره وضعیت ایران در بازار جهانی گیم می افزاید: صنعت گیم ایران در سطح دنیا رتبه ۳۱ را در اختیار دارد. درآمد کشورمان از این بازار ۲۸۶ میلیون دلار بوده و کشور ترکیه ۵ برابر این میزان از بازار جهانی بازی های رایانه ای درآمد داشته است.

در دو سال گذشته مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) اولین گزارش رسمی درباره صادرات بازی های رایانه ای ایرانی را منتشر و اعلام کرد که سهم ایران از صادرات بازی های رایانه ای در جهان ۲/۱ میلیون دلار بوده است. این مرکز همچنین در آن زمان اعلام کرد درآمد ناخالص بازی های ایرانی صادر شده در سال ۹۶ برابر ۱،۲۳۵،۰۰۰ دلار بوده که بیشتر این درآمد از طریق فروش بازی های پولی بوده است و بازی های پرداخت درون برنامه ای درصد کمتری از درآمدزایی را به خود اختصاص داده بودند.

رام کردن غول تحریم

با تمام اینها اما تقویم ورق خورده و روزگار کمی سختتر شده است. به هر حال نمی توان وجود تحریم ها بر سر راه ورود بازیهای رایانه ای ایرانی به بازارهای خارجی را ماثمی جدی به حساب نیاورد. این موضوعی است که از نگاه تیزبین و جستجوگر فعالان و ناشران معتبر بین المللی هم دور نخواهد ماند. با این حال اما انگیزه بازی سازان ایرانی برای عبور از مرزها و ورود به دنیای بزرگ کشورها و بازارهای دیگر به حدی بالا است که آنها را به ورطه ناامیدی نکشاند.

«حسین مزروعی» یکی از بازی سازان و فعالان صنعت گیم در این باره می گوید: ما در سالهای اخیر بسیار به رشد و حضور در بازارهای خارجی خوشبین بودیم، تا جایی که حتی چند قرارداد با ناشران خارجی تنظیم کرده و پروژه ها را تا نیمه هم جلو بردیم، اما در چند ماه اخیر فشار تحریم های خارجی شرایط را تغییر داده و ادامه کار با مشکل مواجه است. با این همه معتقدم، باید بتوانیم راه فعالیت در چنین شرایطی را پیدا کنیم، زیرا صادرات بازی های ایرانی در شرایط تحریم هرچند سخت، اما غیرممکن نیست.

این دیدگاه شاید در نگاه اول کمی ایده آل به نظر برسد، اما شاید بهتر باشد برای نزدیکتر شدن به آن و حقیقت شرایط موجود، تصور سنتی نسبت به مقوله صادرات را تغییر بدهیم. اغلب ما صادرات را به مفهوم و شکل سنتی در ذهن داریم، در حالی که نباید فراموش کنیم محصولات صنعت گیم و به طور کلی اغلب محصولات حوزه «آی تی» ماهیت فیزیکی نداشته و به این دلیل محدودیتهای رایج برای صادرات را هم نخواهند داشت.

«حسن کریمی قنوسی»، رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای هم با تأکید بر این موضوع بیان می کند: برای صادرات بازی های رایانه ای هیچ محدودیتی روی کاغذ وجود ندارد، اما بازی سازان ما برای انتقالات و تراکنشهای مالی نمی توانند در داخل کشور تعریف کنند و به همین دلیل باید با یک ناشر خارجی قرارداد همکاری داشته باشند. با وجود این موانع، در سالهای اخیر بخش بازیهای رایانه ای ایرانی توانسته اند وارد بازارهای جهانی بشوند.

او معتقد است، بازی سازان باید هوشمندانه عمل کنند و با ارزیابی موقعیت به خوبی تصمیم بگیرند که بازی خودشان را به کجا و با چه شرایطی صادر کنند. حتی با ارائه حساب بانکی معتبر بین المللی یکی از اعضای خانواده یا یک شرکت دیگر هم می توان بازیها را صادر کرد، اما خرید و داتلود بازی مهمترین عامل برای موفقیت آن است و نشان می دهد که این بازی درآمدزا بوده است یا خیر.

قنوسی درباره درآمد بازی سازان از صادرات بازی رایانه ای می گوید: بعضی بازی سازان ما از صادرات بازی خودشان درآمدی بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار دلار داشته اند یا تعداد داتلود و نصب بالای یک میلیون هم دارند. بنابراین شناسایی هوشمندانه موقعیت بازار و ارائه بازی باکیفیت و به روز اهمیت زیادی در صادرات و موفقیت آنها در بازارهای جهانی دارند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کریمی قنوسی برای روشنتر شدن موضوع به بازیهای با پرداخت درون برنامه ای اشاره می کند و می گوید ساخت این نوع بازیها آنقدرها هم پیچیده نیست و این بازیها ممکن است در طول شش ماه هم ساخته شوند. اما درآمدزایی از این بازیها بسیار سخت است و درست به همین دلیل صنعت گیم ما در این حوزه موفقیت‌های چشمگیری بدست نیاورده است. در واقع تحریم ها تاثیر زیادی روی عدم موفقیت بازی های با پرداخت درون برنامه ای دارند چون برای انتقال پول به ایران و حتی تعامل با ارائه دهندگان تبلیغات هوشمند آنلاین هم با مشکل روبه رو هستیم. از طرف دیگر این بازی ها اغلب با المانها و نشانه های فرهنگی و بومی ما گره خورده اند که طبیعتا برای گیم‌های خارجی جذاب نیستند. همچنین باید قبول کنیم که بازی سازهای ما تجربه زیادی در این حوزه ندارند. به همین دلیل معتقدیم که باید انتقال دانش در این حوزه را افزایش بدهیم. در همین راستا قرار است در مهر ماه امسال گروهی از بازی سازان ایرانی را برای شرکت در یک دوره آموزشی به دانشگاهی معتبر در کشور فنلاند بفرستیم.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای می افزاید: سه یا چهار سال پیش ایران هیچ صادراتی در صنعت گیم نداشته است، اما در حال حاضر صنعت گیم ما در ارائه و صادرات بازیهای پریمیوم (بازیهای که پرداخت درون برنامه‌ای نداشته و تنها در همان ابتدا برای نصب هزینه دریافت می کنند) موفقیت های خوبی داشته است.

TGC؛ پلی برای انتقال دانش و تجربیات

همایش و نمایشگاه بین المللی بازیهای رایانه ای تهران یا TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه با حضور ناشران و فعالان بین المللی از سراسر دنیا، بزرگترین فرصت برای معرفی و توسعه صنعت گیم کشورمان است.

دومین دوره این رویداد امسال با همکاری بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و مجموعه Game Connection فرانسه برگزار شد تا بتواند پلی میان بازی سازان ایرانی و خارجی برای انتقال دانش و تجربیات و البته ایجاد فرصت های تجاری جدید باشد.

حسین مزروعی به عنوان یک بازی ساز عملکرد TGC را مثبت ارزیابی می کند و می گوید: مهمترین مزیت این رویداد ایجاد فرصتهای خوب برای تعامل با ناشران و فعالان بین المللی صنعت گیم است که می تواند تاثیر چشمگیری بر انتقال دانش و تجربیات آنها به بازی سازان ایرانی داشته باشد. TGC کمک می کند تا بازی سازان ایرانی بتوانند چشم انداز بهتر و واقعی تری به بازارهای جهانی داشته باشند و خودشان را در چارچوبها و استانداردهای بین المللی ارزیابی کنند. این فرآیند به تدریج باعث رشد صنعت گیم ما خواهد شد.

کریمی قنوسی درباره تاثیر رویداد TGC معتقد است، دو رویکرد در این زمینه تاثیر خوبی خواهد داشت، اولین رویکرد این رویداد شبکه سازی بین بازی سازهای داخلی با ناشران خارجی است. این رویداد امکان برقراری رابطه میان آنها را ایجاد می کند تا به این ترتیب بازی سازان ما بتوانند با دریافت مشاوره و راهنمایی حتی برای تولید مشترک با این ناشران بین المللی هم برنامه ریزی کنند و از آنها کمک فکری و فنی بگیرند. ما در طول برگزاری دو دوره این رویداد، تجربه های خوبی در این زمینه داشته ایم.

او ادامه می دهد: دومین رویکرد مهم TGC، انتقال دانش است. برگزاری کلاس های یک ساعته با آخرین ابزارها و مستر کلاسها به صورت تخصصی و متمرکز یکی از این راههای انتقال دانش است. تعامل شکل گرفته میان بازی سازان داخلی و ناشران خارجی معتبر باعث می شود بازی سازان ما در طول مذاکرات و تعاملات خودشان بارها بازی هایشان را اصلاح کرده و قدمهای بزرگی به سمت سازگاری با استانداردهای بین المللی بردارند. در همین راستا امسال کتابهای راهنمایی برای بازی سازان منتشر کردیم تا به آنان برای برقراری ارتباط موثر و مذاکره بهتر با ناشران خارجی، کمک کنیم. علاوه بر این، یک تیم متخصص به بازی سازان برای معرفی و ارائه بهتر بازی ها به ناشران و سرمایه گذاران خارجی و داخلی انتخاب کردیم. همچنین در TGC امسال تلاش کردیم بیشتر ناشران خارجی فعال منطقه را به این رویداد دعوت کنیم تا ناشرانی که شهرت کمتری دارند، اما به خاطر رابطه بهتری که با بازی های ایرانی برقرار می کنند، تمایل بیشتری به همکاری و سرمایه گذاری داشته باشند.



## نقش بازی رایانه ای در جهانی شدن نام ایران (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

با رونق صنعت گیم در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاشهای زیادی برای همسویی با استانداردهای بین المللی داشته اند تا جایی که صادرات این بازی ها با اقبال خوبی مواجه شده است.

به گزارش گروه رسانه های دیگر آند، صنعت بازی های رایانه ای کشور در سالهای اخیر رشد قابل قبولی داشته و افق های تازه ای را پیش روی فعالان این صنعت باز کرده و به گواه اعداد و آمار هم این صنعت روند رو به رشدی را نشان می دهد؛ تا جایی که اخیرا رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای از درآمد ۱۰۰ میلیون تومانی بازیهای رایانه ای ایرانی در بازار داخل خبر داده است.

او همچنین اعلام کرده است که در سال ۹۴ سهم بازی های ایرانی از بازار داخلی ۱۱ درصد بوده و این سهم در سال ۹۶ با دو برابر شدن حجم این بازار به ۱۴ درصد رسیده است.

ایران در رتبه ۳۱ صنعت گیم دنیا

با رونق صنعت گیم در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاش های بیشتری برای همسویی با استانداردهای بین المللی صنعت گیم و ورود به بازارهای جهانی کرده اند که نتیجه این تلاش ها حالا به صادرات و حضور هرچند اندک اما تاثیرگذار بازی های ایرانی در بازارهای جهانی منجر شده است.

این روزها حتی بعضی بازی سازهای داخلی در حال تولید بازی هایی برای ناشران بین المللی هستند. به هر ترتیب، بازی های ایرانی اقبال خوبی در بازارهای منطقه دارند، چون این بازیها برای رده های سنی مختلف مناسب بوده و اغلب موضوعات آنها برای کاربران کشورهای منطقه جذاب و جالب هستند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) «روح الله مومن نسب» پژوهشگر فضای مجازی درباره تراکنش های مالی در زمینه بازی های رایانه ای معتقد است تراکنش های مالی بازی های رایانه در دنیا بسیار بالاست، تا جایی که کشور چین تنها در سال ۲۰۱۶ توانسته ۲۴ میلیارد دلار از بازیهای رایانه ای کسب درآمد کند.

او درباره وضعیت ایران در بازار جهانی گیم می افزاید: صنعت گیم ایران در سطح دنیا رتبه ۳۱ را در اختیار دارد. درآمد کشورمان از این بازار ۲۸۶ میلیون دلار بوده و کشور ترکیه ۵ برابر این میزان از بازار جهانی بازی های رایانه ای درآمد داشته است.

در دو سال گذشته مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرکت) اولین گزارش رسمی درباره صادرات بازی های رایانه ای ایرانی را منتشر و اعلام کرد که سهم ایران از صادرات بازی های رایانه ای در جهان ۲/۱ میلیون دلار بوده است. این مرکز همچنین در آن زمان اعلام کرد درآمد ناخالص بازی های ایرانی صادر شده در سال ۹۶ برابر ۱,۲۳۵,۰۰۰ دلار بوده که بیشتر این درآمد از طریق فروش بازی های پولی بوده است و بازی های پرداخت درون برنامه ای درصد کمتری از درآمندی را به خود اختصاص داده بودند.

رام کردن غول تحریم

با تمام اینها اما تقویم ورق خورده و روزگار کمی سختتر شده است. به هر حال نمی توان وجود تحریم ها بر سر راه ورود بازیهای رایانه ای ایرانی به بازارهای خارجی را ماتی جدی به حساب نیآورد. این موضوعی است که از نگاه تیزبین و جستجوگر فعالان و ناشران معتبر بین المللی هم دور نخواهد ماند با این حال اما انگیزه بازی سازان ایرانی برای عبور از مرزها و ورود به دنیای بزرگ کشورها و بازارهای دیگر به حدی بالا است که آنها را به ورطه ناامیدی نکشاند.

«حسین مزروعی» یکی از بازی سازان و فعالان صنعت گیم در این باره می گوید: ما در سالهای اخیر بسیار به رشد و حضور در بازارهای خارجی خوشبین بودیم، تا جایی که حتی چند قرارداد با ناشران خارجی تنظیم کرده و پروژه ها را تا نیمه هم جلو بردیم، اما در چند ماه اخیر فشار تحریم های خارجی شرایط را تغییر داده و ادامه کار با مشکل مواجه است. با این همه معتقدم، باید بتوانیم راه فعالیت در چنین شرایطی را پیدا کنیم، زیرا صادرات بازی های ایرانی در شرایط تحریم هرچند سخت، اما غیرممکن نیست.

این دیدگاه شاید در نگاه اول کمی ایده آل به نظر برسد، اما شاید بهتر باشد برای نزدیکتر شدن به آن و حقیقت شرایط موجود، تصور سنتی نسبت به مقوله صادرات را تغییر بدهیم. اغلب ما صادرات را به مفهوم و شکل سنتی در ذهن داریم، در حالی که نباید فراموش کنیم محصولات صنعت گیم و به طور کلی اغلب محصولات حوزه «ای تی» ماهیت فیزیکی نداشته و به این دلیل محدودیتهای رایج برای صادرات را هم نخواهند داشت.

«حسن کریمی قدوسی»، رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای هم با تاکید بر این موضوع بیان می کند: برای صادرات بازی های رایانه ای هیچ محدودیتی روی کاغذ وجود ندارد، اما بازی سازان ما برای انتقالات و تراکنشهای مالی نمی توانند در داخل کشور تعریف کنند و به همین دلیل باید با یک ناشر خارجی قرارداد همکاری داشته باشند. با وجود این موانع، در سالهای اخیر بخش بازیهای رایانه ای ایرانی توانسته اند وارد بازارهای جهانی بشوند.

او معتقد است، بازی سازان باید هوشمندانه عمل کنند و با ارزیابی موقعیت به خوبی تصمیم بگیرند که بازی خودشان را به کجا و با چه شرایطی صادر کنند. حتی با ارائه حساب بانکی معتبر بین المللی یکی از اعضای خانواده یا یک شرکت دیگر هم می توان بازیها را صادر کرد، اما خرید و داتلود بازی مهمترین عامل برای موفقیت آن است و نشان می دهد که این بازی درآمدزا بوده است یا خیر.

قدوسی درباره درآمد بازی سازان از صادرات بازی رایانه ای می گوید: بعضی بازی سازان ما از صادرات بازی خودشان درآمدی بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار دلار داشته اند یا تعداد داتلود و نصب بالای یک میلیون هم دارند. بنابراین شناسایی هوشمندانه موقعیت بازار و آرایه بازی باکیفیت و به روز اهمیت زیادی در صادرات و موفقیت آنها در بازارهای جهانی دارند.

کریمی قدوسی برای روشتر شدن موضوع به بازیهای با پرداخت درون برنامه ای اشاره می کند و می گوید: ساخت این نوع بازیها آفدرها هم پیچیده نیست و این بازیها ممکن است در طول شش ماه هم ساخته شوند. اما درآمندی از این بازیها بسیار سخت است و درست به همین دلیل صنعت گیم ما در این حوزه موفقیتهای چشمگیری بدست نیآورده است. در واقع تحریم ها تاثیر زیادی روی عدم موفقیت بازی های با پرداخت درون برنامه ای دارند، چون برای انتقال پول به ایران و حتی تعامل با ارائه دهندگان تبلیغات هوشمند آنلاین هم با مشکل روبه رو هستیم. از طرف دیگر این بازی ها اغلب با ایمانها و نشانه های فرهنگی و بومی ما گره خورده اند که طبیعتا برای گیمهای خارجی جذاب نیستند. همچنین باید قبول کنیم که بازی سازهای ما تجربه زیادی در این حوزه ندارند، به همین دلیل معتقدم که باید انتقال دانش در این حوزه را افزایش بدهیم. در همین راستا قرار است در مهر ماه امسال گروهی از بازی سازان ایرانی را برای شرکت در یک دوره آموزشی به دانشگاهی معتبر در کشور فنلاند بفرستیم.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای می افزاید: سه یا چهار سال پیش ایران هیچ صادراتی در صنعت گیم نداشته است، اما در حال حاضر صنعت گیم ما در ارائه و صادرات بازیهای پریمیوم (بازیهای که پرداخت درون برنامه ای نداشته و تنها در همان ایستا برای نصب هزینه دریافت می کنند) موفقیت های خوبی داشته است.

TGC؛ پلی برای انتقال دانش و تجربیات

همایش و نمایشگاه بین المللی بازیهای رایانه ای تهران یا TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه با حضور ناشران و فعالان بین المللی از سراسر دنیا، بزرگترین فرصت برای معرفی و توسعه صنعت گیم کشورمان است.

دومین دوره این رویداد امسال با همکاری بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و مجموعه Game Connection فرانسه برگزار شد تا بتواند پلی میان بازی سازان ایرانی و خارجی برای انتقال دانش و تجربیات و البته ایجاد فرصت های تجاری جدید باشد.

حسین مزروعی به عنوان یک بازی ساز عملکرد TGC را مثبت ارزیابی می کند و می گوید: مهمترین مزیت این رویداد ایجاد فرصتهای خوب برای تعامل با ناشران و فعالان بین المللی صنعت گیم است که می تواند تاثیر چشمگیری بر انتقال دانش و تجربیات آنها به بازی سازان ایرانی داشته باشد. TGC کمک می کند تا بازی سازان ایرانی بتوانند چشم انداز بهتر و واقعی تری به بازارهای جهانی داشته باشند و خودشان را در چارچوبها و استانداردهای بین المللی ارزیابی کنند. این فرآیند به تدریج باعث رشد صنعت گیم ما خواهد شد.

کریمی قدوسی درباره تاثیر رویداد TGC معتقد است، دو رویکرد در این زمینه تاثیر خوبی خواهد داشت، اولین رویکرد این رویداد شبکه سازی بین بازی سازهای داخلی یا ناشران خارجی است. این رویداد امکان برقراری رابطه میان آنها را ایجاد می کند تا به این ترتیب بازی سازان ما بتوانند با دریافت (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مشاوره و راهنمایی حتی برای تولید مشترک با این ناشران بین المللی هم برنامه ریزی کنند و از آنها کمک فکری و فنی بگیرند ما در طول برگزاری دو دوره این رویداد، تجربه های خوبی در این زمینه داشته ایم.

او ادامه می دهد: دومین رویکرد مهم TGC، انتقال دانش است. برگزاری کلاس های یک ساعته با آخرین ابزارها و مستر کلاسها به صورت تخصصی و متمرکز یکی از این راههای انتقال دانش است. تعامل شکل گرفته میان بازی سازان داخلی و ناشران خارجی معتبر باعث می شود بازی سازان ما در طول مذاکرات و تعاملات خودشان بارها بازی هایشان را اصلاح کرده و قدمهای بزرگی به سمت سازگاری با استانداردهای بین المللی بردارند. در همین راستا اسامال کتابهای راهنمایی برای بازی سازان منتشر کردیم تا به آنان برای برقراری ارتباط موثر و مذاکره بهتر با ناشران خارجی، کمک کنیم. علاوه بر این، یک تیم متخصص به بازی سازان برای معرفی و ارائه بهتر بازی ها به ناشران و سرمایه گذاران خارجی و داخلی انتخاب کردیم. همچنین در TGC اسامال تلاش کردیم بیشتر ناشران خارجی فعال منطقه را به این رویداد دعوت کنیم تا ناشرانی که شهرت کمتری دارند، اما به خاطر رابطه بهتری که با بازی های ایرانی برقرار می کنند، تمایل بیشتری به همکاری و سرمایه گذاری داشته باشند.

منبع: مهر



بازار

## بازی سازی ایرانیان در بازارهای جهانی (۲۰۱۵-۲۰۲۱)

با رونق صنعت گیم در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاشهای زیادی برای همسویی با استانداردهای بین المللی داشته اند تا جایی که صادرات این بازی ها با اقبال خوبی مواجه شده است.

صنعت بازی های رایانه ای کشور در سالهای اخیر رشد قابل قبولی داشته و افق های تازه ای را پیش روی فعالان این صنعت باز کرده و به گواه اعداد و آمار هم این صنعت روند رو به رشدی را نشان می دهد؛ تا جایی که اخیراً رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای از درآمد ۱۰۰ میلیون تومانی بازیهای رایانه ای ایرانی در بازار داخل خبر داده است. او همچنین اعلام کرده است که در سال ۹۴ سهم بازی های ایرانی از بازار داخلی ۱۱ درصد بوده و این سهم در سال ۹۶ با دو برابر شدن حجم این بازار به ۱۴ درصد رسیده است.

ایران در رتبه ۳۱ صنعت گیم دنیا

با رونق صنعت گیم در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاش های بیشتری برای همسویی با استانداردهای بین المللی صنعت گیم و ورود به بازارهای جهانی کرده اند که نتیجه این تلاش ها حالا به صادرات و حضور هرچند اندک اما تاثیرگذار بازی های ایرانی در بازارهای جهانی منجر شده است.

این روزها حتی بعضی بازی سازهای داخلی در حال تولید بازی هایی برای ناشران بین المللی هستند. به هر ترتیب، بازی های ایرانی اقبال خوبی در بازارهای منطقه دارند، چون این بازیها برای رده های سنی مختلف مناسب بوده و اغلب موضوعات آنها برای کاربران کشورهای منطقه جذاب و جالب هستند.

«روح الله مومن نسب» پژوهشگر فضای مجازی درباره تراکنش های مالی در زمینه بازی های رایانه ای معتقد است تراکنش های مالی بازی های رایانه در دنیا بسیار بالاست، تا جایی که کشور چین تنها در سال ۲۰۱۶ توانسته ۲۴ میلیارد دلار از بازیهای رایانه ای کسب درآمد کند.

او درباره وضعیت ایران در بازار جهانی گیم می افزاید: صنعت گیم ایران در سطح دنیا رتبه ۳۱ را در اختیار دارد. درآمد کشورمان از این بازار ۲۸۶ میلیون دلار بوده و کشور ترکیه ۵ برابر این میزان از بازار جهانی بازی های رایانه ای درآمد داشته است.

در دو سال گذشته مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) اولین گزارش رسمی درباره صادرات بازی های رایانه ای ایرانی را منتشر و اعلام کرد که سهم ایران از صادرات بازی های رایانه ای در جهان ۲/۱ میلیون دلار بوده است. این مرکز همچنین در آن زمان اعلام کرد درآمد تخالص بازی های ایرانی صادر شده

در سال ۹۶ برابر ۱.۲۳۵.۰۰۰ دلار بوده که بیشتر این درآمد از طریق فروش بازی های پولی بوده است و بازی های پرداخت درون برنامه ای درصد کمتری از درآمدزایی را به خود اختصاص داده بودند.

رام کردن غول تحریم

با تمام اینها اما تقویم ورق خورده و روزگار کمی سختتر شده است. به هر حال نمی توان وجود تحریم ها بر سر راه ورود بازیهای رایانه ای ایرانی به بازارهای خارجی را ماتی جدی به حساب نیآورد. این موضوعی است که از نگاه تیزبین و جستجوگر فعالان و ناشران معتبر بین المللی هم دور نخواهد ماند. با این حال اما انگیزه بازی سازان ایرانی برای عبور از مرزها و ورود به دنیای بزرگ کشورها و بازارهای دیگر به حدی بالا است که آنها را به ورطه تأمیدی نکشاند.

«حسین مزروعی» یکی از بازی سازان و فعالان صنعت گیم در این باره می گوید: ما در سالهای اخیر بسیار به رشد و حضور در بازارهای خارجی خوشبین بودیم، تا جایی که حتی چند قرارداد با ناشران خارجی تنظیم کرده و پروژه ها را تا نیمه هم جلو بردیم، اما در چند ماه اخیر فشار تحریم های خارجی شرایط را تغییر داده

و ادامه کار با مشکل مواجه است. با این همه معتقدم، باید بتوانیم راه فعالیت در چنین شرایطی را پیدا کنیم، زیرا صادرات بازی های ایرانی در شرایط تحریم هرچند سخت، اما غیرممکن نیست.

این دیدگاه شاید در نگاه اول کمی ایده آل به نظر برسد، اما شاید بهتر باشد برای نزدیکتر شدن به آن و حقیقت شرایط موجود، تصور سنتی نسبت به مقوله صادرات را تغییر بدهیم. اغلب ما صادرات را به مفهوم و شکل سنتی در ذهن داریم، در حالی که نباید فراموش کنیم محصولات صنعت گیم و به طور کلی اغلب محصولات

حوزه «ای تی» ماهیت فیزیکی نداشته و به این دلیل محدودیتهای رایج برای صادرات را هم نخواهند داشت.

«حسن کریمی قدوسی»، رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای هم با تأکید بر این موضوع بیان می کند: برای صادرات بازی های رایانه ای هیچ محدودیتی روی کاغذ وجود ندارد، اما بازی سازان ما برای انتقالات و تراکنشهای مالی نمی توانند در داخل کشور تعریف کنند و به همین دلیل باید با یک (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ناشر خارجی قرارداد همکاری داشته باشند با وجود این موانع، در سالهای اخیر بخش بازیهای رایانه ای ایرانی توانسته اند وارد بازارهای جهانی بشوند.

او معتقد است، بازی سازان باید هوشمندانه عمل کنند و با ارزیابی موقعیت به خوبی تصمیم بگیرند که بازی خودشان را به کجا و با چه شرایطی صادر کنند. حتی با ارائه حساب بانکی معتبر بین المللی یکی از اعضای خانواده یا یک شرکت دیگر هم می توان بازیها را صادر کرد، اما خرید و داتلود بازی مهمترین عامل برای موفقیت آن است و نشان می دهد که این بازی درآمدزا بوده است یا خیر.

قدوسی درباره درآمد بازی سازان از صادرات بازی رایانه ای می گوید: بعضی بازی سازان ما از صادرات بازی خودشان درآمدی بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار دلار داشته اند یا تعداد داتلود و نصب بالای یک میلیون هم دارند. بنابراین شناسایی هوشمندانه موقعیت بازار و ارائه بازی باکیفیت و به روز اهمیت زیادی در صادرات و موفقیت آنها در بازارهای جهانی دارند.

کریمی قدوسی برای روشتر شدن موضوع به بازیهای با پرداخت درون برنامه ای اشاره می کند و می گوید: ساخت این نوع بازیها آنقدرها هم پیچیده نیست و این بازیها ممکن است در طول شش ماه هم ساخته شوند. اما درآمدزایی از این بازیها بسیار سخت است و درست به همین دلیل صنعت گیم ما در این حوزه موفقیتهای چشمگیری بدست نیاورده است. در واقع تحریم ها تاثیر زیادی روی عدم موفقیت بازی های با پرداخت درون برنامه ای دارند، چون برای انتقال پول به ایران و حتی تعامل با ارائه دهندگان تبلیغات هوشمند آنلاین هم با مشکل روبه رو هستیم. از طرف دیگر این بازی ها اغلب با المانها و نشانه های فرهنگی و بومی ما گره خورده اند که طبیعتا برای گیمهای خارجی جذاب نیستند. همچنین باید قبول کنیم که بازی سازهای ما تجربه زیادی در این حوزه ندارند، به همین دلیل معتقدم که باید انتقال دانش در این حوزه را افزایش بدهیم. در همین راستا قرار است در مهر ماه امسال گروهی از بازی سازان ایرانی را برای شرکت در یک دوره آموزشی به دانشگاهی معتبر در کشور فنلاند بفرستیم.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای می افزاید: سه یا چهار سال پیش ایران هیچ صادراتی در صنعت گیم نداشته است، اما در حال حاضر صنعت گیم ما در ارائه و صادرات بازیهای پرمیموم (بازیهای که پرداخت درون برنامه ای نداشته و تنها در همان ابتدا برای نصب هزینه دریافت می کنند) موفقیت های خوبی داشته است.

TGC؛ پلی برای انتقال دانش و تجربیات

همایش و نمایشگاه بین المللی بازیهای رایانه ای تهران یا TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه با حضور ناشران و فعالان بین المللی از سراسر دنیا، بزرگترین فرصت برای معرفی و توسعه صنعت گیم کشورمان است.

دومین دوره این رویداد امسال با همکاری بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و مجموعه Game Connection فرانسه برگزار شد تا بتواند پلی میان بازی سازان ایرانی و خارجی برای انتقال دانش و تجربیات و البته ایجاد فرصت های تجاری جدید باشد.

حسین مزروعی به عنوان یک بازی ساز عملکرد TGC را مثبت ارزیابی می کند و می گوید: مهمترین مزیت این رویداد ایجاد فرصتهای خوب برای تعامل با ناشران و فعالان بین المللی صنعت گیم است که می تواند تاثیر چشمگیری بر انتقال دانش و تجربیات آنها به بازی سازان ایرانی داشته باشد. TGC کمک می کند تا بازی سازان ایرانی بتوانند چشم انداز بهتر و واقعی تری به بازارهای جهانی داشته باشند و خودشان را در چارچوبها و استانداردهای بین المللی ارزیابی کنند. این فرآیند به تدریج باعث رشد صنعت گیم ما خواهد شد.

کریمی قدوسی درباره تاثیر رویداد TGC معتقد است، دو رویکرد در این زمینه تاثیر خوبی خواهد داشت، اولین رویکرد این رویداد شبکه سازی بین بازی سازهای داخلی با ناشران خارجی است. این رویداد امکان برقراری رابطه میان آنها را ایجاد می کند تا به این ترتیب بازی سازان ما بتوانند با دریافت مشاوره و راهنمایی حتی برای تولید مشترک با این ناشران بین المللی هم برنامه ریزی کنند و از آنها کمک فکری و فنی بگیرند. ما در طول برگزاری دو دوره این رویداد، تجربه های خوبی در این زمینه داشته ایم.

او ادامه می دهد: دومین رویکرد مهم TGC، انتقال دانش است. برگزاری کلاس های یک ساعته با آخرین ابزارها و مستر کلاسها به صورت تخصصی و متمرکز یکی از این راههای انتقال دانش است. تعامل شکل گرفته میان بازی سازان داخلی و ناشران خارجی معتبر باعث می شود بازی سازان ما در طول مذاکرات و تعاملات خودشان بارها بازی هایشان را اصلاح کرده و قدمهای بزرگی به سمت سازگاری با استانداردهای بین المللی بردارند. در همین راستا امسال کتابهای راهنمایی برای بازی سازان منتشر کردیم تا به آنان برای برقراری ارتباط موثر و مذاکره بهتر با ناشران خارجی، کمک کنیم. علاوه بر این، یک تیم متخصص به بازی سازان برای معرفی و ارائه بهتر بازی ها به ناشران و سرمایه گذاران خارجی و داخلی انتخاب کردیم. همچنین در TGC امسال تلاش کردیم بیشتر ناشران خارجی فعال منطقه را به این رویداد دعوت کنیم تا ناشرانی که شهرت کمتری دارند، اما به خاطر رابطه بهتری که با بازی های ایرانی برقرار می کنند، تمایل بیشتری به همکاری و سرمایه گذاری داشته باشند.

منبع: مهر



## گفتگوی ویژه خبری؛ کارشناس بازی های رایانه ای: ۱۴ درصد بازار بازی های موبایل در اختیار بازی سازان ایرانی است (۱۳۹۵-۷/۰۶/۲۱)

کارشناس بازی های رایانه ای با بیان اینکه در تولید بازی های کنسول و پی سی متوقف هستیم گفت: در بازی های موبایل نیز ۱۴ درصد بازی ها در اختیار بازی سازان داخلی است.

به گزارش خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما، حمید رضا جلالی فراهانی در برنامه گفتگوی ویژه خبری شبکه دو سیما افزود: در کشور ۲۸ میلیون بازیکن بازی های رایانه ای وجود دارند که روزی ۹۰ دقیقه بازی می کنند اما به دلیل محدودیت در فناوری پیشرفته در زمینه بازی های داخلی نمی بینیم. وی گفت: فاصله بسیاری با آنچه که باید در زمینه بازی های رایانه ای داشته باشیم داریم.

کارشناس بازی های رایانه ای افزود: بازی های موبایل بخشی از بازی های رایانه ای است و به دلیل ممنوع شدن واردات کنسول و افزایش قیمت ها بازیکنان بازی های کنسول به این بازی ها وفادار ترند.

جلالی فراهانی گفت: در حوزه بازی های کنسول و پی سی رها شده ایم و هیچ حرکتی انجام نمی شود. وی افزود: هر سازنده بازی رایانه ای که می خواهد در کشور فعالیت کند باید مجوز داشته باشد نه اینکه با هزینه بسیار یک بازی ساخته شود سپس بنیاد ملی بازی های رایانه ای جلوی انتشار آن را بگیرد.

کارشناس بازی های رایانه ای گفت: به جز نظام رده بندی فرایند نظارت در تولید و انتشار بازی های رایانه ای کنار گذاشته شده است. جلالی فراهانی افزود: نظام رده بندی نیز کارایی ندارد زیرا بر اساس آمار ۴۷ درصد بازیکنان به این نظام توجهی ندارند.

هادی جعفری معاون بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز در این برنامه گفت: هزینه مردم برای بازی های رایانه ای در سخت افزار و نرم افزار سالانه ۹۲۰ میلیارد تومان است که از این رقم بیش از ۵۷۰ میلیارد تومان سهم سخت افزار می شود.

وی افزود: از ۲۵۰ میلیارد تومان درآمد بازی های رایانه ای در بخش نرم افزار حدود ۱۴ درصد سهم بازی های بومی است. جعفری گفت: کیفیت بازی های موبایلی بومی روز به روز در حال افزایش است و در مقایسه با سال های گذشته میزان جذب این بازی ها چهار درصد افزایش یافته است.

معاون بنیاد ملی بازی های رایانه ای افزود: بنیاد ملی بازی های رایانه ای فقط بر انتشار این بازی ها نظارت دارد و در تولید آنها دخالتی نمی کند. وی گفت: پروانه انتشار برای بازی های داخلی و خارجی اجباری است اما برای بازی های داخلی و بهبود فضای کسب و کار مجوزی به نام خود اظهاری در نظر گرفته شده است.

جعفری افزود: هر شخصی بازی ساز که بر اساس طرح بنیاد ملی بازی های رایانه ای رده ای را کسب کند مورد حمایت مزایای پیش بینی شده در آن رده قرار می گیرد.

وی گفت: در سال گذشته ۶ هزار و ۶۴۱ بازی بررسی محتوایی شد که مجوز انتشار برای هزار و ۲۵۷ بازی صادر نشد. جعفری افزود: در سه ماهه نخست امسال نیز هزار و ۷۸ بازی رده بندی شده اند.

معاون بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه حمایت های این بنیاد امسال بسیار بیشتر از گذشته است گفت: حمایت از بازی سازی، جهانی کردن صنعت بازی سازی داخلی و حفاظت از صنعت بازی های بومی در مقابل بازی های خارجی از جمله اولویت های این بنیاد است.

وی افزود: بازی های مروج خشونت که بیشتر تولید داخل هستند درصد کمی را از بازی های درون بازار را شامل می شود. بابک کرپاسی سازنده بازی های رایانه ای نیز در این برنامه گفت: حوزه فرهنگی بازی های رایانه ای از ولنگاری و بی سرو سامانی رنج می برند در حالی که این حوزه، حوزه فرهنگی است.

وی افزود: برای ساخت بازی های ایرانی مجوز ساخت، پروانه تولید، نظارت بر تولید، بازی نامه، دیالوگ ها و سوژه ها نیاز ندارد و فقط مجوز، خود اظهاری است. کرپاسی گفت: بر این اساس شرایط بازار بازی های رایانه ای کنترل را برای خانواده ها سخت کرده است.

سازنده بازی های رایانه ای افزود: درباره تاثیر بازی های وارداتی بر بازیکنان کنترل و نظارت خوبی وجود ندارد. وی گفت: بنیاد ملی بازی های رایانه ای جدیداً حمایتی از تولید نمی کند و بخش خصوصی باید بازی ها را با هزینه خود بسازد.

کرپاسی افزود: تولیدات فرهنگی نباید بدون نظارت ساخته شوند. سازنده بازی های رایانه ای گفت: آمار بررسی بازی ها که از طرف بنیاد ملی بازی های رایانه ای اعلام می شود مربوط به بازی های خارجی است و بازی های داخلی برای انتظار هیچ مجوزی نیاز ندارد.

وی افزود: پروانه تولید ربطی به پروانه نشر ندارد و این پروانه برای شرکت های داخلی به رغم مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی صادر نمی شود. جمشید جعفریور عضو کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی نیز در این برنامه گفت: با توجه به فضای اقتصادی جامعه و وجود ظرفیت های انسانی برای ساخت بازی های رایانه ای نباید اشخاص بازی ساز ملزم به دریافت مجوز ساخت شوند اما برای انتشار بازی ها باید مجوز گرفته شود.

وی افزود: امکان کنترل و نظارت بر ساخت همه بازی ها رایانه ای وجود ندارد.

کد ویدیو دانلود فیلم اصلی

## بازی سازی ایرانیان در بازارهای جهانی (۱۳۹۱-۱۳۹۰-۹۵)

با رونق صنعت گیم در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاشهای زیادی برای همسویی با استانداردهای بین المللی داشته اند تا جایی که صادرات این بازی ها با اقبال خوبی مواجه شده است. صنعت بازی های رایانه ای کشور در سالهای اخیر رشد قابل قبولی داشته و افاق های تازه ای را پیش روی فعالان این صنعت [...]

با رونق صنعت گیم در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاشهای زیادی برای همسویی با استانداردهای بین المللی داشته اند تا جایی که صادرات این بازی ها با اقبال خوبی مواجه شده است.

صنعت بازی های رایانه ای کشور در سالهای اخیر رشد قابل قبولی داشته و افاق های تازه ای را پیش روی فعالان این صنعت باز کرده و به گواه اعداد و آمار هم این صنعت روند رو به رشدی را نشان می دهد؛ تا جایی که اخیراً رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای از درآمد ۱۰۰ میلیون تومانی بازیهای رایانه ای ایرانی در بازار داخلی خبر داده است.

او همچنین اعلام کرده است که در سال ۹۴ سهم بازی های ایرانی از بازار داخلی ۱۱ درصد بوده و این سهم در سال ۹۶ با دو برابر شدن حجم این بازار به ۱۴ درصد رسیده است.

ایران در رتبه ۳۱ صنعت گیم دنیا

با رونق صنعت گیم در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاش های بیشتری برای همسویی با استانداردهای بین المللی صنعت گیم و ورود به بازارهای جهانی کرده اند که نتیجه این تلاش ها حالا به صادرات و حضور هرچند اندک اما تاثیرگذار بازی های ایرانی در بازارهای جهانی منجر شده است.

این روزها حتی بعضی بازی سازهای داخلی در حال تولید بازی هایی برای ناشران بین المللی هستند به هر ترتیب، بازی های ایرانی اقبال خوبی در بازارهای منطقه دارند، چون این بازیها برای رده های سنی مختلف مناسب بوده و اغلب موضوعات آنها برای کاربران کشورهای منطقه جذاب و جالب هستند.

«روح الله مومن نسب» پژوهشگر فضای مجازی درباره تراکنش های مالی در زمینه بازی های رایانه ای معتقد است تراکنش های مالی بازی های رایانه ای در دنیا بسیار بالاست، تا جایی که کشور چین تنها در سال ۲۰۱۶ توانسته ۲۴ میلیارد دلار از بازیهای رایانه ای کسب درآمد کند.

او درباره وضعیت ایران در بازار جهانی گیم می افزاید: صنعت گیم ایران در سطح دنیا رتبه ۳۱ را در اختیار دارد. درآمد کشورمان از این بازار ۲۸۶ میلیون دلار بوده و کشور ترکیه ۵ برابر این میزان از بازار جهانی بازی های رایانه ای درآمد داشته است.

در دو سال گذشته مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) اولین گزارش رسمی درباره صادرات بازی های رایانه ای ایرانی را منتشر و اعلام کرد که سهم ایران از صادرات بازی های رایانه ای در جهان ۲/۱ میلیون دلار بوده است. این مرکز همچنین در آن زمان اعلام کرد درآمد ناخالص بازی های ایرانی صادر شده در سال ۹۶ برابر ۱،۲۳۵،۰۰۰ دلار بوده که بیشتر این درآمد از طریق فروش بازی های پولی بوده است و بازی های پرداخت درون برنامه ای درصد کمتری از درآمدزایی را به خود اختصاص داده بودند.

رام کردن غول تحریم

با تمام اینها اما تقویم ورق خورده و روزگار کمی سختتر شده است. به هر حال نمی توان وجود تحریم ها بر سر راه ورود بازیهای رایانه ای ایرانی به بازارهای خارجی را مائمی جدی به حساب نیآورد. این موضوعی است که از نگاه تیزبین و جستجوگر فعالان و ناشران معتبر بین المللی هم دور نخواهد ماند. با این حال اما انگیزه بازی سازان ایرانی برای عبور از مرزها و ورود به دنیای بزرگ کشورها و بازارهای دیگر به حدی بالا است که آنها را به ورطه ناامیدی نکشاند.

«حسین مزروعی» یکی از بازی سازان و فعالان صنعت گیم در این باره می گوید: ما در سالهای اخیر بسیار به رشد و حضور در بازارهای خارجی خوشبین بودیم، تا جایی که حتی چند قرارداد با ناشران خارجی تنظیم کرده و پروژه ها را تا نیمه هم جلو بردیم، اما در چند ماه اخیر فشار تحریم های خارجی شرایط را تغییر داده و ادامه کار با مشکل مواجه است. با این همه معتقدم، باید بتوانیم راه فعالیت در چنین شرایطی را پیدا کنیم، زیرا صادرات بازی های ایرانی در شرایط تحریم هرچند سخت، اما غیرممکن نیست.

این دیدگاه شاید در نگاه اول کمی ایده آل به نظر برسد، اما شاید بهتر باشد برای نزدیکتر شدن به آن و حقیقت شرایط موجود، تصور سنتی نسبت به مقوله صادرات را تغییر بدهیم. اغلب ما صادرات را به مفهوم و شکل سنتی در ذهن داریم، در حالی که نباید فراموش کنیم محصولات صنعت گیم و به طور کلی اغلب محصولات حوزه «آی تی» ماهیت فیزیکی نداشته و به این دلیل محدودیتهای رایج برای صادرات را هم نخواهند داشت.

«حسن کریمی قدوسی»، رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای هم با تاکید بر این موضوع بیان می کند: برای صادرات بازی های رایانه ای هیچ محدودیتی روی کاغذ وجود ندارد، اما بازی سازان ما برای انتقالات و تراکنشهای مالی نمی توانند در داخل کشور تعریف کنند و به همین دلیل باید با یک ناشر خارجی قرارداد همکاری داشته باشند. با وجود این موانع، در سالهای اخیر بخش بازیهای رایانه ای ایرانی توانسته اند وارد بازارهای جهانی بشوند.

او معتقد است، بازی سازان باید هوشمندانه عمل کنند و با ارزیابی موقعیت به خوبی تصمیم بگیرند که بازی خودشان را به کجا و با چه شرایطی صادر کنند. حتی با ارائه حساب بانکی معتبر بین المللی یکی از اعضای خانواده یا یک شرکت دیگر هم می توان بازیها را صادر کرد، اما خرید و داتلود بازی مهمترین عامل برای موفقیت آن است و نشان می دهد که این بازی درآمدزا بوده است یا خیر.

قدوسی درباره درآمد بازی سازان از صادرات بازی رایانه ای می گوید: بعضی بازی سازان ما از صادرات بازی خودشان درآمدی بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار دلار داشته اند یا تعداد داتلود و نصب بالای یک میلیون هم دارند. بنابراین شناسایی هوشمندانه موقعیت بازار و آرایه بازی باکیفیت و به روز اهمیت زیادی در صادرات و موفقیت آنها در بازارهای جهانی دارند.

کریمی قدوسی برای روشتر شدن موضوع به بازیهای با پرداخت درون برنامه ای اشاره می کند و می گوید: ساخت این نوع بازیها آفندرها هم پیچیده نیست و این بازیها ممکن است در طول شش ماه هم ساخته شوند. اما درآمدزایی از این بازیها بسیار سخت است و درست به همین دلیل صنعت گیم ما در این حوزه موفقیتهای چشمگیری بدست نیآورده است. در واقع تحریم ها تاثیر زیادی روی عدم موفقیت بازی های با پرداخت درون برنامه ای دارند، چون (ادامه دارد ...)

کریمی قدوسی برای روشتر شدن موضوع به بازیهای با پرداخت درون برنامه ای اشاره می کند و می گوید: ساخت این نوع بازیها آفندرها هم پیچیده نیست و این بازیها ممکن است در طول شش ماه هم ساخته شوند. اما درآمدزایی از این بازیها بسیار سخت است و درست به همین دلیل صنعت گیم ما در این حوزه موفقیتهای چشمگیری بدست نیآورده است. در واقع تحریم ها تاثیر زیادی روی عدم موفقیت بازی های با پرداخت درون برنامه ای دارند، چون (ادامه دارد ...)

کریمی قدوسی برای روشتر شدن موضوع به بازیهای با پرداخت درون برنامه ای اشاره می کند و می گوید: ساخت این نوع بازیها آفندرها هم پیچیده نیست و این بازیها ممکن است در طول شش ماه هم ساخته شوند. اما درآمدزایی از این بازیها بسیار سخت است و درست به همین دلیل صنعت گیم ما در این حوزه موفقیتهای چشمگیری بدست نیآورده است. در واقع تحریم ها تاثیر زیادی روی عدم موفقیت بازی های با پرداخت درون برنامه ای دارند، چون (ادامه دارد ...)

کریمی قدوسی برای روشتر شدن موضوع به بازیهای با پرداخت درون برنامه ای اشاره می کند و می گوید: ساخت این نوع بازیها آفندرها هم پیچیده نیست و این بازیها ممکن است در طول شش ماه هم ساخته شوند. اما درآمدزایی از این بازیها بسیار سخت است و درست به همین دلیل صنعت گیم ما در این حوزه موفقیتهای چشمگیری بدست نیآورده است. در واقع تحریم ها تاثیر زیادی روی عدم موفقیت بازی های با پرداخت درون برنامه ای دارند، چون (ادامه دارد ...)

کریمی قدوسی برای روشتر شدن موضوع به بازیهای با پرداخت درون برنامه ای اشاره می کند و می گوید: ساخت این نوع بازیها آفندرها هم پیچیده نیست و این بازیها ممکن است در طول شش ماه هم ساخته شوند. اما درآمدزایی از این بازیها بسیار سخت است و درست به همین دلیل صنعت گیم ما در این حوزه موفقیتهای چشمگیری بدست نیآورده است. در واقع تحریم ها تاثیر زیادی روی عدم موفقیت بازی های با پرداخت درون برنامه ای دارند، چون (ادامه دارد ...)

کریمی قدوسی برای روشتر شدن موضوع به بازیهای با پرداخت درون برنامه ای اشاره می کند و می گوید: ساخت این نوع بازیها آفندرها هم پیچیده نیست و این بازیها ممکن است در طول شش ماه هم ساخته شوند. اما درآمدزایی از این بازیها بسیار سخت است و درست به همین دلیل صنعت گیم ما در این حوزه موفقیتهای چشمگیری بدست نیآورده است. در واقع تحریم ها تاثیر زیادی روی عدم موفقیت بازی های با پرداخت درون برنامه ای دارند، چون (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) برای انتقال پول به ایران و حتی تعامل با ارائه دهندگان تبلیغات هوشمند آنلاین هم با مشکل روبه رو هستیم. از طرف دیگر این بازی ها اغلب با المانها و نشانه های فرهنگی و بومی ما گره خورده اند که طبیعتا برای گیمرهای خارجی جذاب نیستند. همچنین باید قبول کنیم که بازی سازهایی ما تجربه زیادی در این حوزه ندارند، به همین دلیل معتقدم که باید انتقال دانش در این حوزه را افزایش بدهیم. در همین راستا قرار است در مهر ماه امسال گروهی از بازی سازان ایرانی را برای شرکت در یک دوره آموزشی به دانشگاهی معتبر در کشور فنلاند بفرستیم.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای می افزاید: سه یا چهار سال پیش ایران هیچ صادراتی در صنعت گیم نداشته است، اما در حال حاضر صنعت گیم ما در ارائه و صادرات بازیهای پریمیوم (بازیهای که پرداخت درون برنامه ای نداشته و تنها در همان ابتدا برای نصب هزینه دریافت می کنند) موفقیت های خوبی داشته است.

**TGC؛ پلی برای انتقال دانش و تجربیات**

همایش و نمایشگاه بین المللی بازیهای رایانه ای تهران یا **TGC** به عنوان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه با حضور ناشران و فعالان بین المللی از سراسر دنیا، بزرگترین فرصت برای معرفی و توسعه صنعت گیم کشورمان است.

دومین دوره این رویداد امسال با همکاری بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و مجموعه **Game Connection** فرانسه برگزار شد تا بتواند پلی میان بازی سازان ایرانی و خارجی برای انتقال دانش و تجربیات و البته ایجاد فرصت های تجاری جدید باشد.

حسین مزروعی به عنوان یک بازی ساز عملکرد **TGC** را مثبت ارزیابی می کند و می گوید: مهمترین مزیت این رویداد ایجاد فرصتهای خوب برای تعامل با ناشران و فعالان بین المللی صنعت گیم است که می تواند تاثیر چشمگیری بر انتقال دانش و تجربیات آنها به بازی سازان ایرانی داشته باشد. **TGC** کمک می کند تا بازی سازان ایرانی بتوانند چشم انداز بهتر و واقعی تری به بازارهای جهانی داشته باشند و خودشان را در چارچوبها و استانداردهای بین المللی ارزیابی کنند. این فرآیند به تدریج باعث رشد صنعت گیم ما خواهد شد.

کریمی قبوسی درباره تاثیر رویداد **TGC** معتقد است، دو رویکرد در این زمینه تاثیر خوبی خواهد داشت. اولین رویکرد این رویداد شبکه سازی بین بازی سازهایی داخلی یا ناشران خارجی است. این رویداد امکان برقراری رابطه میان آنها را ایجاد می کند تا به این ترتیب بازی سازان ما بتوانند با دریافت مشاوره و راهنمایی حتی برای تولید مشترک با این ناشران بین المللی هم برنامه ریزی کنند و از آنها کمک فکری و فنی بگیرند. ما در طول برگزاری دو دوره این رویداد، تجربه های خوبی در این زمینه داشته ایم.

او ادامه می دهد: دومین رویکرد مهم **TGC** انتقال دانش است. برگزاری کلاس های یک ساعته با آخرین ابزارها و مستر کلاسها به صورت تخصصی و متمرکز یکی از این راههای انتقال دانش است. تعامل شکل گرفته میان بازی سازان داخلی و ناشران خارجی معتبر باعث می شود بازی سازان ما در طول مذاکرات و تعاملات خودشان بارها بازی هایشان را اصلاح کرده و قدمهای بزرگی به سمت سازگاری با استانداردهای بین المللی بردارند. در همین راستا امسال کتابهای راهنمایی برای بازی سازان منتشر کردیم تا به آنان برای برقراری ارتباط موثر و مذاکره بهتر با ناشران خارجی، کمک کنیم. علاوه بر این، یک تیم متخصص به بازی سازان برای معرفی و ارائه بهتر بازی ها به ناشران و سرمایه گذاران خارجی و داخلی انتخاب کردیم. همچنین در **TGC** امسال تلاش کردیم بیشتر ناشران خارجی فعال منطقه را به این رویداد دعوت کنیم تا ناشرانی که شهرت کمتری دارند، اما به خاطر رابطه بهتری که با بازی های ایرانی برقرار می کنند، تمایل بیشتری به همکاری و سرمایه گذاری داشته باشند.



## سالانه ۹۲۰ میلیارد تومان خرج بازی رایانه ای میشود (۱۱۴۵-۹۷۰۰۰۰۰۰۰)

معاون بنیاد ملی بازی رایانه ای: از ۲۵۰ میلیارد تومان درآمد بازی های رایانه ای در بخش نرم افزار حدود ۱۴ درصد سهم بازی های بومی است.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی شبکه خبر، هادی جعفری معاون بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: هزینه مردم برای بازی های رایانه ای در سخت افزار و نرم افزار سالانه ۹۲۰ میلیارد تومان است که از این رقم بیش از ۵۷۰ میلیارد تومان سهم سخت افزار می شود.

وی افزود: از ۲۵۰ میلیارد تومان درآمد بازی های رایانه ای در بخش نرم افزار حدود ۱۴ درصد سهم بازی های بومی است. جعفری گفت: کیفیت بازی های موبایلی بومی روز به روز در حال افزایش است و در مقایسه با سال های گذشته میزان جذب این بازی ها چهار درصد افزایش یافته است.

معاون بنیاد ملی بازی های رایانه ای افزود: بنیاد ملی بازی های رایانه ای فقط بر انتشار این بازی ها نظارت دارد و در تولید آنها دخالتی نمی کند. وی گفت: پروانه انتشار برای بازی های داخلی و خارجی اجباری است اما برای بازی های داخلی و بهبود فضای کسب و کار مجوزی به نام خود اظهاری در نظر گرفته شده است.

جعفری افزود: هر شخصی بازی ساز که بر اساس طرح بنیاد ملی بازی های رایانه ای رده ای را کسب کند مورد حمایت مزایای پیش بینی شده در آن رده قرار می گیرد.

وی گفت: در سال گذشته ۶ هزار و ۶۴۱ بازی بررسی محتوایی شد که مجوز انتشار برای هزار و ۲۵۷ بازی صادر نشد.

جعفری افزود: در سه ماهه نخست امسال نیز هزار و ۷۸ بازی رده بندی شده اند.

معاون بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه حمایت های این بنیاد امسال بسیار بیشتر از گذشته است گفت: حمایت از بازی سازی، جهانی کردن صنعت بازی سازی داخلی و حفاظت از صنعت بازی های بومی در مقابل بازی های خارجی از جمله اولویت های این بنیاد است. (ادامه دارد ...)





(ادامه خبر ...) وی افزود: بازی های مروج خشونت که بیشتر تولید داخل هستند درصد کمی را از بازی های درون بازار را شامل می شود.



## شروع

### خرده خبر

مردم سرعت بیشتر می خواهند متوسط سرعت اینترنت در یک سال گذشته در سراسر جهان ۲۲ درصد افزایش پیدا کرده است. سرعت اتصال هر کاربر از ۷.۴ مگابیت در سال ۲۰۱۷ به مرز ۹.۱ مگابیت در امسال رسیده است. سود ۱۰۰ میلیونی بازی رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای از درآمد ۱۰۰ میلیون تومانی در بازار داخل خبر داد. در سال ۹۴ سهم بازی های ایرانی از بازار داخلی ۱۱ درصد بوده و این سهم در سال ۹۶ به ۱۴ درصد رسیده است. زمزمه های حذف کنکور شورای ستجش پذیرش دانشجو تصویب کرد در سال ۹۸ تأثیر سوابق تحصیلی ۳۰ درصد قطعی در نظر گرفته شود و مصوبه دوم هم این بود که برای کنکوری های سال ۹۸ دو نوع سوال تستی برای داوطلبان نظام قدیم و نظام جدید در نظر گرفته خواهد شد. لباسی با قابلیت شارژ موبایل پژوهشگران قصد دارند با استفاده از کربن، پوششی ابداع کنند که بتواند نیروی الکتریسته را در نانولوله های کربن ذخیره کند. این فناوری، تحولی بزرگی ایجاد خواهد کرد چراکه سربازان می توانند از این طریق ابزار الکتریکی خود را با لباس شان شارژ کنند.



## بول و تجارت

### سالانه ۹۲۰ میلیارد تومان خرج بازی رایانه ای میشود (۱۳۹۱-۹۲-۹۳-۹۴-۹۵-۹۶)

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی شبکه خبر، هادی جعفری معاون بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: هزینه مردم برای بازی های رایانه ای در سخت افزار و نرم افزار سالانه ۹۲۰ میلیارد تومان است که از این رقم بیش از ۵۷۰ میلیارد تومان سهم سخت افزار می شود. وی افزود: از ۲۵۰ میلیارد تومان درآمد بازی های رایانه ای در بخش نرم افزار حدود ۱۴ درصد سهم بازی های بومی است. جعفری گفت: کیفیت بازی های موبایلی بومی روز به روز در حال افزایش است و در مقایسه با سال های گذشته میزان جذب این بازی ها چهار درصد افزایش یافته است. معاون بنیاد ملی بازی های رایانه ای افزود: بنیاد ملی بازی های رایانه ای فقط بر انتشار این بازی ها نظارت دارد و در تولید آنها دخالتی نمی کند. وی گفت: پروانه انتشار برای بازی های داخلی و خارجی اجباری است اما برای بازی های داخلی و بهبود فضای کسب و کار مجوزی به نام خود اظهاری در نظر گرفته شده است. جعفری افزود: هر شخصی بازی ساز که بر اساس طرح بنیاد ملی بازی های رایانه ای رده ای را کسب کند مورد حمایت مزایای پیش بینی شده در آن رده قرار می گیرد. وی گفت: در سال گذشته ۶ هزار و ۶۴۱ بازی بررسی محتوایی شد که مجوز انتشار برای هزار و ۲۵۷ بازی صادر نشد. جعفری افزود: در سه ماهه نخست امسال نیز هزار و ۷۸ بازی رده بندی شده اند. معاون بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه حمایت های این بنیاد امسال بسیار بیشتر از گذشته است گفت: حمایت از بازی سازی، جهانی کردن صنعت بازی سازی داخلی و حفاظت از صنعت بازی های بومی در مقابل بازی های خارجی از جمله اولویت های این بنیاد است. وی افزود: بازی های مروج خشونت که بیشتر تولید داخل هستند درصد کمی را از بازی های درون بازار را شامل می شود.



## کیسزنتس

### لشکر ۲۸ میلیونی گیمرها در ایران (۱۳۹۱-۹۲-۹۳-۹۴-۹۵-۹۶)

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای جدیدترین گزارش از جامعه آماری گیمرهای ایران را به شرح زیر ارائه کرد. گسترش نیوز: مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای جدیدترین گزارش از جامعه آماری گیمرهای ایران را به شرح زیر ارائه کرد: از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر گیمر هستند. از ۲۸ میلیون گیمر در ایران ۶۵ درصد مرد و ۳۵ درصد زن هستند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) از هر ۱۰۰ زن در ایران ۲۴ نفر گیمر هستند و از هر ۱۰۰ مرد در ایران ۴۵ گیمر هستند. در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است. ۳۱ درصد را کودکان زیر ۱۲ سال، ۲۶ درصد را نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۶ درصد را جوانان ۲۰ تا ۲۴ سال، ۶ درصد را میان سال های ۳۵ تا ۵۹ سال و یک درصد را کهن سال های بالای ۶۰ سال تشکیل می دهند. ۸۸ درصد از پلتفرم موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم رایانه شخصی و ۱۸ درصد از پلتفرم کنسول استفاده می کنند. ۷۷ درصد از گوشی هوشمند، ۳۱ درصد از تبلت، ۲۰ درصد از رایانه شخصی، ۱۱ درصد از لپ تاپ، ۱۸ درصد از کنسول خانگی و ۲ درصد از کنسول دستی استفاده می کنند.

در سال ۱۳۹۶ درآمد بازار بازی های دیجیتال کشور ۹۲۰ میلیارد تومان بوده است. بازی Clash of Clans پرتعدادترین بازی در ایران است، بازی PES در رده دوم و بازی GTA در رده سوم بازی های پرتعداد در ایران قرار دارد. بازی های کاتر استرایک، فیفا، باقلوا، گلش رویال، کال آو دیوتی، یو و کوئیز و کینگز به ترتیب رده های چهارم تا دهم بازی های پرتعداد ایرانی را از آن خود کرده اند.

از میزان ۹۲۰ میلیارد تومان کل درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۲۵ میلیارد تومان سهم سخت افزار و حدود ۳۹۵ میلیارد تومان سهم بازی است. دستگاه کنسول با ۴۲۸.۶ میلیارد تومان محبوب ترین سخت افزاری است که خریداران بابت آن پول پرداخت کرده اند.

منبع: خبر آنلاین



## گزارش مهر از چشم انداز صادرات بازی های رایانه ای ایرانی؛ بازی سازی ایرانیان در بازارهای جهانی / بازی با تحریم! (۱۳۹۵-۹۶/۹۷)

با رونق صنعت گیمر در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاشهای زیادی برای همسویی با استانداردهای بین المللی داشته اند تا جایی که صادرات این بازی ها با اقبال خوبی مواجه شده است.

به گزارش خبرنگار مهر، صنعت بازی های رایانه ای کشور در سالهای اخیر رشد قابل قبولی داشته و افاق های تازه ای را پیش روی فعالان این صنعت باز کرده و به گواه اعداد و آمار هم این صنعت روند رو به رشدی را نشان می دهد؛ تا جایی که اخیراً رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای از درآمد ۱۰۰ میلیون تومانی بازی-های رایانه ای ایرانی در بازار داخلی خبر داده است.

او همچنین اعلام کرده است که در سال ۹۴ سهم بازی های ایرانی از بازار داخلی ۱۱ درصد بوده و این سهم در سال ۹۶ با دو برابر شدن حجم این بازار به ۱۴ درصد رسیده است.

ایران در رتبه ۳۱ صنعت گیمر دنیا

با رونق صنعت گیمر در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاش های بیشتری برای همسویی با استانداردهای بین المللی صنعت گیمر و ورود به بازارهای جهانی کرده اند که نتیجه این تلاش ها حالا به صادرات و حضور هرچند اندک اما تاثیرگذار بازی های ایرانی در بازارهای جهانی منجر شده است.

این روزها حتی بعضی بازی سازهای داخلی در حال تولید بازی هایی برای ناشران بین المللی هستند به هر ترتیب، بازی های ایرانی اقبال خوبی در بازارهای منطقه دارند، چون این بازیها برای رده های سنی مختلف مناسب بوده و اغلب موضوعات آنها برای کاربران کشورهای منطقه جذاب و جالب هستند.

«روح الله مومن نسب» پژوهشگر فضای مجازی درباره تراکنش های مالی در زمینه بازی های رایانه ای معتقد است تراکنش های مالی بازی های رایانه ای در دنیا بسیار بالاست، تا جایی که کشور چین تنها در سال ۲۰۱۶ توانسته ۲۴ میلیارد دلار از بازیهای رایانه ای کسب درآمد کند.

او درباره وضعیت ایران در بازار جهانی گیمر می افزاید: صنعت گیمر ایران در سطح دنیا رتبه ۳۱ را در اختیار دارد. درآمد کشورمان از این بازار ۲۸۶ میلیون دلار بوده و کشور ترکیه ۵ برابر این میزان از بازار جهانی بازی های رایانه ای درآمد داشته است.

در دو سال گذشته مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) اولین گزارش رسمی درباره صادرات بازی های رایانه ای ایرانی را منتشر و اعلام کرد که سهم ایران از صادرات بازی های رایانه ای در جهان ۲/۱ میلیون دلار بوده است. این مرکز همچنین در آن زمان اعلام کرد درآمد تخالص بازی های ایرانی صادر شده در سال ۹۶ برابر ۱.۲۳۵.۰۰۰ دلار بوده که بیشتر این درآمد از طریق فروش بازی های پولی بوده است و بازی های پرداخت درون برنامه ای درصد کمتری از

درآمدزایی را به خود اختصاص داده بودند.

رام کردن غول تحریم

با تمام اینها اما تقویم ورق خورده و روزگار کمی سختتر شده است. به هر حال نمی توان وجود تحریم ها بر سر راه ورود بازیهای رایانه ای ایرانی به بازارهای خارجی را ماتی جدی به حساب نیآورد. این موضوعی است که از نگاه تیزبین و جستجوگر فعالان و ناشران معتبر بین المللی هم دور نخواهد ماند. با این حال اما انگیزه بازی سازان ایرانی برای عبور از مرزها و ورود به دنیای بزرگ کشورها و بازارهای دیگر به حدی بالا است که آنها را به ورطه تأمیدی نکشاند.

«حسین مزروعی» یکی از بازی سازان و فعالان صنعت گیمر در این باره می گوید: ما در سالهای اخیر بسیار به رشد و حضور در بازارهای خارجی خوشبین بودیم، تا جایی که حتی چند قرارداد با ناشران خارجی تنظیم کرده و پروژه ها را تا نیمه هم جلو بردیم، اما در چند ماه اخیر فشار تحریم های خارجی شرایط را تغییر داده و ادامه کار با مشکل مواجه است. با این همه معتقدم، باید بتوانیم راه فعالیت در چنین شرایطی را پیدا کنیم، زیرا صادرات بازی های ایرانی در (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) شرایط تحریم هرچند سخت، اما غیرممکن نیست.

این دیدگاه شاید در نگاه اول کمی ایده آل به نظر برسد، اما شاید بهتر باشد برای نزدیکتر شدن به آن و حقیقت شرایط موجود، تصور سنتی نسبت به مقوله صادرات را تغییر بدهیم. اغلب ما صادرات را به مفهوم و شکل سنتی در ذهن داریم، در حالی که نباید فراموش کنیم محصولات صنعت گیم و به طور کلی اغلب محصولات حوزه «ای تی» ماهیت فیزیکی نداشته و به این دلیل محدودیتهای رایج برای صادرات را هم نخواهند داشت.

«حسن کریمی قدوسی»، رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه ای هم با تأکید بر این موضوع بیان می کند: برای صادرات بازی های رایانه ای هیچ محدودیتی روی کاغذ وجود ندارد، اما بازی سازان ما برای انتقالات و تراکنشهای مالی نمی توانند در داخل کشور تعریف کنند و به همین دلیل باید با یک ناشر خارجی قرارداد همکاری داشته باشند. با وجود این موانع، در سالهای اخیر بخش بازیهای رایانه ای ایرانی توانسته اند وارد بازارهای جهانی بشوند.

او معتقد است، بازی سازان باید هوشمندانه عمل کنند و با ارزیابی موقعیت به خوبی تصمیم بگیرند که بازی خودشان را به کجا و با چه شرایطی صادر کنند. حتی با ارائه حساب بانکی معتبر بین المللی یکی از اعضای خانواده یا یک شرکت دیگر هم می توان بازیها را صادر کرد، اما خرید و داتلود بازی مهمترین عامل برای موفقیت آن است و نشان می دهد که این بازی درآمدزا بوده است یا خیر.

قدوسی درباره درآمد بازی سازان از صادرات بازی رایانه ای می گوید: بعضی بازی سازان ما از صادرات بازی خودشان درآمدی بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار دلار داشته اند یا تعداد داتلود و نصب بالای یک میلیون هم دارند. بنابراین شناسایی هوشمندانه موقعیت بازار و ارائه بازی باکیفیت و به روز اهمیت زیادی در صادرات و موفقیت آنها در بازارهای جهانی دارند.

کریمی قدوسی برای روشنتر شدن موضوع به بازیهای با پرداخت درون برنامه ای اشاره می کند و می گوید: ساخت این نوع بازیها آنقدرها هم پیچیده نیست و این بازیها ممکن است در طول شش ماه هم ساخته شوند. اما درآمدزایی از این بازیها بسیار سخت است و درست به همین دلیل صنعت گیم ما در این حوزه موفقیتهای چشمگیری بدست نیاورده است. در واقع تحریم ها تأثیر زیادی روی عدم موفقیت بازی های با پرداخت درون برنامه ای دارند، چون برای انتقال پول به ایران و حتی تعامل با ارائه دهندگان تبلیغات هوشمند آنلاین هم با مشکل روبه رو هستیم. از طرف دیگر این بازی ها اغلب با المانها و نشانه های فرهنگی و بومی ما گره خورده اند که طبیعتاً برای گیمهای خارجی جذاب نیستند. همچنین باید قبول کنیم که بازی سازهای ما تجربه زیادی در این حوزه ندارند، به همین دلیل معتقدیم که باید انتقال دانش در این حوزه را افزایش بدهیم. در همین راستا قرار است در مهر ماه امسال گروهی از بازی سازان ایرانی را برای شرکت در یک دوره آموزشی به دانشگاهی معتبر در کشور فنلاند بفرستیم.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای می افزاید: سه یا چهار سال پیش ایران هیچ صادراتی در صنعت گیم نداشته است، اما در حال حاضر صنعت گیم ما در ارائه و صادرات بازیهای پرمیوم (بازیهای که پرداخت درون برنامه ای نداشته و تنها در همان ابتدا برای نصب هزینه دریافت می کنند) موفقیت های خوبی داشته است.

#### TGC؛ پلی برای انتقال دانش و تجربیات

همایش و نمایشگاه بین المللی بازیهای رایانه ای تهران یا TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه با حضور ناشران و فعالان بین المللی از سراسر دنیا، بزرگترین فرصت برای معرفی و توسعه صنعت گیم کشورمان است.

دومین دوره این رویداد امسال با همکاری بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و مجموعه Game Connection فرانسه برگزار شد تا بتواند پلی میان بازی سازان ایرانی و خارجی برای انتقال دانش و تجربیات و البته ایجاد فرصت های تجاری جدید باشد.

حسین مزروعی به عنوان یک بازی ساز عملکرد TGC را مثبت ارزیابی می کند و می گوید: مهمترین مزیت این رویداد ایجاد فرصتهای خوب برای تعامل با ناشران و فعالان بین المللی صنعت گیم است که می تواند تأثیر چشمگیری بر انتقال دانش و تجربیات آنها به بازی سازان ایرانی داشته باشد. TGC کمک می کند تا بازی سازان ایرانی بتوانند چشم انداز بهتر و واقعی تری به بازارهای جهانی داشته باشند و خودشان را در چارچوبها و استانداردهای بین المللی ارزیابی کنند. این فرآیند به تدریج باعث رشد صنعت گیم ما خواهد شد.

کریمی قدوسی درباره تأثیر رویداد TGC معتقد است، دو رویکرد در این زمینه تأثیر خوبی خواهد داشت، اولین رویکرد این رویداد شبکه سازی بین بازی سازهای داخلی با ناشران خارجی است. این رویداد امکان برقراری رابطه میان آنها را ایجاد می کند تا به این ترتیب بازی سازان ما بتوانند با دریافت مشاوره و راهنمایی حتی برای تولید مشترک با این ناشران بین المللی هم برنامه ریزی کنند و از آنها کمک فکری و فنی بگیرند. ما در طول برگزاری دو دوره این رویداد، تجربه های خوبی در این زمینه داشته ایم.

او ادامه می دهد: دومین رویکرد مهم TGC، انتقال دانش است. برگزاری کلاس های یک ساعته با آخرین ابزارها و مستر کلاسها به صورت تخصصی و متمرکز یکی از این راههای انتقال دانش است. تعامل شکل گرفته میان بازی سازان داخلی و ناشران خارجی معتبر باعث می شود بازی سازان ما در طول مذاکرات و تعاملات خودشان بارها بازی هایشان را اصلاح کرده و قدمهای بزرگی به سمت سازگاری با استانداردهای بین المللی بردارند. در همین راستا امسال کتابهای راهنمایی برای بازی سازان منتشر کردیم تا به آنان برای برقراری ارتباط موثر و مذاکره بهتر با ناشران خارجی، کمک کنیم. علاوه بر این، یک تیم متخصص به بازی سازان برای معرفی و ارائه بهتر بازی ها به ناشران و سرمایه گذاران خارجی و داخلی انتخاب کردیم. همچنین در TGC امسال تلاش کردیم بیشتر ناشران خارجی فعال منطقه را به این رویداد دعوت کنیم تا ناشرانی که شهرت کمتری دارند، اما به خاطر رابطه بهتری که با بازی های ایرانی برقرار می کنند، تمایل بیشتری به همکاری و سرمایه گذاری داشته باشند.



## نگاهی به وضعیت حضور ایران در بازارهای جهانی صنعت گیم و ظرفیت های بازی سازان ایرانی در دل تحریم ها؛ مزیت های نسبی ایران برای صادرات بازی های رایانه ای (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

درآمد ناخالص بازی های ایرانی صادر شده در سال ۹۶ یک میلیون و ۲۲۵ هزار دلار بوده که بیشتر این درآمد از طریق فروش بازی های پولی بوده است

درآمد ناخالص بازی های ایرانی صادر شده در سال ۹۶ یک میلیون و ۲۲۵ هزار دلار بوده که بیشتر این درآمد از طریق فروش بازی های پولی بوده است و بازی های پرداخت درون برنامه ای درصد کمتری از درآمدزایی را به خود اختصاص داده بودند.

به گزارش «صبا»، اگرچه هنر-صنعت طراحی و ساخت بازی های رایانه ای ایران در سال های اخیر از رشد نسبی مناسبی برخوردار بوده و افق های تازه ای پیش روی فعالان این صنعت قرار گرفته تا جایی که اخیراً رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای از درآمد صد میلیون تومانی بازی های رایانه ای ایرانی در بازار داخل خبر داده است، اما باید پذیرفت سهم درآمدی بازی های رایانه ای و حجم گردش کامل مالی آن که با چرخه فروش به مخاطب ایرانی کامل می شود، همچنان سهمناکچیزی است و ظرفیت های رشد بسیار بیشتری دارد.

رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای همچنین اعلام کرده است که در سال ۹۴ سهم بازی های ایرانی از بازار داخلی ۱۱ درصد بوده و این سهم در سال ۹۶ با نوبت برابر شدن حجم این بازار به ۱۴ درصد رسیده است.

رتبه سی و یکم ایران در بازار گیم دنیا

با رونق صنعت گیم در داخل کشور بازی سازان و فعالان این صنعت تلاش های بیشتری برای هم سوئی با استانداردهای بین المللی صنعت گیم و ورود به بازارهای جهانی کرده اند که نتیجه این تلاش ها حالا به صادرات و حضور هرچند اندک اما تاثیرگذار بازی های ایرانی در بازارهای جهانی منجر شده است.

این روزها حتی بعضی بازی سازهای داخلی در حال تولید بازی هایی برای ناشران بین المللی هستند چون اگر بخواهیم خوش بینانه نگاه کنیم بازی های ایرانی اقبال نسبتاً مطلوبی در بازارهای منطقه دارند، چون این بازی ها برای رده های سنی مختلف مناسب بوده و اغلب موضوعات آن ها برای کاربران کشورهای منطقه جذاب و جالب هستند.

دو میلیون دلار؛ سهم ایران از صادرات بازی

در دو سال گذشته مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) اولین گزارش رسمی درباره صادرات بازی های رایانه ای ایرانی را منتشر و اعلام کرد که سهم ایران از صادرات بازی های رایانه ای در جهان ۲/۱ میلیون دلار بوده است. این مرکز همچنین در آن زمان اعلام کرد درآمد ناخالص بازی های ایرانی صادر شده در سال ۹۶ یک میلیون و ۲۲۵ هزار دلار بوده که بیشتر این درآمد از طریق فروش بازی های پولی بوده است و بازی های پرداخت درون برنامه ای درصد کمتری از درآمدزایی را به خود اختصاص داده بودند. اگرچه این رقم در مقایسه با رقام فروش و سودهای کلانی که کمپانی های بزرگ تولید کننده بازی های رایانه ای نصیب خود می کنند، رقم ناچیزی محسوب می شود اما دست کم می تواند نشان دهنده این موضوع مهم باشد که در صورت سرمایه گذاری به میزان مناسب و شناخت دقیق مزیت های نسبی و قطعی خودمان، کسب سودهای کلان در بازارهای جهانی هم نمی تواند چندان آرزوی دور و درازی باشد.

تحریم ها؛ مانعی جدی

تقویم ورق خورده و روزگار برای ما سخت تر شده است و نمی توان مانع تراشی تحریم ها سر راه ورود بازی های ایرانی به بازارهای بین المللی را معطل ندانست اما به نظر می رسد صادرات بازی های رایانه ای در مقایسه با کالاها و خدمات و دیگر اروضات بهتری در تحریم ها برخوردار است.

حسن کریمی قدوسی؛ رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای هم با تأکید بر این موضوع بیان می کند: برای صادرات بازی های رایانه ای روی کاغذ هیچ محدودیتی وجود ندارد اما بازی سازان ما برای انتقالات و ترانکس های مالی نمی توانند در داخل کشور تمرین کنند و به همین دلیل باید با یک ناشر خارجی قرارداد همکاری داشته باشند. با وجود این موانع، در سال های اخیر بخش بازی های رایانه ای ایرانی توانسته اند وارد بازارهای جهانی بشوند.

او معتقد است، بازی سازان باید هوشمندانه عمل کنند و با ارزیابی موقعیت های خوبی تصمیم بگیرند که بازی خودشان را به کجا و با چه شرایطی صادر کنند. حتی با ارائه حساب بانکی معتبر بین المللی یکی از اعضای خانواده یا یک شرکت دیگر هم می توان بازی ها را صادر کرد، اما خرید و دانه بازی مهم ترین عامل برای موفقیت آن است و نشان می دهد که این بازی درآمدزا بوده است یا خیر.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای می افزاید: سه یا چهار سال پیش ایران هیچ صادراتی در صنعت گیم نداشته است. اما اکنون صنعت گیم ما در ارائه و صادرات بازی های پریمیوم (بازی هایی که پرداخت درون برنامه ای نداشته و تنها در همان ابتدا برای نصب هزینه دریافت می کنند) موفقیت های خوبی داشته است.

### TGC

همایش و نمایشگاه بین المللی بازی های رایانه ای تهران یا TGC به عنوان بزرگ ترین رویداد تجاری صنعت بازی های رایانه ای در منطقه خاورمیانه حضور ناشران و فعالان بین المللی از سراسر دنیا، بزرگ ترین فرصت برای معرفی و توسعه صنعت گیم کشورمان است.

دومین دوره این رویداد امسال با همکاری بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران و مجموعه Game Connection فرانسه برگزار شد تا بتواند پلی میان بازی سازان ایرانی و خارجی برای انتقال دانش و تجربیات و البته ایجاد فرصت های تجاری جدید باشد.

حسین مزروعی به عنوان یک بازی ساز عملکرد TGC را مثبت ارزیابی می کند و می گوید: مهم ترین مزیت این رویداد ایجاد فرصت های خوب برای تعامل با ناشران و فعالان بین المللی صنعت گیم است که می تواند تاثیر چشمگیری بر انتقال دانش و تجربیات آن ها به بازی سازان ایرانی داشته باشد. TGC کمک می کند تا بازی سازان ایرانی بتوانند چشم انداز بهتر و واقعی تری به بازارهای جهانی داشته باشند و خودشان را در چارچوب ها و استانداردهای بین المللی ارزیابی کنند. این فرآیند به تدریج باعث رشد صنعت گیم ما خواهد شد.

مستانه مباشری

## عکس / کارگاه ها و کنفرانس های رویداد TGC2018

کارگاه ها و کنفرانس های جنبی رویداد TGC2018 با ارائه متخصصان و نمایندگان شرکت های معتبر ایرانی و خارجی که در حوزه بازی های رایانه ای فعالیت دارند، برگزار شد.

عکس سلفی برندگان اولین جایزه گیمستان با مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در مراسم اختتامیه TGC2018 اعلام برندگان اولین جایزه گیمستان در مراسم اختتامیه رویداد Tehran Game Convention تیم های بازی سازی ایرانی در قالب غرفه های نمایشگاه رویداد TGC2018 به معرفی محصولات خود به ناشران ایرانی و خارجی پرداختند. کارگاه ها و کنفرانس های جنبی رویداد TGC2018 با ارائه متخصصان و نمایندگان شرکت های معتبر ایرانی و خارجی که در حوزه بازی های رایانه ای فعالیت دارند، برگزار شد. نشست های تخصصی با موضوعات متنوع فنی و مدیریت کسب و کار بخش محبوب رویداد TGC2018 بود که طی آن بازی سازان جوان با دانش و تجربه شرکت های با سابقه آشنا شدند. خانم Kate Edwards که به عنوان سخنران کلیدی TGC2018 در آیین افتتاحیه این رویداد به بازی سازان ایرانی توصیه کرد به جای توجه به محدودیت ها، توانایی ها و فرهنگ غنی خود را در آغوش بگیرند. نمایشگاه دومین رویداد Tehran Game Convention فضای خوبی برای بازاریابی استارت آپ هایی نیز که به شرکت های بازی خدمات ارائه می کنند فراهم کرده بود. خانم Kate Edwards که به عنوان سخنران کلیدی TGC2018 در آیین افتتاحیه این رویداد به بازی سازان ایرانی توصیه کرد به جای توجه به محدودیت ها، توانایی ها و فرهنگ غنی خود را در آغوش بگیرند. حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان سخنران کلیدی دومین رویداد Tehran Game Convention استراتژی های بنیاد را برای حمایت از بازی سازان ایرانی اعلام کرد. نمایشگاه دومین رویداد Tehran Game Convention فضایی برای تعامل فعالان حوزه بازی های رایانه ای ایرانی و خارجی را فراهم کرده بود. دومین رویداد Tehran Game Convention با حضور بیش از ۱۳۰۰ شرکت کننده، ۴۶ سخنران خارجی و ۲۶ سخنران داخلی، ۲۴ ناشر خارجی و ۱۰۰ شرکت بازی ساز ایرانی و خارجی در مرکز همایش های بین المللی برگزار شد. بازدید مهدی شیخ روز نماینده مردم تهران، ری، شمیرانات و پردیس در مجلس شورای اسلامی از رویداد TGC2018 سید عباس صالحی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، صبح جمعه ۱۵ تیر ماه در TGC 2018 حضور یافت و از بخش های مختلف این رویداد بازدید کرد. غرفه های بازی سازان با عروسک ها و آدمک های شخصیت های داستانی بازی ها تزئین شده بود و توجه بازدیدکنندگان را جلب می کرد. شور و شوق بازی سازان جوان برای معرفی دستاوردهایشان به بازدیدکنندگان در TGC 2018 دیدنی بود.

## بازینگاشت فوتبالیست ها؛ برنده رقابت میان گیم های FIFA و گیم های PES کدام است؟ (۱۳۹۶-۹۶/۰۹/۰۱)

بنیاد ملی بازی های رایانه ای در تحقیق اخیر خود به مقایسه میزان گیم های دو عنوان FIFA و PES پرداخته است.

به گزارش حوزه دنیای ارتباطات گروه فضای مجازی باشگاه خبرنگاران جوان این بازینگاشت که بر اساس پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال تهیه شده نشان می دهد در ایران فرنجایز PES نسبت به FIFA مخاطبان بیشتری در سال ۹۶ داشته است.

فرنجایزهای FIFA و PES در جهان و البته در ایران، طیف وسیعی از طرفداران را در پلتفرم های گوناگون به خود جذب کرده اند. دو شرکت Electronic Arts و KONAMI رقابت دراز مدتی را در برابر یکدیگر برای جذب بازیکنان و فروش بیشتر ادامه می دهند و رقابت FIFA علیه PES به مخاطبان این دو نیز کشیده شده است. اگرچه درصدی از بازیکنان فوتبال دوست هر دوی این بازی ها را بازی می کنند؛ اما بخش زیادی از بازیکنان طرفدار سرسخت یکی از دو بازی هستند و این رویارویی همچنان ادامه دارد.

در این بازینگاشت با تکیه بر پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) در سراسر کشور با بیش از ۸۰۰۰ نمونه آماری در کلان شهرها، شهرها و روستاها در سال ۱۳۹۶، اطلاعاتی از ویژگی های جمعیت شناختی بازیکنان ایرانی این دو بازی روی دو پلتفرم رایانه و کنسول ارائه شده است.

اگرچه به صورت نسبی، در جهان FIFA فرنجایز موفق تری نسبت به PES محسوب می شود و خصوصا در سال های اخیر با فروش بیشتری همراه بوده است. بر اساس اطلاعات حاصل شده، در ایران فرنجایز PES مخاطبان بیشتری در سال ۱۳۹۶ داشته است. لازم به ذکر است که در بازار ایران، به دلیل عدم وجود قانون کپی رایته عمده بازی های موجود چه در فرنجایز FIFA و چه PES نسخه های کپی هستند و یا به صورت رد و بدل کردن فایل یا دانلود آن در دسترس بازیکنان قرار می گیرند. صرفا در ۴ عنوان PES2017، FIFA18، FIFA17 و PES2018 برای کنسول های PS4 و XBOX ONE نسخه اورجینال رایج است که دلیل آن عدم عملکرد این دو کنسول با لوح فشرده کپی شده است. اگرچه نسخه اورجینال سایر عناوین هر فرنجایز هم وجود دارند و در عین حال امکان نصب بازی بدون لوح فشرده روی دو کنسول مذکور نیز امکان پذیر است.

## شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMG A MENA (۲۰۱۷-۲۰۱۸)

سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMG A MENA) شروع به پذیرش آثار بازی سازان این منطقه کرده است.

به گزارش گروه علم و فناوری خبرگزاری آنا از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی سازان ایرانی نیز می توانند تا نهم شهریورماه امسال که به عنوان آخرین مهلت ارسال آثار تعیین شده در این جشنواره بین المللی شرکت کنند. براساس آنچه سایت رسمی جشنواره اعلام کرده است، ۲۴ شهریورماه پس از بررسی آثار شاهد اعلام نامزدها خواهیم بود و ابتدای آبان ماه نیز مراسم اهدای جوایز برگزار خواهد شد. باید این نکته را مد نظر داشته باشید که تنها بازی هایی که پس از ماه مه سال میلادی ۲۰۱۷ (حدوداً اواسط اردیبهشت ۹۶ به بعد) منتشر شده اند یا قرار است در آینده منتشر شوند در این جشنواره پذیرفته می شوند، به این ترتیب اگر بازی ساخته شده پیش از این تاریخ انتشار یافته نمی توانید اثر خود را برای IMG A ارسال کنید. جشنواره IMG A قدیمی ترین رقابت سالانه میان بازی های ساخته شده برای پلتفرم موبایل است و آثار شاخص این حوزه را ارزیابی می کند. این جشنواره از سال ۲۰۱۶ بخشی مخصوص به خاورمیانه و شمال آفریقا راه اندازی کرده است و بازی های ایرانی نیز در دو دوره قبلی شرکت در این جشنواره عملکرد موفقی از خود نشان داده اند. سال گذشته در مقطعی کشور ایران و همچنین بازی های ثبت شده از سوی بازی سازان ایرانی از این جشنواره حذف و با پیگیری های مکرر به حالت اولیه بازگشت و همچنان بازی سازان ایرانی نیز می توانند طبق قوانین این جشنواره، در آن شرکت کنند.

انتهای پیام/

## شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMG A MENA (۲۰۱۷-۲۰۱۸)

سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMG A MENA) شروع به پذیرش آثار بازی سازان این منطقه کرده است.

به گزارش خبرگزاری شهبستان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی سازان ایرانی نیز می توانند تا ۹ شهریورماه امسال که به عنوان آخرین مهلت ارسال آثار تعیین شده در این جشنواره بین المللی شرکت کنند. براساس آنچه سایت رسمی جشنواره اعلام کرده است، ۲۴ شهریورماه پس از بررسی آثار شاهد اعلام نامزدها خواهیم بود و ابتدای آبان ماه نیز مراسم اهدای جوایز برگزار خواهد شد. باید این نکته را مد نظر داشته باشید که تنها بازی هایی که پس از ماه می سال میلادی ۲۰۱۷ (حدوداً اواسط اردیبهشت ۹۶ به بعد) منتشر شده اند یا قرار است در آینده منتشر شوند در این جشنواره پذیرفته می شوند، به این ترتیب اگر بازی ساخته شده پیش از این تاریخ انتشار یافته نمی توانید اثر خود را برای IMG A ارسال کنید. جشنواره IMG A قدیمی ترین رقابت سالانه میان بازی های ساخته شده برای پلتفرم موبایل است و آثار شاخص این حوزه را ارزیابی می کند. این جشنواره از سال ۲۰۱۶ بخشی مخصوص به خاورمیانه و شمال آفریقا راه اندازی کرده و بازی های ایرانی نیز در دو دوره قبلی شرکت در این جشنواره عملکرد موفقی از خود نشان داده اند. سال گذشته در مقطعی کشور ایران و همچنین بازی های ثبت شده از سوی بازی سازان ایرانی از این جشنواره حذف و با پیگیری های مکرر به حالت اولیه بازگشت و همچنان بازی سازان ایرانی نیز می توانند طبق قوانین این جشنواره، در آن شرکت کنند.

پایان پیام/۳۷

## شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMGAMENA (۱۳۹۵/۰۴/۲۰-۱۳۹۷)

سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGAMENA) شروع به پذیرش آثار بازی سازان این منطقه کرده است.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی سازان ایرانی نیز می توانند تا ۹ شهریورماه سال جاری که به عنوان آخرین مهلت ارسال آثار تعیین شده در این جشنواره بین المللی است، شرکت کنند.

براساس آنچه سایت رسمی جشنواره اعلام کرده است، ۲۴ شهریورماه پس از بررسی آثار شاهد اعلام نامزدها است و ابتدای آبان ماه نیز مراسم اهدای جوایز برگزار خواهد شد.

باید این نکته را مد نظر داشته باشید که تنها بازی هایی که پس از ماه می سال میلادی ۲۰۱۷ (حدوداً اواسط اردیبهشت ۹۶ به بعد) منتشر شده اند یا قرار است در آینده منتشر شوند در این جشنواره پذیرفته می شوند، به این ترتیب اگر بازی ساخته شده پیش از این تاریخ انتشار یافته نمی توانید اثر خود را برای IMGAMENA ارسال کنید.

جشنواره IMGAMENA قدیمی ترین رقابت سالانه میان بازی های ساخته شده برای پلتفرم موبایل است و آثار شاخص این حوزه را ارزیابی می کند. این جشنواره از سال ۲۰۱۶ بخشی مخصوص به خاورمیانه و شمال آفریقا راه اندازی کرده و بازی های ایرانی نیز در دو دوره قبلی شرکت در این جشنواره عملکرد موفقی از خود نشان داده اند.

سال گذشته در مقطع کشور ایران و همچنین بازی های ثبت شده از سوی بازی سازان ایرانی از این جشنواره حذف و با پیگیری های مکرر به حالت اولیه بازگشت و همچنان بازی سازان ایرانی نیز می توانند طبق قوانین این جشنواره، در آن شرکت کنند.



## شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMGAMENA (۱۳۹۵/۰۴/۲۰-۱۳۹۷)

سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGAMENA) شروع به پذیرش آثار بازی سازان این منطقه کرده است.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی سازان ایرانی نیز می توانند تا ۹ شهریورماه سال جاری که به عنوان آخرین مهلت ارسال آثار تعیین شده در این جشنواره بین المللی است، شرکت کنند.

براساس آنچه سایت رسمی جشنواره اعلام کرده است، ۲۴ شهریورماه پس از بررسی آثار شاهد اعلام نامزدها است و ابتدای آبان ماه نیز مراسم اهدای جوایز برگزار خواهد شد.

باید این نکته را مد نظر داشته باشید که تنها بازی هایی که پس از ماه می سال میلادی ۲۰۱۷ (حدوداً اواسط اردیبهشت ۹۶ به بعد) منتشر شده اند یا قرار است در آینده منتشر شوند در این جشنواره پذیرفته می شوند، به این ترتیب اگر بازی ساخته شده پیش از این تاریخ انتشار یافته نمی توانید اثر خود را برای IMGAMENA ارسال کنید.

جشنواره IMGAMENA قدیمی ترین رقابت سالانه میان بازی های ساخته شده برای پلتفرم موبایل است و آثار شاخص این حوزه را ارزیابی می کند. این جشنواره از سال ۲۰۱۶ بخشی مخصوص به خاورمیانه و شمال آفریقا راه اندازی کرده و بازی های ایرانی نیز در دو دوره قبلی شرکت در این جشنواره عملکرد موفقی از خود نشان داده اند.

سال گذشته در مقطع کشور ایران و همچنین بازی های ثبت شده از سوی بازی سازان ایرانی از این جشنواره حذف و با پیگیری های مکرر به حالت اولیه بازگشت و همچنان بازی سازان ایرانی نیز می توانند طبق قوانین این جشنواره، در آن شرکت کنند.

منبع: مهر



## ۹ شهریورماه آخرین مهلت ارسال آثار؛ شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMGAMENA (۱۳۹۵/۰۴/۲۰-۱۳۹۸)

خبرایران: سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGAMENA) شروع به پذیرش (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ... آثار بازی سازان این منطقه کرده است.

به گزارش خبرایران از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی سازان ایرانی نیز می توانند تا ۹ شهریورماه امسال که به عنوان آخرین مهلت ارسال آثار تعیین شده در این جشنواره بین المللی شرکت کنند.  
براساس آنچه سایت رسمی جشنواره اعلام کرده است، ۲۴ شهریورماه پس از بررسی آثار شاهد اعلام نامزدها خواهیم بود و ابتدای آبان ماه نیز مراسم اهدای جوایز برگزار خواهد شد.  
باید این نکته را مد نظر داشته باشید که تنها بازی هایی که پس از ماه می سال میلادی ۲۰۱۷ (حدوداً اواسط اردیبهشت ۹۶ به بعد) منتشر شده اند یا قرار است در آینده منتشر شوند در این جشنواره پذیرفته می شوند، به این ترتیب اگر بازی ساخته شده پیش از این تاریخ انتشار یافته نمی توانید اثر خود را برای IMGA ارسال کنید.  
جشنواره IMGA قدیمی ترین رقابت سالانه میان بازی های ساخته شده برای پلتفرم موبایل است و آثار شاخص این حوزه را ارزیابی می کند. این جشنواره از سال ۲۰۱۶ بخشی مخصوص به خاورمیانه و شمال آفریقا راه اندازی کرده و بازی های ایرانی نیز در دو دوره قبلی شرکت در این جشنواره عملکرد موفقی از خود نشان داده اند.  
سال گذشته در مقطعی کشور ایران و همچنین بازی های ثبت شده از سوی بازی سازان ایرانی از این جشنواره حذف و با پیگیری های مکرر به حالت اولیه بازگشت و همچنان بازی سازان ایرانی نیز می توانند طبق قوانین این جشنواره، در آن شرکت کنند.



### شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMGA MENA (۱۳۷۱/۰۹/۲۱-۱۳۸۳/۰۹/۲۱)

سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) شروع به پذیرش آثار بازی سازان این منطقه کرده است.  
به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی سازان ایرانی نیز می توانند تا ۹ شهریورماه امسال که به عنوان آخرین مهلت ارسال آثار تعیین شده در این جشنواره بین المللی شرکت کنند.  
براساس آنچه سایت رسمی جشنواره اعلام کرده است، ۲۴ شهریورماه پس از بررسی آثار شاهد اعلام نامزدها خواهیم بود و ابتدای آبان ماه نیز مراسم اهدای جوایز برگزار خواهد شد.  
باید این نکته را مد نظر داشته باشید که تنها بازی هایی که پس از ماه می سال میلادی ۲۰۱۷ (حدوداً اواسط اردیبهشت ۹۶ به بعد) منتشر شده اند یا قرار است در آینده منتشر شوند در این جشنواره پذیرفته می شوند، به این ترتیب اگر بازی ساخته شده پیش از این تاریخ انتشار یافته نمی توانید اثر خود را برای IMGA ارسال کنید.  
جشنواره IMGA قدیمی ترین رقابت سالانه میان بازی های ساخته شده برای پلتفرم موبایل است و آثار شاخص این حوزه را ارزیابی می کند. این جشنواره از سال ۲۰۱۶ بخشی مخصوص به خاورمیانه و شمال آفریقا راه اندازی کرده و بازی های ایرانی نیز در دو دوره قبلی شرکت در این جشنواره عملکرد موفقی از خود نشان داده اند.  
سال گذشته در مقطعی کشور ایران و همچنین بازی های ثبت شده از سوی بازی سازان ایرانی از این جشنواره حذف و با پیگیری های مکرر به حالت اولیه بازگشت و همچنان بازی سازان ایرانی نیز می توانند طبق قوانین این جشنواره، در آن شرکت کنند.



### شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMGA MENA (۱۳۷۱/۰۹/۲۱-۱۳۸۳/۰۹/۲۱)

تهران (پانا) - سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) شروع به پذیرش آثار بازی سازان این منطقه کرده است.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی سازان ایرانی نیز می توانند تا ۹ شهریورماه امسال که به عنوان آخرین مهلت ارسال آثار تعیین شده در این جشنواره بین المللی شرکت کنند.  
براساس آنچه سایت رسمی جشنواره اعلام کرده است، ۲۴ شهریورماه پس از بررسی آثار شاهد اعلام نامزدها خواهیم بود و ابتدای آبان ماه نیز مراسم اهدای جوایز برگزار خواهد شد.  
باید این نکته را مد نظر داشته باشید که تنها بازی هایی که پس از ماه می سال میلادی ۲۰۱۷ (حدوداً اواسط اردیبهشت ۹۶ به بعد) منتشر شده اند یا قرار است در آینده منتشر شوند در این جشنواره پذیرفته می شوند، به این ترتیب اگر بازی ساخته شده پیش از این تاریخ انتشار یافته نمی توانید اثر خود را برای IMGA ارسال کنید. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) جشنواره IMGA قدیمی ترین رقابت سالانه میان بازی های ساخته شده برای پلتفرم موبایل است و آثار شاخص این حوزه را ارزیابی می کند. این جشنواره از سال ۲۰۱۶ بخشی مخصوص به خاورمیانه و شمال آفریقا راه اندازی کرده و بازی های ایرانی نیز در دو دوره قبلی شرکت در این جشنواره عملکرد موفق از خود نشان داده اند. سال گذشته در مقطعی کشور ایران و همچنین بازی های ثبت شده از سوی بازی سازان ایرانی از این جشنواره حذف و با پیگیری های مکرر به حالت اولیه بازگشت و همچنان بازی سازان ایرانی نیز می توانند طبق قوانین این جشنواره، در آن شرکت کنند.



## ۹ شهریورماه آخرین مهلت ارسال آثار؛ شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMGA MENA (۲۰۱۷-۲۰۱۸)

ایرانیان سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) شروع به پذیرش آثار بازی سازان این منطقه کرده است.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی سازان ایرانی نیز می توانند تا ۹ شهریورماه امسال که به عنوان آخرین مهلت ارسال آثار تعیین شده در این جشنواره بین المللی شرکت کنند.

براساس آنچه سایت رسمی جشنواره اعلام کرده است، ۲۴ شهریورماه پس از بررسی آثار شاهد اعلام نامزدها خواهیم بود و ابتدای آبان ماه نیز مراسم اهدای جوایز برگزار خواهد شد.

باید این نکته را مد نظر داشته باشید که تنها بازی هایی که پس از ماه می سال میلادی ۲۰۱۷ (حدوداً اواسط اردیبهشت ۹۶ به بعد) منتشر شده اند یا قرار است در آینده منتشر شوند در این جشنواره پذیرفته می شوند، به این ترتیب اگر بازی ساخته شده پیش از این تاریخ انتشار یافته نمی تواند اثر خود را برای IMGA ارسال کنید.

جشنواره IMGA قدیمی ترین رقابت سالانه میان بازی های ساخته شده برای پلتفرم موبایل است و آثار شاخص این حوزه را ارزیابی می کند. این جشنواره از سال ۲۰۱۶ بخشی مخصوص به خاورمیانه و شمال آفریقا راه اندازی کرده و بازی های ایرانی نیز در دو دوره قبلی شرکت در این جشنواره عملکرد موفق از خود نشان داده اند.

سال گذشته در مقطعی کشور ایران و همچنین بازی های ثبت شده از سوی بازی سازان ایرانی از این جشنواره حذف و با پیگیری های مکرر به حالت اولیه بازگشت و همچنان بازی سازان ایرانی نیز می توانند طبق قوانین این جشنواره، در آن شرکت کنند.



## شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMGA MENA (۲۰۱۷-۲۰۱۸)

سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) شروع به پذیرش آثار بازی سازان این منطقه کرده است. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، بازی سازان ایرانی نیز می توانند تا ۹ شهریورماه امسال که به عنوان آخرین مهلت ارسال آثار تعیین شده در این جشنواره بین المللی شرکت کنند.

براساس آنچه سایت رسمی جشنواره اعلام کرده است، ۲۴ شهریورماه پس از بررسی آثار شاهد اعلام نامزدها خواهیم بود و ابتدای آبان ماه نیز مراسم اهدای جوایز برگزار خواهد شد.

باید این نکته را مد نظر داشته باشید که تنها بازی هایی که پس از ماه می سال میلادی ۲۰۱۷ (حدوداً اواسط اردیبهشت ۹۶ به بعد) منتشر شده اند یا قرار است در آینده منتشر شوند در این جشنواره پذیرفته می شوند، به این ترتیب اگر بازی ساخته شده پیش از این تاریخ انتشار یافته نمی تواند اثر خود را برای IMGA ارسال کنید.

جشنواره IMGA قدیمی ترین رقابت سالانه میان بازی های ساخته شده برای پلتفرم موبایل است و آثار شاخص این حوزه را ارزیابی می کند. این جشنواره از سال ۲۰۱۶ بخشی مخصوص به خاورمیانه و شمال آفریقا راه اندازی کرده و بازی های ایرانی نیز در دو دوره قبلی شرکت در این جشنواره عملکرد موفق از خود نشان داده اند.

سال گذشته در مقطعی کشور ایران و همچنین بازی های ثبت شده از سوی بازی سازان ایرانی از این جشنواره حذف و با پیگیری های مکرر به حالت اولیه بازگشت و همچنان بازی سازان ایرانی نیز می توانند طبق قوانین این جشنواره، در آن شرکت کنند.

### شروع ثبت بازی برای حضور در جشنواره IMGAMENA (۲۰۱۷-۲۰۱۶-۲۰۱۵)

سومین دوره از جشنواره بین‌المللی بازی‌های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGAMENA) شروع به پذیرش آثار بازی‌سازان این منطقه کرده است. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، بازی‌سازان ایرانی نیز می‌توانند تا ۹ شهریورماه امسال که به عنوان آخرین مهلت ارسال آثار تعیین شده در این جشنواره بین‌المللی شرکت کنند. براساس آنچه سایت رسمی جشنواره اعلام کرده است، ۲۴ شهریورماه پس از بررسی آثار شاهد اعلام نامزدها خواهیم بود و ابتدای آبان ماه نیز مراسم اهدای جوایز برگزار خواهد شد.

باید این نکته را مد نظر داشته باشید که تنها بازی‌هایی که پس از ماه می سال میلادی ۲۰۱۷ (حدوداً اواسط اردیبهشت ۹۶ به بعد) منتشر شده‌اند یا قرار است در آینده منتشر شوند در این جشنواره پذیرفته می‌شوند، به این ترتیب اگر بازی ساخته شده پیش از این تاریخ انتشار یافته نمی‌تواند اثر خود را برای IMGAMENA ارسال کنید. جشنواره IMGAMENA قدیمی‌ترین رقابت سالانه میان بازی‌های ساخته شده برای پلتفرم موبایل است و آثار شاخص این حوزه را ارزیابی می‌کند. این جشنواره از سال ۲۰۱۶ بخشی مخصوص به خاورمیانه و شمال آفریقا راه‌اندازی کرده و بازی‌های ایرانی نیز در دو دوره قبلی شرکت در این جشنواره عملکرد موافقی از خود نشان داده‌اند.

سال گذشته در مقطعی کشور ایران و همچنین بازی‌های ثبت شده از سوی بازی‌سازان ایرانی از این جشنواره حذف و با پیگیری‌های مکرر به حالت اولیه بازگشت و همچنان بازی‌سازان ایرانی نیز می‌توانند طبق قوانین این جشنواره، در آن شرکت کنند.

# راهنمای بولتن

## قالب محتوا

خبر 

یادداشت 

گزارش 

مقاله 

اطلاعیه 

فراخوان 

گفتگو 

پیام مردمی 

تصویری 

شماره صفحه



پوزهاب

مثبت 

منفی 

بی طرف 

جهت گیری محتوا 

عنوان خبر

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

محل قرارگیری خلاصه خبر

محل قرارگیری  
بریده جراید در روزنامه

فراوانی خبر

# بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در آینه مطبوعات

۱۳۹۷/۰۴/۳۱

