

۱۳۹۷/۰۸/۲۶

# بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در آینه مطبوعات



روابط عمومی

# فهرست

۱

رقم جایزه جشنواره های ویدئویی افزایش یافت

**فیلم کان**

۲

صدور فرهنگ ایرانی با بازی های ویدئویی

خبرگزاری ملکه کاتب اخبار آذربایجان  
Azer News Agency (AZNA)

۳

کاهش زرق و برق به نفع بازی سازان / جایزه اول: 100 میلیون تومان



۴

کاهش زرق و برق به نفع بازی سازان / جایزه اول: 100 میلیون تومان

**وبنا** / **پایانه شفافیت و پژوهشی اسلامی**  
IRANIAN HERITAGE RESEARCH AGENCY

۵

مدیرعامل بنیاد بازی های رایانه ای: بهترین بازی سال ایران 100 میلیون تومان جایزه خواهد گرفت!

**مهر خداقفرز**  
Mehr eXdaGfrz

۶

صدور فرهنگ ایرانی با بازی های ویدئویی

**شمار**

۸

صدور فرهنگ ایرانی با بازی های ویدئویی

**وبنا** / **پایانه شفافیت و پژوهشی اسلامی**  
IRANIAN HERITAGE RESEARCH AGENCY

۹

سمینار صادرات سرویس های دیجیتال برگزار می شود

**قاوانیوز**

۹

تحفیف 50 درصدی برای حضور (بدون مقاله) در کنفرانس DGRC2018

**قاوانیوز**

۱۰

شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب 7 جایزه از 11 جایزه جشنواره ایمگامانا

**خبرگزاری پانا**  
PANA

۱۰

شگفتی سازی بازی سازان ایرانی در جشنواره بین المللی IMGA MENA

خبرگزاری ملکه کاتب اخبار آذربایجان  
Azer News Agency (AZNA)

۱۱

شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب 7 جایزه از 11 جایزه جشنواره IMGA MENA

**خبری ایران**

۱۱

شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب 7 جایزه از جشنواره IMGA MENA

**ایران اکونومیت**

۱۲

7 جایزه جشنواره بین المللی بازی های موبایلی به بازی سازان ایرانی رسید

**پیشگام**

۱۲

شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب 7 جایزه از 11 جایزه جشنواره IMGA MENA

**سنت افشار**

۱۲

شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی و کسب 7 جایزه از جشنواره IMGA MENA

**خبرگزاری پرس**

۱۳

شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی و کسب 7 جایزه از جشنواره IMGA MENA

خبرگزاری پرس  
Pers News Agency

۱۳

شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی و کسب 7 جایزه از جشنواره IMGA MENA

**ECOnews**

۱۴

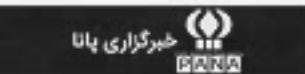
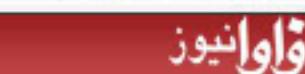
حذف روال صدور پرونده ساخت بازی های رایانه ای

**آکلیک**

## بازار سینما

۱۴	کسب ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA توسط بازی های ایرانی	
۱۵	شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی و کسب ۷ جایزه از جشنواره IMGA MENA	
۱۶	شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA	
۱۷	تخفیف ۵۰ درصدی برای حضور (بدون مقاله) در کنفرانس DGRC2018	
۱۸	شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی و کسب ۷ جایزه از جشنواره IMGA MENA	
۱۹	شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۸ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA	
۲۰	شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA	
۲۱	بازیسازان ایرانی ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA را کسب کردند	
۲۲	شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA	
۲۳	بازیسازان ایرانی ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA را کسب کردند	
۲۴	شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۸ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA	
۲۵	شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۷ جایزه	
۲۶	کاهش زرق و برق به نفع بازی سازان	
۲۷	شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۸ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA	
۲۸	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها	
۲۹	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره آسیب برخی از بازی ها	
۳۰	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها	
۳۱	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی از بازی ها	
۳۲	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره آسیب برخی از بازی ها	
۳۳	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره آسیب برخی از بازی ها	
۳۴	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره آسیب برخی از بازی ها	
۳۵	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها	

۲۶	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها	
۲۷	توصیه بنیاد بازی های رایانه ای درباره آسیب برخی از بازی ها	
۲۸	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها	
۲۹	پایه گذاری برنده جدید الکامپ گیمز برای نخستین بار	
۳۰	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها	
۳۱	حمایت معنوی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال از جشنواره وب و موبایل ایران	
۳۱	آیین نامه شیوه عضویت و بهره برداری از ساختار حمایتی همگرا منتشر شد	
۳۱	مهلت ارسال آثار به فرآیند اصلی «جایزه بازی های جدی» و ثبت نام در «هکاتون بازی های جدی» تا ۲۵ آبان ماه تمدید شد	
۳۲	حمایت معنوی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال از جشنواره وب و موبایل ایران	
۳۲	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها	
۳۳	حمایت معنوی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال از جشنواره وب و موبایل	
۳۴	حمایت معنوی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال از جشنواره وب و موبایل ایران	
۳۴	از جشنواره وب و موبایل ایران چه می دانید؟	
۳۴	توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها	
۳۵	آغاز به کار ساختار حمایتی همگرا در آذر	
۳۶	ایران از بازار جهانی بازی سهم می خواهد/تلاش برای افزایش سواد بازی	
۴۰	ایران از بازار جهانی بازی سهم می خواهد/تلاش برای افزایش سواد بازی	
۴۴	ایران از بازار جهانی بازی سهم می خواهد/تلاش برای افزایش سواد بازی	
۴۸	ایران از بازار جهانی بازی سهم می خواهد/تلاش برای افزایش سواد بازی - خبرگزاری مهر   اخبار ایران و جهان	
۵۲	ایران از بازار جهانی بازی سهم می خواهد	
۵۶	پوشش خبری جلسه ساختار حمایتی «همگرا»	

۵۷	یک میلیارد سرمایه گذاری ساختار همگرا برای بازی سازان رایانه ای	
۵۸	یک میلیارد سرمایه گذاری ساختار همگرا برای بازی سازان رایانه ای	
۵۹	دسته بندی بازی ها به منظور دریافت کمک های مالی و خدماتی	
۶۰	دسته بندی بازی ها به منظور دریافت کمک های مالی و خدماتی	
۶۱	سرمایه گذاری یک میلیاردی برای حمایت همگرا از بازی سازان رایانه ای	
۶۲	حمایت از ۵۶ بازی ساز و ۱۰۲ بازی در نخستین سال فعالیت سامانه همگرا	
۶۳	حمایت های مالی از بازی سازان ایرانی	
۶۴	حمایت از بازیسازان همسو با نیازشان/ تسهیل تولیدات بومی منطبق با فرهنگ ایرانی-اسلامی	
۶۵	سامانه جدید بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای ارزیابی و حمایت بازی سازان معرفی شد: شروع به کار ساختار حمایت همگرا	
۶۶	جزییات ساختار حمایتی همگرا تشریح شد/ به دنبال تقویت شرکت ها هستیم	
۶۷	حمایت از بازی سازان شفاف و شایسته سالار می شودهمگرا؛ مسیر توامندسازی شرکت ها و تیم های بازی سازی ارزیابی ۵۶ تیم/ شرکت و ۱۰۲ بازی ایرانی در سال نخست همگرایت حمایت های همگرا براساس	
۶۸	گزارش نشست خبری همگرا	
۶۹	دسته بندی بازی ها به منظور دریافت کمک های مالی و خدماتی	
۷۰	حمایت تاسقف ۲۰۰میلیون تومان از بازی سازان	
۷۱	حمایت شفاف و شایسته سالار از بازی سازان	
۷۲	حمایت های مالی از بازی سازان ایرانی	
۷۳	همگرا شفاف ترین ساختاری است که شکل گرفته است/ ارزیابی بازی بر اساس کاربرگ های قابل انتشار انجام خواهد شد	
۷۴	گزارش تصویری نشست خبری ساختار حمایتی همگرا بنیاد ملی بازیهای رایانه ای - بخش دوم	
۷۵	گزارش تصویری نشست خبری ساختار حمایتی همگرا بنیاد ملی بازیهای رایانه ای - بخش اول	
۷۶	آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟	
۷۷	ساختار حمایتی همگرا روگایی شد؛ حمایت از بازی سازان شفاف می شود؟	

۷۱

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

ECONews

۷۲

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

ارمان اقتصادی

۷۳

ایران از بازار جهانی بازی سهم می خواهد/تلاش برای افزایش سواد بازی

در لامکسچر

۷۷

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

فانکشن

۷۸

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

جامعه خبری تحلیلی الف

۷۹

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

دیجی‌کالا‌کامرساو

۸۰

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

دیجی‌پاد

۸۱

نگاهی به میزان محبوبیت بازی های موبایلی در بین کاربران ایرانی

شهر خداقیار

۸۲

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

افتخاده‌تونین

۸۲

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

پلکان سینما سینما پلازا

۸۳

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

تسیم آنلاین

۸۴

حمایت از بازی سازان شفاف و شایسته سالار می شود/ همگرا؛ مسیر توافقنامه سازی شرکت ها و تیم های بازی سازی/ ارزیابی 56 تیم/شرکت و 102 بازی ایرانی در سال نخست همگرا

ایران‌اف‌بی‌ای

۸۵

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

بانگاه حسیری تحلیلی ملت

۸۶

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

دیجی‌آنلاین

۸۷

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

ECONews

۸۸

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

تک‌پر

۸۹

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

آن‌اق‌خبر

۹۰

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

دریم‌سی‌پی‌اس

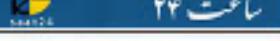
۹۱

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

آزمون‌کار

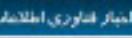
۹۲

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

ساعت صفر تلفن ۲۴

۹۳

ایرانی ها کدام بازی های موبایلی را ترجیح می دهند؟

ITNN

ایران‌فناوری اطلاعات

بخار

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران



۹۴

یک میلیارد سرمایه گذاری ساختار همگرا برای بازی سازان رایانه ای

۹۵



۹۶

در نشست خبری رومایی از ساختار حمایتی «همگرا» مطرح شد: حمایت از بازی سازان شفاف و شایسته سالار می شود

سنت افزار

۹۷

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران: کدام بازی و چطور؟



۹۸

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران: کدام بازی و چطور؟

جیت ایمان

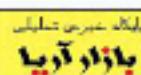
۹۹

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران: کدام بازی و چطور؟

قاوانیوز

۱۰۰

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران: کدام بازی و چطور؟



۱۰۱

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران: کدام بازی و چطور؟

فراسو

۱۰۲

شفاف سازی های وزارت ارشاد ادامه دارد/ چه کسانی پول گرفتند؟



۱۰۳

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

اقتصادیوز

۱۰۴

هدف بنیاد ملی بازی های رایانه ای از این کار شفاف سازی و رعایت شایسته سالاری در حمایت ها است/ وزارت ارتباطات ساختار همگرا را قبول دارد/ همگرا در ۱۴ شاخه خدمات حمایتی به بازی سازان ارائه می کند



۱۰۵

چه کسانی پول گرفتند؟



۱۰۶

شفاف سازی های وزارت ارشاد ادامه دارد/ چه کسانی پول گرفتند؟

econews

۱۰۷

شفاف سازی های وزارت ارشاد ادامه دارد

جاده‌نایت

۱۰۸

اولین نشست خبری ساختار حمایتی همگرا (اولین نشست خبری ساختار حمایتی همگرا)



۱۰۹

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

چهل و سیم

۱۱۰

از دنیای بازی های موبایلی چه خبر؟

کسینتیشن

۱۱۱

۵۶ بازی ساز در سامانه همگرا، حمایت های مورد نیازشان را انتخاب می کنند



گزارش بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند؟!

عصمه ارتباط

۱۱۲

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران: کدام بازی و چطور؟



۱۱۳

دسته پندی بازی ها به منظور دریافت کمک های مالی و خدماتی



۱۱۴

نشست خبری همگرا توسط بنیاد ملی بازی برگزار شد



۱۱۵

همایت همگرا از بازی سازان، قصه‌ی رومل و نبرد بارباروسا (پادکست بازی سری جدید)



۱۱۶

آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟



۱۱۷

تاژه ترین آمار بازی های موبایلی در ایران



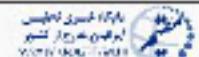
۱۱۸

تاژه ترین آمار بازی های موبایلی در ایران



۱۱۹

رویداد آوا گیمز به میزبانی صندوق نوآوری و شکوفایی برگزار می شود



۱۲۰

کمبود تجهیزات و نیروی متخصص



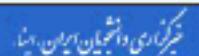
۱۲۱

کمبود تجهیزات و نیروی متخصص



۱۲۲

اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...



۱۲۳

اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...



۱۲۴

اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...



۱۲۵

اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...



۱۲۶

از رتبه پندی بازی های رایانه ای برای کودکان چقدر می دانید؟



۱۲۷

اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...



۱۲۸

اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...



۱۲۹

اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...



۱۳۰

اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...



۱۳۰

بازی های رایانه ای چه خطراتی برای بچه ها دارند؟



۱۳۱

ناگاهی والدین از آسیب ها و خطرات بازی برای بچه های شان!

عصا مرتب

۱۳۲

بازی تمام نشد

پیشنهاد

## تعداد محتوا : ۱۵۵



روزنامه

۷

پایگاه خبری

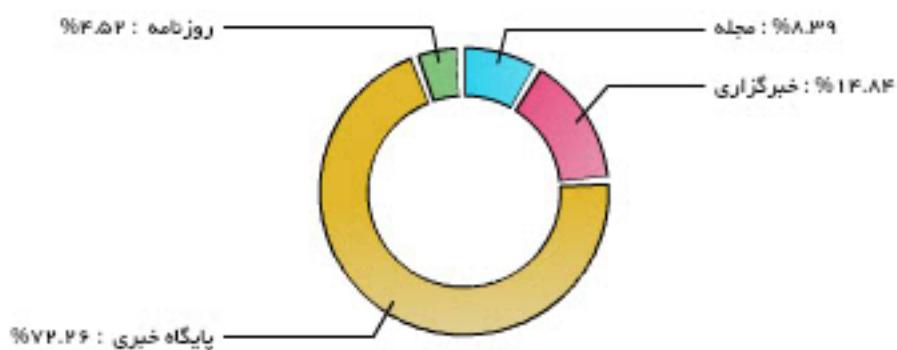
۱۱۲

خبرگزاری

۲۳

مجله

۱۳



## رقم جایزه جشنواره های ویدئویی افزایش یافت

حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره اتفاقات هشتمین جشنواره بازی های ویدئویی ایران که قرار است استفاده امسال برگزار شود، به «شهر» گفت: «امسال ترجیح دادیم تمام هزینه های تجميلات و اتفاقات پرزرق و برق را کم کنیم و آنها را به جایزه ها اختصاص دهیم؛ امسال هزینه جشنواره و جایزه ها تغییر کرده است، به جای اینکه ۲۰درصد هزینه کنیم و ۲۰درصد جایزه دهیم، ۲۰درصد هزینه من دهیم، به گونه ای که جایزه بازی اول ۱۰۰ میلیون تومان شده است و این عدد که پیش تر ۱۰ میلیون تومان بوده آن را ۱۰ برابر کردیم، بالقی جایزه ها را هم بیشتر کرده ایم، این بزرگ ترین تغییر و اتفاق نو در جشنواره است، این امر برای بازی سازان فرصت خوبی خواهد بود و جشنواره برای آن ارزش و اعتبار بیشتری پیدا می کند.» قدوسی در بخش دیگری از صحبت هایش گفت: «بزرگ ترین تمايز جشنواره هشتم در ارزش گذاری جوایز است هم رقم آن بسیار بیشتر شده و هم کارهای تبلیغاتی روی بهترین بازی زیادتر خواهد بود. کلا ۴ یا ۵ بازی برتر جشنواره را به عنوان تبلیغات گسترده رسانه ای به خصوص در محافل بازی سازها به اجرا درخواهیم اورد زیرا این چهار، پنج بازی، قطعاً بازی های خوبی هستند و می خواهیم با گمک رسانه های تخصصی و رسانه های عمومی سعی کنیم به این بازی ها هویت دهیم تا نگاه مردم را نسبت به بازی های داخلی تغییر دهیم و ذاته آنها به سمت بازار بازی های داخلی تغییر کند.»

## صدور فرهنگ ایرانی با بازی های ویدئویی

امین شهیدی یکی از اعضای گروه سازنده بازی «بیستون» است که باور دارد صنعت بازی سازی می تواند فرصت های جدیدی را در بازار بین المللی برای ایران به ارمغان بیاورد.

گروه دانشگاه خبرگزاری آن، قصه بیستون نام بازی جدید ایرانی است که داستان شیرین و فرهاد را به یک بازی جناب و اکشن برای مخاطبان ایرانی و جهانی تبدیل کرده است. مخاطب در این بازی با فرهاد همراه می شوند و پایه پای او سختی های راه که همانا رسیدن به معشوق است را طی می کنند. در ادامه گفتگوی ما درباره این بازی هیجان انگیز را با امین شهیدی از اعضای تیم سازنده بازی می خواهیم که در اینجا می خواهیم از دندر کاران بازی قصه بیستون را معرفی کنیم:

امین شهیدی هشتم از اعضا تیم بازی سازی Black Cube Game<sup>۲۳</sup>، تیم ما از ۹ نفر تشکیل شده است. ۶ سال در کنار هم کار کرده ایم و در تیم افرادی وجود دارند که سابقه بالای ۱۰ سال حضور در صنعت بازی سازی را دارند. من در تیم تولید، نقش اینیماتور و طراح بازی را دارم. تولید شادرخ، هنرمند و طراح دو بعدی، محمد تحقیقی، هنرمند و طراح سه بعدی، سروش عباسیان، هنرمند جلوه های ویژه و طراح گرافیک، مجید رحمانی و احسان تمورس طراح بازی، وحید سیامک نژاد، ارشد بخش برنامه نویسی، حسین برومند، برنامه نویس گیم بلی و ایاز و سهیل صالحی نیا، برنامه نویس هوش مصنوعی از دیگر عوامل هستند. البته در پیروزه آخر تیم، یعنی قصه بیستون هفت نفر دیگر هم با تیم همکاری می کنند.

از بازی قصه بیستون چه حمایت هایی تاکنون صورت گرفته است؟ تا به امروز ضمن حمایت های تمايشگاه های بین المللی مطرح دنیا که از بازی در حد حضور در تمايشگاه های حمایت کرده اند، بنیاد ملی بازی های رایانه ای هم نگاه مثبتی به این بازی داشته است و برای حضور در گیمز کام آلمان هم از تیم ما حمایت کرده اند.

از قصه بازی برایمان بگویید

به طور خلاصه بازی انتیپاسی اکشن است از یکی از ترازیک ترین قصه های عاشقانه ادبیات فارسی، یعنی شیرین و فرهاد شاعر بزرگ نظامی گنجوی. بازیکن در این بازی نقش فرهاد کوهن را بر عهده دارد و برای رسیدن به عشق عظیم خود به شیرین، باید کوه بیستون را از میان برداشت دشمنان فرهاد در بازی چه کسانی هستند؟

فرهاد دشمنی ندارد جزء ضعف ها و مشکلات درونی ذهنی خود هر کدام از دشمنان طراحی مکانیک ها و چه طراحی هنری نماید از یکی از دردرس های درونی و بزرگ ذهنی فرهاد هستند. هر مشکل و دغدغه با یک شکل در جلوی او ظاهر می شود. یک مشکل شیوه یک سری انسان که فرهاد را مسخره می کنند و یه او سنگ می زندند و یک سری دیگر به شکل دیو.

به نظر من رسید تحلیلات و خلاقلیت هایی را تیز به داستان اضافه کرده اید.

ما معنی کردهیم بلات اصلی قصه شیرین و فرهاد نظامی را حفظ بکنیم و در فضاهای خالی که در تبدیل قصه ای با قالب شعر به بازی ویدئویی به وجود آمد، مواردی را اضافه یا کم کنیم بزرگ ترین خلاقلیتی که اتفاق افتاده، این است که فرهاد در قصه اصلی اصلاً مبارزه ای در این قصه عاشقانه نمی کند، ولی ما همان طور که عرض کردم انتیپاسی اکشن جزء ایم و فرهاد را به مبارزه با درگیری های ذهنی خودش و ادانته ایم، همچنین با انتیپاسی از قصه، فرهاد در تنهایی های خود همدمی جز کوه و سلاح های خود و سلاح های سنگ و دل می کرد و رازهای خود و خاطرات خود را با ستاره ها و انسان در میان می گذاشت. در آخر در این حد بسته می کنم که تک مواردی که در بازی وجود دارد، اعم از سلاح های فرهاد تا مواردی مثل چک پویت ها و سیستم های مختلفی مثل تلیورت، یا انتیپاسی از خود قصه نظامی است و یا برگرفته از قوانین و هنرهای دوره ساساتی ایران باستان است. گفتنی است که داستان خسرو و شیرین که در این میان به فرهاد سر می زند و این افسانه را می آفریند از لحاظ تاریخی مربوط به دوره ساساتیان است، اگر به منطقه بیستون (ادامه دارد...)

(ادامه خبر) در کره‌نشاه سری بزندید می‌توانید شاهد اثری تاریخی و عظیم به نام «فرهاد تراش» باشید که دقیقاً مربوط به سال ۵۰۰ تا ۴۵۰ بعد از میلاد است. داستان بازی برگرفته از افسانه عاشقانه ای از شرق است، چه نگاه های فرهنگی ای مدنظرتان بود که به سراغ این داستان رفته اید؟ احسان می‌کنیم نگاه نظایمی به عشق، اتفاق بزرگی است که امروز می‌تواند در زاویه بین المللی خیلی خاص و جدید و ابته راهگشا باشد. ابته که امروز این نگاه عاشقانه ای که در این افسانه وجود دارد، برای جامعه ایران هم تلذیح بزرگ و جالی می‌تواند باشد. شاید نیاز باشد برای اصلاح برخی نگاه های جامعه شناسانه و فرهنگی امروز در ایران، به فرهنگ فراموش شده خود برگردیم و شاید درجه ای برای تجات از گره های امروز در باب عشق و عاشقی باشد. پیشنهاد می‌کنم حتماً سری به اشعار نظامی در باب عشق بزندید و یا اگر می‌خواهند با زمان کمتری به نگاه جالب شاعران ایرانی در باب عشق برسند، به تک بیت های صادق تبریزی درباره شیرین و فرهاد نگاهی بیندازند ابته من این نگاه را حتی شرقی نمی‌دانم و این نگاه شاید کاملاً مختص ایران باشد.

برای بازی قصه بیستون بازار داخلی را بیشتر مد نظر قرار داده اید یا بازار خارجی؟

به دلیل عدم وجود بسترها متناسب عرضه بازی های ویدئویی روی کنسول ها و رایانه های شخصی در کشور، کاملاً هدف بازی حضور در بازار بین المللی است و سعی شده است این افسانه ایرانی، برای حضور در بازار بین المللی آمده بشود. درباره عدم وجود بسترها عرضه بازی های ویدئویی روی کنسول ها و رایانه های شخصی در حال حاضر چه خلاصه ای در کشور وجود دارد و از نظر شما چه اقداماتی باید صورت یابد؟

در اصل دو پلت فرم هیولا و اربو برای عرضه بازی های رایانه شخصی وجود دارند. ولی تا به حدی برسند که بازی سازان بتوانند روی فروش بازی ها حساب کنند و بدانند با توجه به میزان تعداد کاربران آنها، می‌توان روی عرضه بازی حساب کرد و منتظر بازگشت سرمایه بود، راه درازی وجود دارد. در همین راستا باید از این دو پلت فرم در چهت تقویت قدرت بازاریابی و دیده شدن استفاده شود. ابته که به نظر من قبل از این مرحله باید نگاه ویژه ای به بازی های کنسول ها و رایانه های شخصی بشود.

به شکلی که بازی های ساخت این گونه بازی ها برآورده و تعداد بازی هایی که مخصوص این پلت فرم رایانه شخصی است رو به افزایش باشد. بدین ترتیب پلت فرم های عرضه بازی رایانه ای داخلی هم محصول بیشتری برای فروش خواهند داشت و مخاطب بیشتری را به خود جذب می‌کند. در واقع این یک چرخه است که برای گردش اولیه آن نیاز به بستر حمایتی جدی تر از سمت قدرت حاکمیتی است. این جزی است که در باقی کشورهای توسعه یافته و یا حتی در حال توسعه می‌باشند.

ساخت بازی برای رایانه های شخصی و همین طور کنسول ها، در کوچک ترین حالت حداقل یک سال زمان می‌برد و حداقل تا پنج سال می‌تواند به طول بیانجامد و بازگشت سرمایه کوتاه مدت ندارد. قطعاً برای سرمایه گذاری روی این بخش نیاز است میزان رسک تولید برای تولید کننده از سمت سرمایه گذاران دولتی و غیردولتی کم شود. در شرایط امروز هیچ ارگان حاکمیتی یا مخصوصی رسک سرمایه گذاری بلند مدت روی بازی ها را نمی‌پذیرند.

از نگاه دیگر برای عرضه بازی های خوب ایرانی در بازار بین المللی، مشکل تحریم گریبان بازی سازان را برای بستن قرار داد گرفته است. به شکلی که شاید خیلی از بازی سازان برای بستن قراردادهای بین المللی نیاز به تبت شرکت و قبول همه هزینه ها و سختی های آن را دارند تا بتوانند سر میز مناکره با ناشران بین المللی پنшиستند. در مجموع امروزه تمام مسائل سیاسی قرار دارد و زمینه تخصص ما نیز از این داستان میرا نیست.

یکی از راه هایی که ما از آن نتیجه هایی می‌شیم گرفتیم حضور در نمایشگاه های بین المللی برای معرفی بازی قصه بیستون بود. در این نمایشگاه ها شاید سیاری از نگرش های منفی در مورد ایرانی ها و میزان تسلط آنها به این زمینه تخصصی از بین رفت و یا کاهش پیدا کرد. کمک به بازی سازان برای حضور در نمایشگاه های بین المللی نیز می‌تواند به رشد سواد و علم بازی های بین المللی و ابته باز شدن دروازه های جدیدی برای صادرات بازی کمک کند. تمام این هزینه های حمایتی در نگاه اول و کوتاه مدت شاید غیرمنطقی باشد؛ ولی این مسیری است که جواب های بزرگ بین المللی در آن نهفته است و همین طور می‌تواند در آینده تزدیک منجر به بزرگ ترین رسانه برای تولید و اصلاح فرهنگ در کشور و صادرات آن به خارج از ایران باشد.

بازی های قبلي تیم تان را هم معرفی کنید.

تیم ما برای ساخت بازی های ایرانی با تیم های دیگر تیز همکاری داشته است. از جمله همکاری با تیم «median Games» برای ساخت بازی عمو نوروز؛ رویای آدم برقی، یا چند بازی سفارشی موبایل از کشورهای دیگر، از جمله «moomin house» و «Transit Mania» و «TGC» پهلوانی تراکتور، خروار و الکترون. اخرين بازی هم نسخه آزمایشي از بازی شمشیر تاریکی بود که در نمایشگاه TGC سال ۲۰۱۷ در دو بخش نامزد و در بخش بهترین بازی موبایل جایزه هم دریافت کرد. انتهاي پيام ۱۴۰۲۱



## جشنواره بازی های ویدئویی در گفت و گوی مهر با کریمی قدوسی؛ کاهش زرق و برق به نفع بازی سازان / جایزه اول: ۱۰۰ میلیون تومان (۱۰/۰۸/۱۹-۱۰/۰۸/۱۹)

مدیرعامل بنیاد بازی های رایانه ای گفت: هزینه های نمایشی و مصرفی هشتمین جشنواره بازی های ویدئویی کم شده و آن هزینه به جایزه برندهای اضافه شده است.

به گزارش خبرنگار مهر، جشنواره بازی های ویدئویی ایران به عنوان یک گردهمایی بزرگ برای بازی سازان ایرانی است تا فرصتی خاص شمن رقابتی منصفانه و برایر کنار یکدیگر برایشان پیش خواهد آمد تا هم از نقاط قوت و ضعف یکدیگر مطلع شوند و هم در آینده طرحی نو دراندازند. با توجه به (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) تمام این توصیفات، جشنواره فرست معرفی و تبلیغ پهلوان، فنی ترین و پرمحتوا ترین بازی های ایرانی در زانهها و بخش های مختلف را فراهم می آورد. همچنین رشد و پیشرفت بازی های رایانه ای ایرانی از نخستین اهداف جشنواره بازی های رایانه ای تهران بوده و است. بدون شک این جشنواره فرصتی برای رویش استعدادها و خلاقیت های توسعه دهندهگان بازی از سراسر کشور خواهد بود. بهمه ترین محرك برای برگزاری چنین جشنواره ای پیشرفت صنعت بازی های رایانه ای ایران است با توجه به اینکه بسیاری از آثار ساخته شده در استودیوهای امکان معرفی شدن در فستیوال ها و رویدادهای خاص را تدارد اما من توافقند دستاوردهای خاصی به ازمان پیاووند که با تأویلی ها و پیشرفت بازی سازان ایرانی را باز کنند. درباره اختلافات هشتمین جشنواره بازی های ویدئویی ایران با حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفتگویی داشته ایم که در ادامه می آید:

آقای کریمی قدوسی با توجه به این که امسال دوره هشتم جشنواره بازی های رایانه ای تهران هست و به خاطر شرایط اقتصادی پیش آمده در کشور، چه تدبیری برای برگزاری جشنواره اندیشهیده اید و اینکه در جایی هم گفته بودید قصد دارید عنوان جشنواره بازی های رایانه ای تغییر پیدا کند، درباره این موضوع هم توپیخانی بفرمایید که علت تغییر نام چیست؟

هشتادمین دوره جشنواره بازی های ریاضی امسال با شرایط خاص برگزار می شود و سعی کردیم با توجه به شرایط اقتصادی حاکم بر کشور کمی برگزاری را متحول کنیم. در سال های گذشته شاید ۷۰ یا ۸۰ درصد هزینه های جشنواره مربوط به اختصاصیه پانکوه، هزینه دکور، موسیقی زنده، مجری، تشریفات و غیره... می شد اما امسال ترجیح دادیم تمام هزینه های تجملات و اتفاقات پرزرق و برق را کم کنیم و به جایزه ها اختصاص دهیم. امسال هزینه جشنواره و جایزه ها تغییر پیدا کرده است، به جای اینکه «درصد هزینه کنیم» «درصد جایزه دهیم»، «درصد هزینه و «درصد جایزه می دهیم» به گونه ای که جایزه بازی اول ۱۰۰ میلیون تومان شده است و این عدد ۱۰ میلیون تومان بوده و ۱۰ برابرش کردیم، باقی جایزه ها را هم بیشتر کردیم، این بزرگ ترین تغییر و اتفاق نو در جشنواره است. این امر برای بازی سازان فرست خوبی خواهد بود و جشنواره برای آنان ارزش و اعتبار بیشتری پیدا می کند.

و بنا / پلکان شیر و سایه طی اینجا

کاهش زرق و ترق به نفع بازی سازان / حابزه اول: ۱۰۰ میلیون تومان

چشواره بازی های ویدئویی ایران فرهنگی برای معرفی و تبلیغ بهترین، قدرتمند ترین و پرمحتوا بازی های ایرانی در زانرهای مختلف است. همچنان رشد و پیشرفت بازی های رایانه ای ایرانی از تخصیص اهداف چشواره بازی های رایانه ای تهران به حساب می آید. خیرگزاری مهر درباره دوره هشتم چشواره بازی های رایانه ای و تحولات جدید آن با حسن کریمی قلمروی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت و گویی کرده است که در ادامه می آید. کریمی قلمروی، حذف هزینه های تحمالماتی و اتفاقات پرسقی و برق و افزایش جایزه ها را یکی از اصل تبریز تغییرات چشواره هشتم عنوان کرده است.

آنکه در این مقاله از این نظر بررسی شد که آیا این اتفاقات میتوانند باعث ایجاد تغییراتی در رفتار اقتصادی افراد باشند و این تغییرات چگونه میباشد؟

هشتاد و هشتین دوره جشنواره بازی های رایانه ای امسال با شرایط خاص برگزار می شود و سعی کردیم با توجه به شرایط اقتصادی حاکم بر کشور کمی برگزاری را متغیر کنیم در سال های گذشته شاید ۸۰-۸۱ درصد هزینه های جشنواره مربوط به اختتامیه باشکوه، هزینه دکور، موسيقی زنده، مجری، تشریفات وغیره... می شد اما امسال ترجیح دادیم تمام هزینه های تجهیزات و اتفاقات پرزق و برق را کم کنیم و به جایزه ها اختصاص دهیم، امسال هزینه جشنواره و جایزه ها تغییر پیدا کرده است، به جای اینکه «ادرصد هزینه کمیم» «ادرصد جایزه دهیم»، «ادرصد هزینه و «ادرصد جایزه می دهیم» به گونه ای که جایزه بازی اول ۱۰۰ میلیون تومان شده است و این عدد ۱۰ میلیون تومان بوده و ۱۰ برابر کردیم، باقی جایزه ها را هم بیشتر کردیم، این بزرگ ترین تغییر و اتفاق نو در جشنواره است این امر برای جشنواره بازی های ارزش و اعتبار پیشترین پیدا می کند.

پس ما امسال با جشنواره تماشی رویه رو نیستیم و تشریفات و اختلافات همه گیر در جشنواره ها را حذف کردید؟  
بله وجود رویدادهای تشریفاتی در در جشنواره های سینمایی بازخورد خوبی دارد که پرده های سینمایی در دست دولت است و کسی که در جشنواره فیلم، جایزه ای دریافت می کند در آینده اکران نوروزی برایش ایجاد می شود و در فروش فیلم کمک بسیاری برای آنان خواهد شد اما در جشنواره بازی های رایانه ای بازی ساز ۱۰ میلیون جایزه برنده می شود ولی فروشی در بازار آزاد است که آن دست بخش خصوصی است. پس باید برای جشنواره ارزش ایجاد کنیم، یعنی از ارزش هایی رقیم خوب جایزه ای است که می توانیم برایش درنظر بگیریم، ممکن است از شکوه و جلال جشنواره کم شود و مراسم را در سالن کوچکی برگزار کنیم اما مزیت اش در ارج نهادن به جایزه بازی سازان است.

پس باید تغییراتی را در حوزه داوری اعمال کرده باشید، در بخش داوری قرار است شاهد چه اختلافات به روزی باشیم؟  
بله اختلاف تغییر دوم این است که در بخش ژانرهای، مثلاً بهترین بازی مانشین سواری، بهترین بازی سبک اکشن یا غیره... دیگر توسط هیئت داوران انتخاب نمی‌شود. یک حلقه ۱۰۰ نفره ایجاد کردیم مشکل از ۵ بازی ساز و ۵۰ منتقد بازی که رسانه‌های بازی را دارند، این افراد درخصوص بازی‌ها رأی می‌دهند. که در گذشته هیأت ۱۰۰ نفره داوران رأی می‌دادند اسامی بازی گذاشته می‌شود بازی پوزنیم و پسورد دارد وارد صفحه می‌شود و بهترین بازی مثلاً اکشن را انتخاب می‌کند، کاری که اسکار هم می‌کند. قبل از این منتقد در جشنواره محلی از اعراب نداشت یعنی حرفی برای گفتن نداشت اما امسال ترجیح دادیم منتقدان را اوارد این عرصه کنیم.

تغییر مموم، اسم جشنواره بازی های رایانه ای تهران که خیلی به آن نقد داشتند، به جشنواره «بازی های ویدئوی ایران» تغییر دادیم، به چند علت اول اینکه آن اسم در زمان قدیم گناهش شده بود و ما تغییر ندادیم، تهران این حس را ایجاد می کرد که فقط در تهران این اتفاق رخ می دهد در حالی که از کل ایران اثر ارسال می شود، پس باید ایران می شد، رایانه ای هم کلمه درست نیست اسم ما بینایا می بازی های رایانه ای است اما برای تغییرش باید پرسه ای طولانی را بگذرانیم زیرا شورای عالی انقلاب فرهنگی باید تایید کند تا شورای عالی فضای مجازی این اسم را تغییر دهد؛ درستش ویدئویی (ادامه دارد...)

(ادامه خبر...) است پس جشنواره بازی های ویدئویی گنائشی، در کل هویت جشنواره را در راستای کمک به بازی سازان تغییر دادیم، با توجه به تمام تغییراتی که ذکر کردیم، وجه تمایز جشنواره امسال نسبت به سال های پیشین در چیست؟

بزرگ ترین تمایز جشنواره هشتم در ارزش گذاری جوانی است هم رقم آن بسیار بیشتر شده است. کارهای تبلیغاتی بر روی بهترین بازی زیاد خواهد بود. کلاً ۴ یا ۵ بازی برتر جشنواره را به عنوان تبلیغات گسترده رسانه ای به حخصوص در مخالف بازی سازها به اجرا درخواهیم اورد زیرا این ۴ یا ۵ بازی، قطعاً بازی های خوبی هستند و من خواهیم با کمک رسانه های تخصصی و رسانه های عمومی سعی کنیم به این بازی ها هویت دهیم تا نگاه مردم را نسبت به بازی های داخلی تغییر دهیم و ذاته آن ها به سمت بازار بازی های داخلی تغییر کند. برای همین یک بخش اصلی در بخش زانرهای ایجاد کردیم، بخش اصلی فقط بهترین بازی سال در آن است» دستاوردهای هنری، فنی، طراحی بازی های بزرگ هم وجود دارد که مختص بازی هایی است که حرفی برای گفتن نداشتند.

اهداف و شمار این جشنواره مختلفی برای گرددیم امنی بازی سازان و تعامل با یکدیگر است، این تعامل راهی هم به بازار خارجی دارد؟ احتمالاً اکثر این بازی هایی که در جشنواره هستند، برای بازار جهانی ساخته شده اند، اگر از لحاظ انتشار هم منظور تان باشد ما برای انتشار بازی ها در بازار جهانی نمی توانیم کاری انجام دهیم، خودشان باید ناشر پیدا کنند تا به فروش برسد ولی به احتمال زیاد بازی ها در بازار جهانی دستاوردهای خوبی خواهند داشت.

لطفاً درباره زمان بندی جشنواره هم توضیحاتی بدینید که زمان جشنواره چه روزهایی است و اختتامیه چه زمانی برگزار می شود؟ اختتامیه همانند هر سال در اسفندماه برگزار می شود، فرداخوان جشنواره هم هفته آینده اعلام خواهد شد و زمان بندی هم در فرداخوان می آید.

## سهرورد اکبریز

### مدیرعامل بنیاد بازی های رایانه ای: بهترین بازی سال ایران ۱۰۰ میلیون تومان جایزه خواهد گرفت!

جشنواره بازی های ویدئویی ایران به عنوان یک گردهمایی بزرگ برای بازی سازان ایرانی است تا فرصتی خاص ضمن رقابتی منصفانه و برابر کنار یکدیگر برایشان بیش خواهد آمد تا هم از نقاط قوت و ضعف یکدیگر مطلع شوند و هم در آینده طرحی نو درآزاداند. با توجه به تمام این توصیفات، جشنواره فرصت معرفی و تبلیغ بهترین، فنی ترین و برمحتوا ترین بازی های ایرانی در زانرهای در احتمال زیاد بازی ها در احتمال زیاد بازی ها در بازار جهانی بدون شک این جشنواره فرصتی برای رویش استعدادها و خلاقیت های توسعه دهنده اگر از سراسر کشور خواهد بود. البته مهم ترین محرك برای برگزاری چنین جشنواره ای پیشرفت صنعت بازی های رایانه ای ایران است با توجه به اینکه بسیاری از آثار ساخته شده در استودیوها امکان معرفی شدن در فضیوال ها و رویدادهای خاص را ندارد اما می توانند دستاوردهای خاصی به ارمنان بیاورند که با تأثیری ها راه پیشرفت بازی سازان ایرانی را باز کنند.

حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای علی گفتگویی با خبرگزاری مهر به تعدادی از سوال های مهم درباره اتفاقات هشتمین جشنواره بازی های ویدئویی ایران این گونه پاسخ می دهد:

افقی کریمی قبوسی با توجه به این که امسال دوره هشتم جشنواره بازی های رایانه ای تهران هست و به خاطر شرایط اقتصادی پیش آمده در کشور، چه تدبیری برای برگزاری جشنواره اندیشیده اید و اینکه در جایی هم گفته بودید قصد دارید عنوان جشنواره بازی های رایانه ای تغییر پیدا کند، درباره این موضوع هم توضیحاتی بفرمایید که علت تغییر نام چیست؟

هشتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای امسال با شرایط خاص برگزار می شود و سعی کردیم با توجه به شرایط اقتصادی حاکم بر کشور کمی برگزاری را متحول کنیم. در سال های گذشته شاید ۷۰ یا ۸۰ درصد هزینه های جشنواره مربوط به اختتامیه باشکوه، هزینه دکور، موسیقی زنده، مجری، تشریفات وغیره... می شد اما امسال ترجیح دادیم تمام هزینه های تجملات و اتفاقات برزرق و برق را کم کنیم و به جایزه های اختصاصی دهیم، امسال هزینه جشنواره و جایزه ها تغییر پیدا کرده است، به جای اینکه «ادرصد هزینه کنیم» «ادرصد جایزه دهیم»، «ادرصد هزینه و ۱۰۰ میلیون تومان شده است و این عدد ۱۰ میلیون تومان بوده و ۱۰ برابرش کردیم، باقی جایزه ها را هم بیشتر کردیم، این بزرگ ترین تغییر اتفاق نو در جشنواره است. این امر برای بازی سازان فرست جایزه خواهد بود و جشنواره برای آنان ارزش و اختبار پیشتری پیدا می کند.

امسال هزینه جشنواره بازی های ویدئویی ایران و جایزه ها تغییر پیدا کرده است، به جای اینکه «ادرصد هزینه کنیم» «ادرصد جایزه دهیم»، «ادرصد هزینه و ۱۰۰ میلیون تومان شده است و این عدد ۱۰ میلیون تومان بوده و ۱۰ برابرش کردیم».

پس امسال با جشنواره تماشی روبه رو نیستیم و تشریفات و اتفاقات همه گیر در جشنواره ها را حذف کردیم. بلطفاً وجود رویدادهایی تشریفاتی در جشنواره های سینمایی بازخورد خوبی دارد که پرده های سینمایی در دست دولت است و کسی که در جشنواره فیلم، جایزه ای دریافت می کند در آینده اکران تورزی برایش ایجاد می شود و در فروش فیلم کمک بسیاری برای آنان خواهد شد اما در جشنواره بازی های رایانه ای بازی های ۱۰ میلیون جایزه برند می شود ولی فروش در بازار افزایش ایجاد می شود بازی هایی که در جشنواره ارزش ایجاد کنیم، یکی از ارزش هایش رقم خوب جایزه ای است که می توانیم برایش درنظر بگیریم. ممکن است از شکوه و جلال جشنواره کم شود و مراسم را در سالن کوچکی برگزار کنیم اما مزیت این در ارج تهداد به جایزه بازی سازان است.

پس باید تغییراتی را در حوزه داوری اعمال کرده باشید، در بخش داوری قرار است شاهد چه اتفاقات به روزی باشیم؟

بله اتفاقاً تغییر دوم این است که در بخش زانرهای مثلاً بهترین بازی مانین سواری، بهترین بازی سیک اکشن یا غیره... دیگر توسط هیئت داوران انتخاب نمی شود. یک حلقه ۱۰۰ نفره ایجاد کردم متشکل از ۵ بازی ساز و ۵ معتقد بازی که رسانه های بازی را دارند. این افراد درخصوص بازی ها رأی می دهند. که در گذشته هیات ۱۰۰ نفره داوران رأی می دادند اسامی بازی گذاشته می شود بازی ساز یوزنیم و پسورد دارد وارد صفحه می شود و بهترین بازی های مثلاً اکشن را انتخاب می کند، کاری که اسکار هم می کند قبل از این معتقد در جشنواره محلی از اعراپ نداشت یعنی حرفی برای گفتن نداشت اما امسال (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) ترجیح دادیم منتقدان را وارد این عرصه کنیم.

تغییر سوم، اسم جشنواره را از جشنواره بازی های ویدئویی ایران «تغییر دادیم» به چند علت، اول اینکه آن اسم در زمان قدیم گذاشته شده بود و ما تغییرش ندادیم، تهران این حس را ایجاد می کرد که فقط در تهران این اتفاق رخ می دهد در حالی که از کل ایران اثر ارسال می شود، پس باید ایران می شد رایانه ای هم کلمه درست نیست این اسم ما بنیاد ملی بازی های رایانه ای است اما برای تغییرش باید پرسه ای طولانی را گذرازیم زیرا شورای عالی انقلاب فرهنگی باید تایید کند تا شورای عالی فضای مجازی این اسم را تغییر دهد؛ درستش ویدئویی است پس جشنواره بازی های ویدئویی گذاشتهیم. در کل همین جشنواره امسال نسبت به سال های پیشین در چیست؟

اسم جشنواره را از جشنواره بازی های رایانه ای تهران که خیلی به آن نقد داشتند، به جشنواره «بازی های ویدئویی ایران» تغییر دادیم بزرگ ترین جشنواره هشتادم در ارزش گذاری جواز است هم رقم آن بسیار بیشتر شده است. کارهای تبلیغاتی بر روی بهترین بازی زیاد خواهد بود. کلا ۴ یا ۵ بازی برتر جشنواره را به عنوان تبلیغات گسترده رسانه ای به خصوص در محاذل بازی سازها به اجرا درخواهیم اورد زیرا این ۴ یا ۵ بازی، قطعاً بازی های خوبی هستند و می خواهیم با کمک رسانه های تخصصی و رسانه های عمومی سعی کنیم به این بازی ها همین دهیم تا نگاه مردم را نسبت به بازی های داخلی تغییر دهیم و ذاته آن ها به سمت بازار بازی های داخلی تغییر کند. برای همین یک بخش اصلی در بخش زانه ای ایجاد کردیم، بخش اصلی فقط بهترین بازی سال در آن است، دستاوردهای هنری، فنی، طراحی بازی های بزرگ هم وجود دارد که مختص بازی هایی است که حرفی برای گفتن داشته باشد.

اهداف و شمار این جشنواره مختلفی برای گردیده همدم بازی سازان و تعامل با یکدیگر است، این تعامل راهی هم به بازار خارجی دارد؟ احتمالاً اکثر این بازی هایی که در جشنواره هستند، برای بازار جهانی ساخته شده اند، اگر از لحاظ انتشار هم منظور تان باشد ما برای انتشار بازی ها در بازار جهانی نمی توانیم کاری انجام دهیم، خودشان باید ناسر بیندا کنند تا به فروش برسد ولی به احتمال زیاد بازی ها در بازار جهانی دستاوردهای خوبی خواهند داشت. لطفاً درباره زمان بندی جشنواره هم توضیحاتی بدهید که زمان جشنواره چه روزهایی است و اختتامیه چه زمانی برگزار می شود؟

اختتامیه همانند هر سال در اسفندماه برگزار می شود، فرخوان جشنواره هم هفته آینده اعلام خواهد شد و زمان بندی هم در فرخوان می آید.

## شمار

### صدر فرهنگ ایرانی با بازی های ویدئویی (۱۳۹۷/۰۷/۲۲)

امین شهیدی یکی از اعضای گروه سازنده بازی «بیستون» است که باور دارد صنعت بازی سازی می تواند فرصت های جدیدی را در بازار بین المللی برای ایران به ارمغان بیاورد. قصه بیستون نام بازی جدید ایرانی است که داستان شیرین و فرهاد را به یک بازی جذاب و اکشن برای مخاطبان ایرانی و جهانی تبدیل کرده است. مخاطب در این بازی با فرهاد همراه می شوند و پایه پای او سختی های راه که همانا رسیدن به معشوق است را می کنند.

شمار سال: قصه بیستون نام بازی جدید ایرانی است که داستان شیرینو فرهاد را به یک بازی جذاب و اکشن برای مخاطبان ایرانی و جهانی تبدیل کرده است. مخاطبدر این بازی با فرهاد همراه می شوند و پایه پای او سختی های راه که همانا رسیدن به معشوق است را می کنند. در ادامه گفتگوی ما درباره این بازی هیجان انگیز را با امینشهیدی از اعضای تیم سازنده بازی می خواهیم:

خودتان و دست اندکاران بازی قصه بیستون را معرفی کنید.

امین شهیدی هستم از اعضای تیم بازی سازی «Black Cube Games». تیم ما از ۹ نفر تشکیل شده است. ۶ سال در کنار هم کار کرده ایم و در تیم افرادی وجود دارند که سابقه بالای ۱۰ سال حضور در صنعت بازی سازی را دارند. من در تیم تولید، نقش اینیاتور و طراح بازی را دارم. نویسندگان، هنرمندان و طراح دویعده، محمد نجفی، هنرمند و طراح سه بعدی، سروش عباسیان، هنرمند جلوه های ویژه و طراح گرافیک، مجید رحمانی و احسان تمورس طراح بازی، وحید سیامک نژاد، ارشد بخش برنامه نویسی، حسینبرومند، برنامه نویس گیم پلی و ایزاز و سهیل صالحی نیا، برنامه نویس هوش مصنوعی ازدیگر عوامل هستند. البته در پیروزه آخر تیم، یعنی قصه بیستون هفت نفر دیگر هم با تیمهایکاری می کنند.

از بازی قصه بیستون چه حمایت هایی تاکنون صورت گرفته است؟

تا بهار از شصت حمایت های تماشگاه های بین المللی مطرّح نیا که از بازی در حد حضور در نمایشگاه های حمایت کرده اند، بنیاد ملی بازی های رایانه ای هم نگاه مثبتی به این بازی داشته است و برای حضور در گیمز کام آلمان هم از تیم ما حمایت کرده اند.

از قصه بازی برایمان بگویید.

به طور خلاصه بازی اقتباسی اکشن است از یکی از ترازیک ترین قصه های عاشقانه ادبیات فارسی؛ یعنی شیرین و فرهاد شاعر بزرگ نظامی گنجوی، بازیکن در این بازی نقش فرهاد کوهنک را بر عهده دارد و برای رسیدن به عشق عظیم خود به شیرین، باید کوه بیستون را از میان بردارد.

دشمنان فرهاد در بازی چه کسانی هستند؟

فرهاد دشمنی نثارد جزء ضعف ها و مشکلات درونی ذهنی خوده کدام از دشمنان طراحی شده در بازی، چه از لحاظ طراحی مکانیک ها و چه طراحی هنرینمادی از یکی از دردسرهای درونی و بزرخ ذهنی فرهاد هستند هر مشکل و دغدغه با یک شکلر جلوی او ظاهر می شود. یک مشکل شبیه یک سری انسان که فرهاد را مسخره می کنند و بهلو سنگ می زند و یک سری دیگر به شکل دیو.

به نظر من رسید تخلیات و خلاقیت هایی را تیز به داستان اضافه کرده اید.

ما معنی کردیم پلات اصلی قصه شیرین و فرهاد نظامی را حفظ بکنیم و در فضاهای خالی که در تبدیل قصه ای با قالب شعر به بازی ویدئویی به (ادامه دارد ...)

## شماره

(ادامه خیر...) وجود آمده، مواردی را اضافه یا کم کنیم. بزرگ ترین خلاصه که اتفاق افتاده، این است که فرهنگ در قصه اصلی اصلاً مبارزه ای در این قصه عانقانه نمی کند، ولی ما همان طور کمپرس کردم اقتباس اکشن کرده ایم و فرهنگ را به مبارزه با درگیری های ذهنی خودش و داشته ایم، همچنین با اقتباس از قصه فرهنگ در تماشگاه های خود همدیم جز کوه و سنگ و سلاح های خودو حیوانات ندارد. مواردی که ذکر شد، در بازی از المان های قصه گو هستند. از مواردی که در تماشگاه های بین المللی بسیار مورد توجه مخاطبین متخصص قرار گرفت، سینماتیک هایی بازی بود که در فضای انتزاعی و در میان ستاره های آسمان روایت می شود.

در واقع این فضا را ما از قصه اصلی گرفتیم که فرهنگ شب با ستاره ها درد و دل می کرد و رازهای خود و خاطرات خود را با ستاره ها و آسمان در میان می گذاشت. در آخر در این حد پسندید من کنم که تک مواردی که در بازی وجود دارد، اعم از سلاح های فرهنگ تا مواردی مثل چک پوینت ها و سیستم های مختلفی مثل تلیورت، یا اقتباسی از خود قصه نظامی است و یا برگرفته از قوانین و هنرهای دوره ساسانی ایرانستان است. گفتن است که داستان خسرو و شیرین که در این میان به فرهنگ سر می زند و این افسانه را می افریند از لحظه تاریخی مربوط به دوره ساسانیان است. اگر به منطقه هایی مربوط در کرانه های سری بزندید من تواید شاهد اتری تاریخی و عظیم به نام «فرهاد تراش» باشید که دقیقاً مربوط به سال ۵۰۰ میلادی است.

دانستایی از برگرفته از افسانه عانقانه ای از شرق است، چه نگاه های فرهنگ ای منتظرتان بود که به سراغ این داستان رفته اید؟

احساس می کنیم نگاه نظامی به عشق، اتفاق بزرگی است که همراه این نگاه در زاویه بین المللی خیلی خاص و جدید و البته راهگشا باشد. البته که همراه این نگاه عانقانه ای که در این افسانه وجود دارد برای جامعه ایران هم تلکبریزگ و جالبی می تواند باشد. شاید نیاز باشد برای اصلاح برخی نگاه های جامعه شناسانه های فرهنگی امروز در ایران، به فرهنگ فراموش شده خود برگزیدیم و شاید در پیجه ای برای نجاتگار گره های امروز در باب عشق و عاشقی باشد. پیشنهاد می کنم حتماً سری به اشعار نظامی در باب عشق بزنند و یا اگر می خواهند با زمان کمتری به نگاه جالب شاعران ایرانی در باب عشق برسند، به تک بیت های صائب تبریزی درباره شیرین و فرهنگ نگاهی بیندازند. البته من این نگاه را هنچ شرقی نمی دانم و این نگاه شاید کاملاً مختص ایران باشد.

برای بازی قصه بیستون بازار داخلی را بیشتر مد نظر قرارداده اید یا بازار خارجی؟

به دلیل عدم وجود بستر های مناسب عرضه بازی های ویدئویی کنسول ها و رایانه های شخصی در کشور، کاملاً هدف بازی حضور در بازار بین المللی است و سعی شده است این افسانه ایرانی، برای حضور در بازار بین المللی آماده بشود. درباره عدم وجود بستر های عرضه بازی های ویدئویی روی کنسول ها و رایانه های شخصی در حال حاضر چه خلاصه ای در کشور وجود دارد و از نظر شما چه اقداماتی باید صورت گیرد؟

در اصل دو پلت فرم هیولا و اربو برای عرضه بازی های هایرایانه شخصی وجود دارند. ولی تا به حدی برسند که بازی سازان بتوانند روی فروش بازی ها حساب کنند و بدانند با توجه به میزان تعداد کاربران آنها، می توان روی عرضه بازی های سرمایه بود، راه درازی وجود دارد در همین راستا باید از این دو پلت فرم در جهت تقویت قدرت بازی ایرانی و دیده شدن استفاده شود. البته که به نظر من قبل از این مرحله باید نگاه ویژه ای به بازی های کنسول ها و رایانه های شخصی بشود.

به شکلی که بازی سازان به سمعت ساخت این گونه بازی هایرایانه شخصی وجود دارند. ولی تا به حدی برسند که بازی سازان بتوانند روی فروش بازی های سرمایه بودند. بدین ترتیب پلت فرم های عرضه بازی رایانه ای داخلی هم محصول بیشتری برای فروش خواهند داشت و مخاطب بیشتری را به خود جذب می کنند. در واقع این یک چرخه است که برای گردش اولیه آن نیاز به بستر حمایتی جدی تر از سمعت قدرت حاکمیتی است. این چیزی است که در بازی کشورهای توسعه یافته و یا هنی در حال توسعه می بینیم.

ساخت بازی برای رایانه های شخصی و همین طور کنسول هادر کوچک ترین حالت حداقل یک سال زمان می برد و حداقل تا پنج سال می تواند به طول بیانجامدو بازگشت سرمایه کوتاه مدت ندارد. قطعاً برای سرمایه گذاری روی این بخش نیاز است میزتریسک تولید برای تولید کننده از سمعت سرمایه گذاران دولتی و غیردولتی کم شود. در شرایط امروز هیچ ارگان حاکمیتی یا خصوصی ریسک سرمایه گذاری نیز نداشته باشد. البته که شاید خیلی از نگاه دیگر برای عرضه بازی های خوب ایرانی در بازار بین المللی، مشکل تحریم گریبان بازی سازان را برای بستن قرار داد گرفته است. به شکلی که شاید خیلی از بازی سازان برای بستن قراردادهای بین المللی نیاز به ثبت شرکت و قبولهای هزینه ها و سختی های آن را دارند تا بتوانند سر میز مذاکره با ناشران بین المللی شنیدند. در مجموع امروزه تمام مسائل کشور تحت تأثیر مسائل سیاسی قرار دارد و زمینه های خاصی می نیز از این داستان میرا نیست.

یکی از راه هایی که ما از آن نتیجه های مثبتی گرفته همچوپن در تماشگاه های بین المللی برای معرفی بازی قصه بیستون بود. در این نماشگاه ها شاید بسیاری از تگریش های منفی در مورد ایرانی ها و میزان تسلط آنها به این زمینه تخصصیاز بین رفت و یا کاهش پیدا کرد. کمک به بازی سازان برای حضور در تماشگاه های بین المللی نیز ممکن است که تواند به رشد سواد و علم بازی سازان، تغییر تگریش بین المللی و البته باز شدن دروازه های جدید برای صادرات بازی کمک کند. تمام این هزینه های حمایتی در نگاه اولو کوتاه مدت شاید غیر منطقی باشد. ولی این مسیری است که جواب های بزرگ بین المللی در آن نهفته است و همین طور می تواند در آینده تزدیک منجر به بزرگ ترین رسانه برای تولید اصلاح فرهنگ در کشور و صادرات آن به خارج از ایران باشد.

بازی های قبلی تیم تان را هم معرفی کنید.

تیم ما برای ساخت بازی های ایرانی با تیم های دیگر تیز همکاری داشته است. از جمله همکاری با تیم «median Game» برای ساخت بازی عموم نوروز؛ رویای آدم برفی، یا چند بازی سفارشی موبایل از کشورهای دیگر، از جمله «moomin house»، «Transit Mania» و «althe» چند بازی موبایل کوچک مثل تراپیکون، خروار و الکترون. آخرین بازی هم نسخه آزمایشی از بازی شمشیر تاریکی بود که در نماشگاه TGC سال ۲۰۱۷ در بخش نامزد و در بخش بهترین بازی موبایل جایزه هم دریافت کرد.

## صدور فرهنگ ایرانی با بازی های ویدئویی

(۱۴۰۴-۰۷/۰۸/۱۳)

قصه بیستون نام بازی جدید ایرانی است که داستان شیرین و فرهاد را به یک بازی جذاب و اکشن برای مخاطبان ایرانی و جهانی تبدیل کرده است. مخاطب در این بازی با فرهاد همراه می شودند و پایه پایی او سختی های راه که همانا رسیدن به مشوق است را طی می کنند. در ادامه گفتگوی ما درباره این بازی هیجان انگیز را با امین شهدی از اعضاي تیم بازی سازنده بازی می خوانید:

خودتان و دست اندر کاران بازی قصه بیستون را معرفی کنید.

امین شهدی هشتم از اعضاي تیم بازی سازی «Black Cube Games». تیم ما از ۹ نفر تشکیل شده است. ۶ سال در کنار هم کار کرده ایم و در تیم افرادی وجود دارند که سابقه بالای ۱۰ سال حضور در صنعت بازی سازی را دارند. من در تیم تولید، نقش اینسایر و طراح بازی را دارم. نویسندگان، هنرمندان و طراح دو بعدی، محمد تجفی، هنرمند و طراح سه بعدی، سروش عباسیان، هنرمند جلوه های ویژه و طراح گرافیک، مجید رحمنی و احسان تمورس طراح بازی، وحید سیامک تزاد، ارشد بخش برترانه نویسی، حسین برومدن، برنامه نویس گیم پلی و ایزاو و سهیل صالحی نیا، برنامه نویس هوس مصنوعی از دیگر عوامل هستند. البته در پروژه آخر تیم، بعضی قصه بیستون هفت نفر دیگر هم با تیم همکاری می کنند.

از بازی قصه بیستون چه حمایت هایی تاکنون صورت گرفته است؟

تا به امروز ضمن حمایت های نمایشگاه های بین المللی مطرح دنیا که از بازی در حد حضور در نمایشگاه های حمایت کرده اند، بنیاد ملی بازی های رایانه ای هم نگاه مثبت به این بازی داشته است و برای حضور در گیمز کام آلمان هم از تیم ما حمایت کرده اند.

از قصه بازی برایمان بگویید.

به طور خلاصه بازی اقتباسی اکشن است از یکی از ترازیک ترین قصه های عاشقانه ادبیات فارسی؛ بعضی شیرین و فرهاد شاعر بزرگ نظامی گنجوی. بازیکن در این بازی نقش فرهاد کوهکن را بر عده دارد و برای رسیدن به عشق عظیم خود به شیرین، باید کوه بیستون را از میان برداشد. دشمنان فرهاد در بازی چه کسانی هستند؟

فرهاد دشمنی ندارد جزء خطف ها و مشکلات درونی ذهنی خود هر کدام از دشمنان طراحی شده در بازی، چه از لحاظ طراحی مکانیک ها و چه طراحی هنری تمامی از یکی از دردسرهای درونی و بین ذهنی فرهاد هستند. هر مشکل و دغدغه با یک شکل در جلوی لو ظاهر می شود. یک مشکل شیوه یک سری انسان که فرهاد را مستخره می کنند و یا او سنگ می زند و یک سری دیگر به شکل دیو.

به نظر می رسد تخلیلات و خلافت هایی را تیز به داستان اضافه کرده اید.

ما می کردیم پلات اصلی قصه شیرین و فرهاد نظامی را حفظ کنیم و در فضاهای خالی که در تبدیل قصه ای با قالب شعر به بازی ویدئویی به وجود آمد، مواردی را اضافه یا کم کنیم. بزرگ ترین خلاصه ای که اتفاق افتاده، این است که فرهاد در قصه اصلی اصلاً مبارزه ای در این قصه عاشقانه نمی کند، ولی ما همان طور که عرض کردم اقتباسی اکشن کرده ایم و فرهاد را به مبارزه با درگیری های ذهنی خودش و ادانته ایم، همچنین با اقتباس از قصه، فرهاد در تنهایی های خود همدمی جز کوه و سنج و سلاح های خود و حیوانات ندارد. مواردی که ذکر شد، در بازی از المان های قصه گو مستند. از مواردی که در نمایشگاه های بین المللی بسیار مورد توجه مخاطبین متخصص قرار گرفته، سینماتیک های بازی بود که در فضای انتزاعی و در میان ستاره های آسمان روایت می شود. در واقع این فضای را ما از قصه اصلی گرفتیم که فرهاد هر شب با ستاره ها درد و دل می کرد و رازهای خود و خاطرات خود را با ستاره ها و آسمان در میان می گذاشت. در آخر در این حد بسند می کنم که تک تک مواردی که در بازی وجود دارد اعم از سلاح های فرهاد تا مواردی مثل چک پوینت ها و سیستم های مختلف مثل تلپورت، یا اقتباسی از خود قصه نظامی است و یا برگرفته از قوانین و هنرهای دوره ساسانی ایران باستان است. گفتنی است که داستان خسرو و شیرین که در این میان به فرهاد سر می زند و این افسانه را می افربیند از لحاظ تاریخی مربوط به دوره ساسانیان است. اگر به منظمه بیستون در کراماتشاه سری بزند می توانید شاهد اتری تاریخی و عظیم به نام «فرهاد تراش» باشید که دقیقاً مربوط به سال ۵۰۰ تا ۶۵۰ بعد از میلاد است.

داستان بازی برگرفته از افسانه عاشقانه ای از شرق است، چه نگاه های فرهنگی ای مدنظرتان بود که به سراغ این داستان رفته اید؟

احساس می کنیم نگاه نظامی به عشق، اتفاق بزرگی است که امروز می تواند در زاویه بین المللی خیلی خاص و جدید و البته راهگشا باشد. البته که امروز این نگاه عاشقانه ای که در این افسانه وجود دارد، برای جامه ایران هم تلکم بزرگ و جالی می تواند باشد. شاید نیاز باشد برای اصلاح برخی نگاه های جامعه شناسانه و فرهنگی امروز در ایران، به فرهنگ فراموش شده خود برگردیم و شاید دریچه ای برای تجات از گره های امروز در باب عشق و عاشقی باشد. پیشنهاد می کنم حتماً سری به اشعار نظامی در باب عشق بزند و یا اگر می خواهند با زمان مکثی به نگاه جالب شاعر ایرانی در باب عشق برسند، به تک بیت های صائب تبریزی درباره شیرین و فرهاد نگاهی بیندازند. البته من این نگاه را حتی شرقی نمی نامم و این نگاه شاید کاملاً مختص ایران باشد.

برای بازی قصه بیستون بازار داخلی را بیشتر مد نظر قرار نماید یا بازار خارجی؟

به دلیل عدم وجود بسترها متناسب عرضه بازی های ویدئویی روی کنسول ها و رایانه های شخصی در کشور، کاملاً هدف بازی حضور در بازار بین المللی آمده بنشود و سعی شده است این افسانه ایرانی، برای حضور در بازار بین المللی آمده باشد.

در باره عدم وجود بسترها عرضه بازی های ویدئویی روی کنسول ها و رایانه های شخصی در حال حاضر چه خلاصه ای در کشور وجود دارد و از نظر شما چه اقداماتی باید صورت یابد؟

در اصل دو پلت فرم هیولا و اریو برای عرضه بازی های رایانه شخصی وجود دارند. ولی تا به حدی برستند که بازی سازن بتوانند روی فروش بازی ها حساب کنند و بدانند با توجه به میزان تعداد کاربران آنها، می توان روی عرضه بازی حساب کرد و منتظر بازارگشت سرمایه بود، راه درازی وجود دارد. در همین راستا باید از این دو پلت فرم در جهت تقویت قدرت بازار ایرانی و دیده شدن استفاده شود. البته که به نظر من قبل از این مرحله باید نگاه ویژه ای به بازی های کنسول ها و رایانه های شخصی بشود به شکلی که بازی سازان به سمعت ساخت این گونه بازی ها برond و تعداد بازی هایی که مخصوص این پلت فرم رایانه شخصی است رو به افزایش باند. بدین ترتیب پلت فرم های عرضه بازی رایانه ای را می محسوب بشتری برای فروش خواهند داشت و مخاطب بیشتری را به خود جذب می کنند. در واقع این یک چرخه است که برای گردش اولیه آن نیاز به بستر حمایتی جدی تر از سمعت قدرت حاکمیتی است. این چیزی است که در باقی کشورهای توسعه یافته و یا حتی در حال توسعه می بینیم. ساخت بازی برای رایانه های شخصی و همین طور کنسول ها، در کوچک ترین حالت حداقل (ادامه دارد...)

(ادامه خبر...) یک سال زمان می‌بود و حداقل تا پنج سال می‌تواند به طول بیانجامد و بازگشت سرمایه کوتاه مدت ندارد. قطعاً برای سرمایه گذاری روی این پخش نیاز است. میزان رسک تولید برای تولید کننده از سمت سرمایه گذاران دولتی و غیردولتی کم شود. در شرایط امروز هیچ ارگان حاکمیتی یا خصوصی رسک سرمایه گذاری بلند مدت روی بازی ها را نمی‌پذیرد. از نگاه دیگر برای عرضه بازی های خوب ایرانی در بازار بین المللی، مشکل تحریم گربان بازی سازان را برای بستن قرار داد گرفته است. بدین شکلی که شاید خیلی از بازی سازان برای بستن قراردادهای بین المللی نیاز به ثبت شرکت و قبول همه ذرینه ها و سختی های آن را دارند تا بتوانند سری مذاکره با ناشران بین المللی بنشینند. در مجموع امروزه تمام مسائل کشور تحت تأثیر مسائل سیاسی قرار دارد و زمینه تخصص ما نیز از این داستان می‌باشد. یکی از آن نتیجه های مثبتی گرفته حضور در نمایشگاه های بین المللی برای معرفی بازی قصه بیستون بود. در این نمایشگاه ها شاید سپاری از نگرش های مخفی در مورد ایرانی ها و میزان تسلط آنها به این زمینه تخصصی از بین رفت و یا کاهش پیدا کرد کمک به بازی سازان برای حضور در نمایشگاه های بین المللی نیز می‌تواند به رشد سواد و علم بازی سازان، تغییر نگرش بین المللی و البته باز شدن دروازه های جدیدی برای صادرات بازی کند. تمام این هزینه های حمایتی در نگاه اول و کوتاه مدت شاید غیر منطقی باشد؛ ولی این مسیری است که جواب های بزرگ بین المللی در آن نهفته است و همین طور می‌تواند در آینده نزدیک منجر به بزرگ ترین رساله برای تولید و اصلاح فرهنگ در کشور و صادرات آن به خارج از ایران باشد.

بازی های قبلی تیم تان را هم معرفی کنید.

تیم ما برای ساخت بازی های ایرانی با تیم های دیگر نیز همکاری داشته است. از جمله همکاری با تیم «median Games» برای ساخت بازی عمو نوروز؛ رویا ادم برفی. یا چند بازی سفارشی موبایل از کشورهای دیگر، از جمله «moomin house» و «Transit Mania» و «alittle house» چند بازی موبایل کوچک مثل تراپیکورن، خروار و الکترون. اخیرین بازی هم نسخه آزمایشی از بازی شمشیر تاریکی بود که در نمایشگاه TGC سال ۲۰۱۷ در دو بخش نامزد و در بخش بهترین بازی موبایل جایزه هم دریافت کرد.

## قاوانیز

### سمینار صادرات سرویس های دیجیتال برگزار می شود (۱۳۹۸-۰۷-۱۷/۰۸/۱۹)

سمینار صادرات سرویس های دیجیتال چهارشنبه ۲۰ آبان ماه با محوریت راهکارهای کسب درآمد ارزی از سرویس های دیجیتال و توجه ویژه به صادرات بازی های ویدیویی برگزار می شود. هزینه شرکت برای ۲۰ شرکت کننده اول این رویداد رایگان است. به گزارش فاوانیز به نقل از سایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در سال های اخیر تولید و توسعه انواع وب سایت ها و اپلیکیشن های تلفن همراه در ایران را شاهد بوده ایم. در حل این سال ها اکثر صاحبان سرویس های دیجیتال فعالیت خود را به داخل کشور محدود کرده اند. اکنون زمان آن رسیده است که صاحبان سرویس های دیجیتال به بازارهای بین المللی بینداشند. شرکت مین ون کیش که از پیشگامان توسعه اکوسیستم سرویس های دیجیتال در کشور است در راستای توسعه صادرات سرویس های دیجیتال بر تامه ریزی کرده و تا این لحظه توانسته است زیر ساخت های حقوقی، مالی، فنی و بازاریابی سرویس های دیجیتال در بیش از ۱۳۰ کشور دنیا را فراهم کند. مین ون کیش با برگزاری این سمینار در نظر دارد با به اشتراک گذاری راهکارهای توسعه صادرات سرویس های دیجیتال ضمن معرفی زیر ساخت های ایجاد شده، اقدام به شناسایی صاحبان سرویس های دیجیتال دارای پتانسیل صادرات کند. لازم به ذکر است سرویس های دیجیتال پرتوان ترکیب شده شامل حمایت های مادی و معنوی در جهت تبلیغات سرویس در بازارهای بین المللی خواهند شد. برای شرکت در این رویداد می‌تواند از طریق این لینک ثبت نام کند.

## قاوانیز

### تخفیف ۵۰ درصدی برای حضور (بدون مقاله) در کنفرانس DGRC ۲۰۱۸ (۰۷/۱۰/۰۷/۱۷-۰۷/۱۰/۰۸)

به گزارش فاوانیز به نقل از سایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای، محققین تنها تا ۳۰ آبان فرصت دارند با استفاده از تخفیف ۵۰ درصدی از حضور در دومین کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال (DGRC ۲۰۱۸) بهره مند شوند. جهت دریافت کد تخفیف با شماره زیر تماس پذیری داشته باشند: تلفن: +۹۸-۰۲۲-۸۸۳۱۰۲۲۲؛ لینک ثبت نام:

<http://www.dgrcconf.com/users/signup.php?utype=1>

لینک اطلاعات بیشتر:

<http://www.dgrcconf.com/fa/news.php?rid=115>

لینک هزینه های ثبت نام:

<http://www.dgrcconf.com/fa/page.php?rid=86>

درباره کنفرانس DGRC ۲۰۱۸

کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال یا Digital Games Research Conference (DGRC) در حال حاضر، جامع ترین (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) کنفرانس در کشور جمهوری اسلامی ایران است که گستره وسیعی از تحقیقات را با محوریت بازی های دیجیتال در شاخه های فنی و مهندسی، علوم انسانی، هنر و علوم پزشکی در بر می گیرد.

این کنفرانس هرساله توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان نهاد متولی صنعت در ایران از سوی یک دانشگاه معترف کشور، به انتخاب شورای سیاست گذاری از سوی دیگر برگزار می گردد. هدف متمالی DGRC تقویت مبانی نظری حوزه بازی های دیجیتال و پیوند دانشگاه و صنعت است.

دومین دوره ملی و اولین دوره بین المللی این کنفرانس با همکاری دانشگاه صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران و به میزبانی این دانشگاه در هشتاد و هشتم آذرماه ۱۳۹۷ برگزار می شود. در این دوره از کنفرانس، مقالات علمی از سراسر جهان و در قالب دو زبان انگلیسی و فارسی مورد پذیرش قرار می گیرند.

همچنین به جز از این پوستری و شفاهی مقالات، در بخش های فرعی کنفرانس، جایزه بازی های جدی ۱۳۹۷ (Se GaP۲۰۱۸)، نشست های تخصصی، میزهای تکنولوژی و آزمایشگاهی برگزار می گردند.

دبیرخانه دائمی DGRC مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک) واقع در ساختمان اصلی بنیاد ملی بازی های رایانه ای بوده و همه روزه از شنبه تا چهارشنبه آمادگی پاسخگویی به سوالات مخاطبان محترم را دارد.

نشانی دبیرخانه ایران، تهران، خیابان مفتح شمالی، خیابان گلزار، تقاطع زیرک زاده، پلاک ۳۲، بنیاد ملی بازی های رایانه ای، طبقه ۴، معاونت پژوهش.

تلفن: ۰۲۲-۸۸۲۱-۰۶-۰۹۸۰-۴۱۱

نشانی وبسایت: [www.direc.ir](http://www.direc.ir) و [www.dgrcconf.com](http://www.dgrcconf.com)

نشانی ایمیل: [dgrconf@gmail.com](mailto:dgrconf@gmail.com)

آی دی اینستاگرام: [@direc\\_ir](https://www.instagram.com/direc_ir)

آی دی پاسخگویی در پیام رسان به: [direc\\_bale@](https://api.whatsapp.com/send?phone=+989122202222&text=Hello)

آی دی کاتالوگ در پیام رسان به: [direc@](https://api.whatsapp.com/send?phone=+989122202222&text=Hello)



## در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا رقم خورد؛ شگفتی آفریقی بازی سازان ایرانی با کسب ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره ایمگامنا (۱۳۹۶-۰۷/۰۶/۱۵)

تهران (پانا) - منتخبین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایل در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نصیب بازی های ایرانی شد. جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیأت داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در نوادری و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فیلیپنگ فلیپ (Flipping Filip) دو جایزه دستاورد در قسمه گویی و بهترین طراحی و هنر صدایگذاری را کسب کرد. افتخارات عنوانین ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم نشد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عنوانین ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی بدرخشند. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



## شگفتی سازی بازی سازان ایرانی در جشنواره بین المللی IMGA MENA

بازی سازان ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا موفق به کسب هفت جایزه شدند.

به گزارش گروه دانشگاه خبرگزاری اانا از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره هفت جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نصیب بازی های ایرانی شد. جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی «بال های تاریکی ۲» رسید. همچنین جایزه ویژه هیأت داوران به بازی ایرانی مگنیس تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در نوادری و بهترین بازی سریع (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) جشنواره را به دست بیاورد. بازی فیلیپینگ فلیپ دو جایزه دستاورد در قصه گویی و بهترین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد. افتخارات عنوانین ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم شد و بازی ایرانی هارمونی نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره هفت جایزه به عنوانین ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی بدرخشید. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.

التباهی پیام ۱۴۰۲/۱۰/۱۷



### دریافت یاری

## شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA

منتخبین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نسبی بازی های ایرانی شد.

جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings) رسید. همچنین جایزه ویژه هیأت داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در توأری و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فیلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) دو جایزه دستاورد در قصه گویی و بهترین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد. افتخارات عنوانین ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم شد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عنوانین ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی بدرخشید.

در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



### ایجاد ارزش

## در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا رقم خورد؛ شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۷ جایزه از جشنواره IMGA MENA

منتخبین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است.

به گزارش ایران اکتونمیست به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نسبی بازی های ایرانی شد. جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings) رسید. همچنین جایزه ویژه هیأت داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در توأری و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) دو جایزه دستاورد در قصه گویی و بهترین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد. افتخارات عنوانین ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم شد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عنوانین ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی بدرخشید. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



## نمایش

## ۷ جایزه جشنواره بین المللی بازی های موبایلی به بازی سازان ایرانی رسید

منتخبین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) مشخص شدند که براین اساس بازی سازان ایرانی توانستند از مجموع ۱۱ عنوان جایزه جشنواره، ۷ جایزه را از آن خود کنند. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیات داوران به بازی ایرانی Magnis (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی مکنیس (Flipping Filip) توائبست دو جایزه دستاورد در توآوری و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. همچنین بازی فیلیپینگ فلیپ (Harmony) توائبست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد.



## سخت افزار

## شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA (۰۸/۰۸/۲۰۱۵-۰۸/۱۰/۲۰۱۵)

منتخبین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نسبت بازی های ایرانی شد.

جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیات داوران به بازی ایرانی Magnis (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توائبست دو جایزه دستاورد در توآوری و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فیلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) توائبست دو جایزه دستاورد در قصه گویی و بهترین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد. از سوی دیگر نیز بازی ایرانی هارمونی (Harmony) توائبست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. نیز توائبست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عنوان ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی بدرخشید. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توائبسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



## خبرگزاری اخبار

## در جشنواره بازی های موبایلی خاورمیانه صورت گرفت؛ شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی و کسب ۷ جایزه از جشنواره IMGA MENA (۰۸/۰۸/۲۰۱۵-۰۸/۱۰/۲۰۱۵)

منتخبین سومین جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نسبت بازی های ایرانی شد. جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیات داوران به بازی ایرانی Magnis (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توائبست دو جایزه دستاورد در توآوری و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فیلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) توائبست دو جایزه دستاورد در قصه گویی و بهترین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد. افتخارات عنوان ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم نشد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توائبست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عنوان ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی بدرخشید. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توائبسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



## در جشنواره بازی های موبایلی خاورمیانه صورت گرفت؛ شکفتی آفرینی بازی سازان ایرانی و کسب ۷ جایزه از جشنواره IMGA MENA

منتخیین سومین جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره تخصیب بازی های ایرانی شد. جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیأت داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت. بازی O Flipping (Flipping) از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورده در توآوری و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فیلیپینگ فلیپ (Filip) دو جایزه دستاورده در قصه گویی و بهترین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد. افخارات عنوانین ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم نشد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورده در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عنوانین ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی پدرخشد. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.

۱۳



## شکفتی آفرینی بازی سازان ایرانی و کسب ۷ جایزه از جشنواره IMGA MENA

اقتصاد ایران: منتخبین سومین جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره تخصیب بازی های ایرانی شد. جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیأت داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت. بازی O Flipping (Flipping) از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورده در توآوری و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فیلیپینگ فلیپ (Filip) دو جایزه دستاورده در قصه گویی و بهترین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد. افخارات عنوانین ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم نشد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورده در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عنوانین ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی پدرخشد. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



## حذف روال صدور پروانه ساخت بازی های رایانه ای

در راستای حذف مجوزهای غیرضروری و تسهیل در روند کار تولیدکنندگان بازی های رایانه ای، روال صدور پروانه ساخت از دستور کار بنیاد ملی بازی های رایانه ای حذف شد.

به گزارش کلیک، نشر و عرضه بازی های رایانه ای منوط به دریافت پروانه نشر از بنیاد ملی بازی های رایانه ای است. برخی تولیدکنندگان بازی های رایانه ای بدون در نظر گرفتن این موضوع، دریافت پروانه ساخت را سندی برای انتشار بازی قلمداد کرده و این عدم آگاهی باعث به روز مشکلاتی در دریافت پروانه نشر توسط ایشان می شد.

با توجه به این که پروژه تولید بازی های رایانه ای از ابتدا تا انتهای با تغییرات متعددی به واسطه مشکلات پیش بینی نشده رویه رو می شود و (ادامه دارد ...)

**جاذبه‌کار**

(از ادامه خبر ...) مشاهده شده با این که طرح هایی پروانه ساخت دریافت داشته اند اما با محصول نهایی متفاوت بودند که بعضًا دریافت مجوز نشر بازی را با مشکلاتی مواجه می ساخته از طرفی فرآیند تولید بازی برخلاف سایر محتواهای فرهنگی، فرآیندی است که عموماً در محل دفتر کار یا منزل و محیط های درسته انجام شده و عملاً دریافت یا عدم دریافت پروانه ساخت تایپی برووند تولید بازی تدارد اما این مهم در ساخت یک فیلم که نیاز به تصویربرداری و عکاسی از معاشر عمومی و غیره دارد، تسهیل کننده دریافت مجوز از سایر مبادی ذیربط قانونی است ولی پروانه ساخت بازی، عملاً یک روند کاری دست و با گیر و غیر ضروری بوده که پس از بررسی های کارشناسی صورت گرفته این فرآیند کاری از فرآیند های کاری بنیاد ملی بازی های رایانه ای حذف شد از دست ندهید

اختتامیه هشتمن جشنواره بازی های رایانه ای تهران برگزار شد

مورد از تنظیمات دسترسی برنامه ها در اندروید و OS که باید جدی بگیریم!

لازم به تایپی است صدور پروانه تشریف بازی های رایانه ای پس از اتمام مرافق تولید بازی الزامی است. کلیه فرآیندهای کاری صدور پروانه نشر برای ناشران فیزیکی بازی در حال حاضر به صورت کاملاً مکاتیزه از طریق سامانه www.ircgid.ir صورت گرفته و در آینده بسیار تزدیک، این مهم برای عرضه سایر پلتفرم ها تیز به صورت مکاتیزه در دستور کار بنیاد قرار خواهد گرفت.

**بازار سینما****کسب ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA توسط بازی های ایرانی**

مستحبین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایل در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نصیب بازی های ایرانی شد.

جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیأت داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در تأثیر و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فیلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) دو جایزه دستاورد در قصه گویی و بهترین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد. اختخارات عنایون ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم نشد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عنایون ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی بدرخشید.

در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.

**سازمان اسناد****شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی و کسب ۷ جایزه از جشنواره IMGA MENA**

به گزارش شبکه خبری ایرانا به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نصیب بازی های ایرانی شد.

جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیأت داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت.

بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در تأثیر و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فیلیپینگ فلیپ (Filip) دو جایزه دستاورد در قصه گویی و بهترین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد.

اختخارات عنایون ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم نشد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد.

به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عنایون ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی بدرخشید. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



## شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGAMENA (۱۷/۰۴/۱۵-۱۷/۰۴/۱۶)

منتخبین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGAMENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است.

به گزارش خبرگزاری شبستان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نصیب بازی های ایرانی شد.  
 جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید.  
 همچنین جایزه ویژه هیات داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در توأوري و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) دو جایزه دستاورد در قسمه گویی و بهترین طراحی و هنر (Harmony) را کسب کرد. افتخارات عناوین ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم نشد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عناوین ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی بدراخشد.  
 در دور دوم این جشنواره تیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.  
 پایان پیام ۳/۱

۱۵



و بنا / آغاز فعالیت اینترنتی

## تخفیف ۵۰ درصدی برای حضور (بدون مقاله) در کنفرانس DGRC ۲۰۱۸ (۱۷/۰۴/۱۶-۱۷/۰۴/۱۷)

محققین تنها تا ۳۰ آبان فرست دارند با استفاده از تخفیف ۵۰ درصدی از حضور در دومین کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال (DGRC ۲۰۱۸) پدره مت  
 شوند. چهت دریافت کد تخفیف با شماره زیر تماس بگیرید:  
 تلفن: ۰۲۲-۰۲۱-۸۸۳۱+۹۸-۰۲۱-۰۲۲۲  
 لینک ثبت نام:

<http://www.dgcreconf.com/users/signup.php?utype=1>

لینک اطلاعات بیشتر:

<http://www.dgcreconf.com/fa/news.php?rid=۱۱۵>

لینک هزینه های ثبت نام:

<http://www.dgcreconf.com/fa/page.php?rid=۸۶>

درباره کنفرانس DGRC ۲۰۱۸

کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال یا (Digital Games Research Conference) در حال حاضر، جامع ترین کنفرانس در کشور جمهوری اسلامی ایران است که گستره وسیعی از تحقیقات را با محوریت بازی های فنی و مهندسی، علوم انسانی، هنر و علوم پزشکی در بر می گیرد.

این کنفرانس هرساله توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان نهاد متولی صنعت در ایران از سویی و یک دانشگاه معترک شور، به انتخاب شورای سیاست گذاری از سوی دیگر برگزار می گردد. هدف متمالی DGRC تقویت مبانی نظری حوزه بازی های دیجیتال و پیوند دانشگاه و صنعت است.

دومین دوره ملی و اولین دوره بین المللی این کنفرانس با همکاری دانشگاه صنعت و سیمايی جمهوری اسلامی ایران و به میزبانی این دانشگاه در هشتم و نهم آذرماه ۱۳۹۷ برگزار می شود. در این دوره از کنفرانس، مقالات علمی از سراسر جهان و در قالب دو زبان انگلیسی و فارسی مورد پذیرش قرار می گیرند.

همچنین به جز از آن پوستری و شفاهی مقالات در بخش های فرعی کنفرانس، جایزه بازی های جدی ۱۳۹۷ (Se GaP ۲۰۱۸)، نشست های تخصصی، میزهای تکنولوژی و آزمایشگاهی برگزار می گردد.

دبیرخانه دائمی DGRC مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال (دایرک)، واقع در ساختمان اصلی بنیاد ملی بازی های رایانه ای بوده و همه روزه از شنبه تا چهارشنبه آمادگی پاسخگویی به سوالات مخاطبان محترم را دارد.

نشانی دبیرخانه ایران، تهران، خیابان گلزار، تقاطع زیرک زاده، پلاک ۳۲، بنیاد ملی بازی های رایانه ای، طبقه ۴، معاونت پژوهش.  
 تلفن: ۰۲۲-۰۲۱-۸۸۳۱+۹۸-۰۲۱-۰۲۲۲

نشانی وبسایت: [www.direc.ir](http://www.direc.ir) و [www.dgcreconf.com](http://www.dgcreconf.com)

نشانی ایمیل: [direc\\_ir@dgcreconf.com](mailto:direc_ir@dgcreconf.com)

آی دی اینستاگرام: [@direc\\_ir](https://www.instagram.com/direc_ir)

آی دی پاسخگویی در پیام رسان به: [direc\\_bale@dgcreconf.com](mailto:direc_bale@dgcreconf.com)

آی دی کانال در پیام رسان به: [@direc\\_ir](https://t.me/direc_ir)



## شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی و کسب ۷ جایزه از جشنواره IMGA MENA (۱۴۰۲-۱۴۰۱)

منتخبدین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایل در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است.

به گزارش خبرگزاری تقریب، به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نصیب بازی های ایرانی شد. جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیات داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در تأثیری و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فلیپینگ فلیپ (Filip) دو جایزه دستاورد در قصه گویی و بهترین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد. افتخارات عنوانین ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم نشد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عنوانین ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی پدرخشید. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.

۱۶



## شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۸ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA (۱۴۰۲-۱۴۰۱)

گروه فناوری اطلاعات - متخبدین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایل در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره، ۸ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است.

به گزارش ایکنا؛ به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره، ۸ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نصیب بازی های ایرانی شد. جایزه بزرگ سومین دوره IMGA MENA به بازی ایرانی فلیپینگ فلیپ (Filip) رسید. این بازی علاوه بر مهم ترین جایزه جشنواره، دو جایزه دستاورد در قصه گویی و بهترین طراحی و هنر صداگذاری را هم به دست اورد. جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از دیگر جوایز مهم جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیات داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در تأثیری و بهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. افتخارات عنوانین ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم نشد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۸ جایزه به عنوانین ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی پدرخشید. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند. انتهای پایام



## شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA (۱۴۰۲-۱۴۰۱)

منتخبدین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایل در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است. به گزارش پردازش گیم به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نصیب بازی های ایرانی شد. جایزه بهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیات داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی (ادامه دارد...)

(دامنه خبر ...) است که توانست دو جایزه دستاورد در نوآوری و پهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) دو جایزه دستاورد در قسمه گویی و پهترین طراحی و هنر صنایع‌گاری را کسب کرد. افتخارات عنایون ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم نشد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عنایون ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی بدرخشید. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



## بازی‌سازان ایرانی ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA را کسب کردند (۱۴۰۲-۰۷/۰۸/۱۰)

برندگان سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) مشخص شدند

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اخیراً برندگان سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) معرفی شدند. در این رویداد شاهد اعطای ۱۱ جایزه مختلف بودیم که در این بین بازی‌سازان ایرانی درخشش بسیار خوبی داشتند و هفت جایزه را در مجموع دریافت کردند. بر این اساس جایزه پهترین بازی از نگاه مردم به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیأت داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق یافت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در نوآوری و پهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) دو جایزه دستاورد در قسمه گویی و پهترین طراحی و هنر صنایع‌گاری را کسب کرد. علاوه بر این بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره هفت جایزه به آثار ایرانی تعلق گرفت. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



## در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا رقم خورد؛ شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA (۱۴۰۲-۰۷/۰۸/۱۰)

ایرانیان\_منتخیین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره نسبیت بازی های ایرانی شد. جایزه پهترین بازی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings ۲) رسید. همچنین جایزه ویژه هیأت داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در نوآوری و پهترین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) دو جایزه دستاورد در قسمه گویی و پهترین طراحی و هنر صنایع‌گاری را کسب کرد. افتخارات عنایون ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم نشد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۷ جایزه به عنایون ایرانی تعلق گرفت تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی بدرخشید. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



## بازی‌سازان ایرانی ۷ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA را کسب کردند (۱۴۰۲-۰۷/۰۸/۱۰)

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اخیراً برندگان سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) معرفی شدند. در این رویداد شاهد اعطای ۱۱ جایزه مختلف بودیم که در این بین بازی‌سازان ایرانی درخشش بسیار (دامنه دارد ...)

(ادامه خبر ...) خوبی داشتند و هفت جایزه را در مجموع دریافت کردند. بر این اساس جایزه پیشین بازی از نگاه مردم به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings) رسید. همچنین جایزه ویژه هیات داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق یافت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در قسمه گوین و پیشین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد علاوه بر این بازی دست بیاورد. بازی فیلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) دو جایزه دستاورد در قسمه گوین و پیشین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد علاوه بر این بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره هفت جایزه به آثار ایرانی تعلق گرفت. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



## در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا رقم خورد؛ شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۸ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGAMENA

خبر ایران: منتخبین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGAMENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۸ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است.

به گزارش خبر ایران از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۸ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره تخصیب بازی های ایرانی شد. جایزه بزرگ سومین دوره IMGA MENA به بازی ایرانی فیلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) رسید. این بازی علاوه بر مهم ترین جایزه جشنواره، دو جایزه دستاورد در قسمه گوین و پیشین طراحی و هنر صداگذاری را هم به دست آورد. جایزه پیشین بازی از نگاه مردم که از دیگر جوایز مهم جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings) رسید. همچنین جایزه ویژه هیات داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در نوآوری و پیشین بازی سرع جشنواره را به دست بیاورد. انتخارات عنوانین ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم تشد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانست جایزه دستاورد در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۸ جایزه به عنوانین ایرانی تعلق گرفت. تا صدمت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی پدرخشد. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانسته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



## در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه صورت گرفت؛ شگفتی آفرینی بازی سازان ایرانی با کسب ۷ جایزه

منتخبین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایلی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGAMENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جشنواره ۷ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۷ جایزه از جمله مهم ترین جوایز جشنواره تخصیب بازی های ایرانی شد. جایزه پیشین بازی ایرانی از نگاه مردم که از کلیدی ترین جوایز جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings) رسید. همچنین جایزه ویژه هیات داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) تعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانست دو جایزه دستاورد در نوآوری و پیشین بازی سرع جشنواره را به دست بیاورد. بازی فیلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) دو جایزه دستاورد در قسمه گوین و پیشین طراحی و هنر صداگذاری را کسب کرد.

## گاهن زرق و برق به نفع بازی سازان

مدیر عامل بنیاد بازی های رایانه ای گفت: هزینه های نمایش و مصرفی هشتمین جشنواره بازی های ویدئویی کم شده و آن هزینه به جایزه برندهای اضافه شده است. بدون شک این جشنواره فرستی برای رویش استعدادها و خلاقیت های توسعه دهندهای بازی از سراسر کشور خواهد بود. البته مهم ترین محرك برای برگزاری چنین جشنواره ای پیشرفت صنعت بازی های رایانه ای ایران است با توجه به اینکه بسیاری از آثار ساخته شده در استودیوهای امکان معرفی شدن در فستیوال ها و رویدادهای خاص را ندارد اما می توانند دستاوردهای خاصی به ارمنان بیاورند که با نوآوری ها راه پیشرفت بازی سازان ایرانی را باز کنند.

شمار سال : جشنواره بازی های ویدئویی ایران به عنوان یک گردهمایی سرگ برای بازی سازان ایرانی است تا فرستی خاص ضمن رقابتی منصفانه و برابر کنار یکدیگر برایشان پیش خواهد آمد تا هم از نقاط قوت و ضعف یکدیگر مطلع شوند و هم در آینده طرحینو دراندازند. با توجه به تمام این توصیفات، جشنواره فرستی معرفی و تبلیغ بهترین، فنی ترین پرمحتوا ترین بازی های ایرانی در زانهای رایانه ای این های مختلف را فراهم می آورد. همچنین شد و پیشرفت بازی های رایانه ای ایرانی از تحسین اهداف جشنواره بازی های رایانه ای اینه بوده و است. بدون شک این جشنواره فرستی برای رویش استعدادها و خلاقیت های توسعه دهندهای بازی از سراسر کشور خواهد بود. البته مهم ترین محرك برای برگزاری چنین جشنواره ای پیشرفت صنعت بازی های رایانه ای ایران است با توجه به اینکه بسیاری از آثار ساخته شده در استودیوهای امکان معرفی شدن در فستیوال ها و رویدادهای خاص را ندارد اما می توانند دستاوردهای خاصی به ارمنان بیاورند که با نوآوری ها راه پیشرفت بازی سازان ایرانی را باز کنند. برای اینکه اتفاقات هشتمین جشنواره بازی های ویدئویی ایران با حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفتگویی داشته ایم که در ادامه می آید:

افقی کریمی قدوسی با توجه به این که امسال دوره هشتم جشنواره بازی های رایانه ای تهران هست و به خاطر شرایط اقتصادی پیش آمده در کشور، چه تبدیلی بری برای برگزاری جشنواره اندیشه دیده اید و اینکه در جایی هم گفته بودید قصد دارید عنوان جشنواره بازی های رایانه ای تغییر بینا کنید درباره این موضوع هم توضیحاتی پفرماید که علت تغییر نام چیست؟

هشتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای امسال با شرایط خاص برگزار می شود و سعی کردیم با توجه به شرایط اقتصادی حاکم بر کشور کمی برگزاری را محظوظ کنیم. در سال های گذشته شاید ۷۰-۸۰ درصد هزینه های جشنواره مربوط به اختتامیه یا شکوه، موسیقی زنده، مجری، تشریفات وغیره... می شد اما امسال ترجیح دادیم تمام هزینه های تجملات و اتفاقات پرزق و برق را کم کنیم به جایزه های اختصاص دهیم، امسال هزینه جشنواره و جایزه های تغییر بینا کرده است، به جای اینکه ۸-۱۰ درصد هزینه کنیم ۲-۳ درصد جایزه هایی دهیم، ۱۰-۱۵ درصد جایزه های دهیم. به گونه ای که جایزه های را هم پیشتر کردیم، این بزرگ ترین تغییر و اتفاق تو در جشنواره است. این امر برای بازی سازان فرست خوبی خواهد بود و جشنواره بازی های ارزش و اختباری بیشتری پیدا می کند.

امسال هزینه جشنواره بازی های ویدئویی ایران و جایزه های تغییر بینا کرده است، به جای اینکه ۸-۱۰ درصد هزینه کنیم ۲-۳ درصد جایزه دهیم، ۱۰-۱۵ درصد جایزه می دهیم. به گونه ای که جایزه بازی اول ۱۰۰ میلیون تومان شده است و این عدد ۱۰ میلیون تومان بوده و ۱۰ برابر شکردهیم.

پس ما امسال با جشنواره نمایشی روبه رو نیستیم و تشریفات و اتفاقات همه گیر در جشنواره ها را حذف کردیم.

پلما وجود رویدادهایی تشریفاتی در جشنواره های سینمایی از خود خوبی دارد که برده های سینمایی در دست دولت است و کسی که در جشنواره فیلم، جایزه ای دریافت می کند در آینده اکران نوروزی برایش ایجاد می شود و در فروش فیلم کمکسیاری برای آنان خواهد شد اما در جشنواره بازی های رایانه ای بازی ساز ۱۰ میلیون جایزه برند همی شود ولی فروش در بازار افزایش دهیم. به گونه ای که جایزه های را هم پیشتر کردیم، یکی از ارزش هایی رقم خوب جایزه ای است که می توانیم برایش در تظریگیریم، ممکن است از شکوه و جلال جشنواره کم شود و مرااسم را در سالان کوچکی برگزار کنیم اما مزیت اش در ارج تهدان به جایزه بازی سازان است.

پس باید تغییراتی را در حوزه داوری اعمال کرده باشید، در بخش داوری قرار است شاهد چه اتفاقات به روزی باشیم؟

پله اتفاقاً تغییر دوم این است که در بخش زانهای، مثلاً پهترین بازی مانعین سواری، پهترین بازی سیک اکشن یا غیره... دیگر توسط هیئت داوران انتخابی نمود یک حلقة ۱۰۰ انفرادی ایجاد کردیم متشکل از ۵-۵ بازی ساز و ۵-۵ منتقد بازی که هر سانه های بازی را دارند. این افراد در خصوص بازی های رأی می دهند. که در گذشته هیات، انفراد داوران رای ایجاد کردیم گذاشته می شود بازی ساز یوزرین و پسورد دارد وارد صفحه می شود و پهترین بازی مثلاً اکشن را انتخاب می کند کاری که اسکار هم می کند. قبل از این متعدد جشنواره محلی از اعراب نداشت یعنی حرفی برای گفتن نداشت اما امسال ترجیح دادیم متقدان را وارد این عرصه کنیم.

تغییر سوم، اسم جشنواره را از جشنواره بازی های رایانه ای تهران که خیلی به آن نقد داشتند، به جشنواره «بازی های ویدئویی ایران» تغییر دادیم. به چند علته اول اینکه آن اسم در زمان قدمی گذاشته شده بود و ما تغییرش ندادیم. تهران این حس را ایجاد می کند که فقط در تهران این اتفاق رخ می دهد در حالی که از کل ایران از ارسال می شود، پس باید ایران می شد. رایانه ای که کلمه درستی نیست اسم ما بینامی بازی های رایانه ای است اما برای تغییرش باید پروسه ای طولانی را یگذرانیم زیرا نوشتهای عالی اتفاقات فرهنگی باید تایید کند تا شورای عالی فضایی مجازی این اسم را تغییر دهد؛ درستش ویدئویی است پس جشنواره بازی های ویدئویی گذاشتمیم. در کل همیشه جشنواره را در راستای کمک به بازی سازان تغییر دادیم.

اسم جشنواره را از جشنواره بازی های رایانه ای تهران که خیلی به آن نقد داشتند، به جشنواره «بازی های ویدئویی ایران» تغییر دادیم.

با توجه به تمام تغییراتی که ذکر کردید، وجه تمايز جشنواره ها سال تسبیت به سال های پیشین در چیست؟

بزرگ ترین تمايز جشنواره هشتم در ارزش گذاری جوایز است. کارهای تبلیغاتی بر روی پهترین بازی زیاد خواهد بود. کلاً ۴ یا ۵ بازیتر جشنواره را به عنوان تبلیغات گسترده رسانه ای به خصوص در مخالف اسازها پهچانه ای دارگاه را خواهیم اورد. زیرا این ۴ یا ۵ بازی، قطعاً بازی های خوبی هستند و می خواهیم با کمک رسانه های خصصی و رسانه های عمومی سعی کنیم به این بازی ها همیشه دهیم تا نگاه مردم را نسبت به بازی های (دامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) داخلی تغییر دهیم و نالئه آن ها به سمت بازار بازی های داخلی تغییر کند برای همین یک بخش اصلی در بخش زانرهای ایجاد کردیم. بخش اصلی فقط پیشین بازی سال در آن استدستاورده بود، فنی، طراحی بازی های بزرگ هم وجود دارد که مخصوص بازی هایی است که حرفه ای گفتن داشته باشد. اهداف و شمار این جشنواره مخفی برای سازمان تعامل با یکدیگر است، این تعامل راهی هم به بازار خارجی دارد؟ احتمالاً اکثر این بازی هایی که در جشنواره مستند، برای بازار جهانی ساخته شده اند، اگر از لحظه انتشار هم منتظران باشد ما برای انتشار بازی هادر بازار جهانی نمی توانیم کاری انجام دهیم، خودشان باید ناشر پیدا کنند تا به فروشنده ولى به احتمال زیاد بازی ها در بازار جهانی دستاوردهای خوبی خواهد داشت. لطفاً درباره زمان بندی جشنواره هم توضیحاتی بدیند که زمان جشنواره چه روزهایی است و اختتامیه چه زمانی برگزار می شود؟ اختتامیه همانند هر سال در استندمه برگزار می شود، فراخون جشنواره هم هفته اینده اعلام خواهد شد و زمان بندی هم در فراخون می آید.



## در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا رقم خورد؛ شگفتی آفرینی با کسب ۸ جایزه از ۱۱ جایزه جشنواره IMGA MENA

ایرانیان\_منتخیین سومین دوره از جشنواره بین المللی بازی های موبایل در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (IMGA MENA) در حالی مشخص شدند که از ۱۱ عنوان جایزه جشنواره ۸ جایزه به بازی های ایرانی تعلق گرفته است.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس اعلام سایت رسمی این جشنواره ۸ جایزه از جمله مهم ترین جایزه جشنواره نصیب بازی های ایرانی شد. جایزه بزرگ سومین دوره IMGA MENA به بازی ایرانی فلیپینگ فلیپ (Flipping Filip) رسید. این بازی علاوه بر مهم ترین جایزه جشنواره، دو جایزه دستاورده در قسمه گویی و هنر صداگذاری را هم به دست آورد. جایزه پیشین بازی از نگاه مردم که از دیگر جوایز مهم جشنواره به حساب می آید به بازی ایرانی بال های تاریکی ۲ (The Dark Wings) رسید. همچنین جایزه ویژه هیات داوران به بازی ایرانی مگنیس (Magnis) متعلق گرفت. بازی O از دیگر بازی های ایرانی است که توانت دو جایزه دستاورده در توآور و پیشین بازی سریع جشنواره را به دست بیاورد. افتخارات عنایون ایرانی در جشنواره بین المللی موبایل خاورمیانه و شمال آفریقا به همین جا ختم شد و بازی ایرانی هارمونی (Harmony) نیز توانت جایزه دستاورده در طراحی صدا را به دست بیاورد. به این ترتیب از ۱۱ جایزه جشنواره ۸ جایزه به عنایون ایرانی تعلق گرفت. تا صنعت گیم ایران بار دیگر در جشنواره های جهانی بدرخشید. در دور دوم این جشنواره نیز بازی های ایرانی توانته بودند بخش مهمی از جوایز را کسب کنند.



## توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها

ایرانیان\_مدتی پیش براساس اعلام نیروی انتظامی و اخبار منتشر شده در رسانه ها، نوجوانی در محله و لنجک تهران تحت تأثیر یک بازی رایانه ای با سیک تک تبراندازی، به سوی دیگران با تفنگ بادی تبراندازی کرده است.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان\_بنیاد ملی بازی های رایانه ای ضمن اخهار تلافی از این اتفاق، وظیفه ی خود می داند که نکاتی را در این رابطه مطرح کند موضوع بسیار مهمی که باید به آن اشاره کرد نقش مهم خانواده ها در جلوگیری از آسیب های این چنینی است. سال هاست به اهمیت توجه به رده سنی بازی ها تاکید نماییم، براساس جزییات خبری که منتشر شده این نوجوان ۱۵ ساله بازی های سبک «سناپیر» را بازی می کرده است. نخست آن که این بازی ها اغلب رده سنی +۱۸ گرفته اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن تاکم برده شده است به طور کلی توسط نظام رده بندی بنیاد غیرمجاز اعلام شده است. بدین ترتیب اگر والدین این نوجوان به رده سنی بازی دقت می کردند و اجازه ای انجام آن را نمی دادند شاید چنین اتفاق تلخی رخ نمی داد. در ادامه توصیه هایی به خانواده ارائه می شود تا بتوانند با تغذیه بیشتر، از بروز اتفاقاتی ناخوشایند جلوگیری کنند.

با رده بندی سنی بازی آشنا شوید و آن را رعایت کنید

«تفاظ ملی رده بندی سنی بازی های رایانه ای» در ایران که اختصاراً (ESRA) نامیده می شود تنها نظام رده بندی بازی در کشورهای اسلامی است و به خانواده ها کمک می کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند. در این نظام، بازی ها با رده های مختلفی ارزیابی شده و در ۵ گروه +۱۵، +۱۳، +۷، +۳ و +۱۸ سال دسته بندی می شوند. این رده ها بدین معنی است که یک بازی +۱۸ سال برای گروه های سنی کمتر از ۱۸ سال مناسب نیست و آسیب زا خواهد بود.

توجه به رده بندی سنی، نه تنها از آسیب های احتمالی برخی بازی های رایانه ای جلوگیری کرده که کمک شایانی به افزایش توانایی ها و (ادامه دارد...)



(ادامه خبر ...) مهارت های فرزند شما خواهد کرد.

خانواده ها می توانند جزیات رده سنی بازی های مختلف را از طریق سایت <http://www.esragames.com> پیدا کنند.

نسخه های مجاز بازی را خریداری کنید

بنیاد ملی بازی های رایانه ای به بازی های مجاز، پروانه انتشار اعطای می کند. بنابراین در هنگام خرید بازی، حتماً به هولوگرام درج شده روی بسته توجه داشته باشید. همچنین رده سنی بازی های کامپیوتری و کنسولی در ویتنام ها روی جلد بازی درج شده اند که می توانید از آن برای تعیین مناسب استفاده کنید. برای بازی های موبایل تیز، رده بندی متناسب برای همه بازی های موبایل در مارکت های موبایل وجود دارد و بنابراین پیشنهاد می شود تبها از طریق این فروشگاه ها، نسبت به دریافت بازی موبایل اقدام فرماید.

هنگام خرید بازی، فرزندان تان را همراهی کنید

متاسفانه مشاهده شده است که برخی فروشنده های سودجو، بی توجه به رده بندی سنی، بازی را در اختیار کودکان قرار می دهند به همین دلیل توصیه می شود در هنگام خرید بازی، خود یا فردی که اطلاعات کافی در این زمینه دارد، فرزندان تان را همراهی کنید.

مراقب موبایل و کامپیوتر کودکان تان باشید

در دنیای کامپیوتر و ارتباطات، تنها راه دریافت بازی خرید آن از فروشگاه ها نیست و همه ای این بازی ها از طریق فضای مجازی و به روش های مختلف قابل دسترسی هستند. بنابراین توصیه می شود روی بازی هایی که در پلتفرم های موبایل یا تبلت فرزندان وجود دارد نیز نظارت کافی را داشته باشید. همان قدر که برخی بازی های می توانند اسپاب یا لگوگیری و سرگرمی فرزندان را فراهم کنند، برخی بازی های خشن و نامناسب برای رده سنی کودک، می توانند آسیب را باشند.

با فرزندان تان به صورت مشترک بازی کنید

اصولاً ایجاد محدودیت و ممنوع کردن راه حل تهابی برای حل معضل های فرهنگی نیست. توصیه می شود خانواده ها از همان ابتدا به صورت مشترک با فرزندشان به انجام بازی بپردازند در چنین حالتی هم خانواده ها نظارت کافی روی بازی ها خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد.

همچنین با انجام بازی های چند نفره به صورت خانوادگی می توانید مدت زمان بازی کردن را تیز هوشمندانه تنظیم کنید تا از حد مجاز بیشتر نشود به طور میانگین بازی کردن بیش از ۹۰ دقیقه در روز توصیه نمی شود.

بازی های ایرانی را ترویج کنید

بازی سازان ایرانی در سال های گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته اند و حتی توانسته اند ضمن درخشش در جشنواره های بین المللی، به بازارهای جهانی راه یابند. این بازی ها علاوه بر کیفیت مناسب، با فرهنگ و اعتقادات کشور ما سازگارند و بنابراین توصیه می شود خرید این بازی ها را در اولویت قرار دهید یا آن ها را برای فرزندان خود در پلتفرم های موبایل یا تبلت نصب نمایید.



## توصیه بیناد بازی های رایانه ای درباره آسیب برخی از بازی ها

بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها توصیه می کند با رده بندی سنی بازی آشنا شوند و آن را رعایت کنند.

به گزارش خبرگزاری مهر، مدتی پیش براساس اعلام نیروی انتظامی و اخبار منتشر شده در رسانه ها، توجواني در محله ولنجک تهران تحت تأثیر یک بازی رایانه ای با سبک تک تیراندازی، به سوی دیگران با تفنگ بادی تیراندازی کرده است.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای ضمن اظهار تأسف از این اتفاق، وظیفه خود می داند که تکاتی را در این رابطه مطرح کند. موضوع سیار مهمی که باید به آن اشاره کرد نقش مهم خانواده ها در جلوگیری از آسیب های این چنین است. سال هاست به اهمیت توجه به رده سنی بازی ها تاکید داریم، براساس جزیات جنایت خبری که منتشر شده این نوجوان ۱۵ ساله بازی های سبک «استایپر» را بازی می کرده است. نخست آن که این بازی ها اغلب رده سنی +۱۸+ گرفته اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن نام برده شده است به طور کلی توسط نظام رده بندی بیناد غیرمجاز اعلام شده است، بدین ترتیب اگر والدین این نوجوان به رده سنی بازی دقت می کردند و اجازه ای انجام آن را نمی دادند شاید چنین اتفاق تخلفی رخ نمی داد.

در ادامه توصیه هایی به خانواده ارائه می شود تا بتوانند با نظارت بیشتر، از بروز اتفاقاتی ناخواهند جلوگیری کنند.

با رده بندی سنی بازی آشنا شوید و آن را رعایت کنید

«تفاظ ملی رده بندی سنی بازی های رایانه ای» در ایران که اختصاراً (ESRA) نامیده می شود تنها نظام رده بندی بازی در کشورهای اسلامی است و به خانواده ها کمک می کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند. در این نظام، بازی ها با رده های مختلفی ارزیابی شده و در ۵ گروه ۱۵+، ۱۲+، ۷+، ۳+ و ۱+۸+ سال دسته بندی می شوند. این رده ها بدين معنی است که یک بازی گروه های سنی کمتر از ۱۸ سال مناسب نیست و آسیب را خواهد بود.

توجه به رده بندی سنی، نه تنها از آسیب های احتمالی برخی بازی های رایانه ای جلوگیری کرده که کمک شایانی به افزایش توانایی ها و مهارت های فرزند شما خواهد کرد.

خانواده ها می توانند جزیات رده سنی بازی های مختلف را از طریق سایت <http://www.esragames.com> پیدا کنند.

نسخه های مجاز بازی را خریداری کنید

بنیاد ملی بازی های رایانه ای به بازی های مجاز، پروانه انتشار اعطای می کند. بنابراین در هنگام خرید بازی، حتماً به هولوگرام درج شده روی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) بسته توجه داشته باشد. همچنین رده سنی بازی های کامپیوتری و کنسولی در ویترین ها روی جلد بازی درج شده اند که می توانید از آن برای تهیه بازی مناسب استفاده کنید.

برای بازی های موبایل تیز، رده بندی سنی برای همه بازی های موبایل در مارکت های موبایل وجود دارد و بنابراین پیشنهاد می شود تنها از طریق این فروشگاه ها، نسبت به دریافت بازی موبایل اقدام فرماید.

هنگام خرید بازی، فرزندان تان را همراهی کنید  
متاسفانه مشاهده شده است که برخی فروشنده های سودجو، بی توجه به رده بندی سنی، بازی را در اختیار کودکان قرار می دهند به همین دلیل توصیه می شود در هنگام خرید بازی، خود یا فردی که اطلاعات کافی در این زمینه دارد، فرزندان تان را همراهی کند.

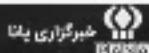
مراقب موبایل و کامپیوتر کودکان تان باشید  
در دنیای کامپیوتر و ارتباطات، تنها راه دریافت بازی خرید آن از فروشگاه ها نیست و همه این بازی ها از طریق فضای مجازی و به روش های مختلف قابل

دسترسی هستند. بنابراین توصیه می شود روی بازی هایی که در پلتفرم های موبایل یا تبلت فرزندتان وجود دارد نیز نظارت کافی را داشته باشید. همان قدر که برخی بازی های می توانند اسپاب یا لادگیری و سرگرمی فرزندان را فراهم کنند، برخی بازی های خشن و تامناصب برای رده سنی کودک، می توانند آسیب را باشند  
با فرزندان تان به صورت مشترک بازی کنید

اصولاً ایجاد محدودیت و ممنوع کردن راه حل تهابی برای حل معضل های فرهنگی نیست. توصیه می شود خانواده ها از همان ابتدا به صورت مشترک با فرزندشان به انجام بازی بپردازند در چین حالتی هم خانواده ها نظارت کافی روی بازی ها خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد.

همچنین با انجام بازی های چند نفره به صورت خانوادگی می توانید مدت زمان بازی کردن را نیز هوشمندانه تنظیم کنید تا از حد مجاز بیشتر نشود به طور میانگین بازی کردن بیش از ۹۰ دقیقه در روز توصیه نمی شود.

بازی های ایرانی را ترویج کنید  
بازی سازان ایرانی در سال های گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته اند و حتی توانسته اند ضمن درخشش در جشنواره های بین المللی، به بازارهای جهانی راه یابند. این بازی ها علاوه بر کیفیت مناسب، با فرهنگ و اعتقادات کشور ما سازگارند و بنابراین توصیه می شود خرید این بازی ها را در اولویت قرار دهید یا آن ها را برای فرزندان خود در پلتفرم های موبایل یا تبلت نصب نمایید.



## توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها

تهران (پانا) - مدتی پیش براساس اعلام نیروی انتظامی و اخبار منتشر شده در رسانه ها، نوجوانی در محله ولنجک تهران تحت تاثیر یک بازی رایانه ای با سیک تک تیراندازی، به سوی دیگران با تندیک پادی تیراندازی کرده است.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای ضمن اظهار تأسف از این اتفاق، وظیفه خود می داند که نکاتی را در این رابطه مطرح کند. موضوع بسیار مهمی که باید به آن اشاره کرد نقش مهم خانواده ها در جلوگیری از آسیب های این چیزی است. سال هاست به اهمیت توجه به رده سنی بازی ها تاکید داریم، براساس جزیئات خبری که منتشر شده این توجوچان ۱۵ ساله بازی های سبک «استایپر» را بازی می کرده است. نخست آن که این بازی ها اغلب رده سنی +۱۸ گرفته اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن نام برده شده است به طور کلی توسط نظام رده بندی بنیاد غیرمجاز اعلام شده است، بدین ترتیب اگر والدین این توجوچان به رده سنی بازی دقت می کردند و اجراهی انجام آن را نمی دانند شاید چنین اتفاق تخلف رخ نمی داد.

در ادامه توصیه هایی به خانواده ارائه می شود تا بتوانند با نظارت بیشتر، از بروز اتفاقاتی ناخواهند جلوگیری کنند.

با رده بندی سنی بازی آشنا شوید و آن را رعایت کنید

«اتفاق ملی رده بندی سنی بازی های رایانه ای» در ایران که اختصاراً (ESRA) نامیده می شود تنها نظام رده بندی بازی در کشورهای اسلامی است و به خانواده ها کمک می کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند. در این نظام، بازی ها بر رده های مختلفی ارزیابی شده و در ۵ گروه +۱۵، +۱۳، +۷، +۳ و +۱۸+ سال دسته بندی می شوند. این رده ها بدین معنی است که یک بازی +۱۸+ سال برای گروه های سنی کمتر از ۱۸ سال مناسب نیست و آسیب را خواهد بود.

توجه به رده بندی سنی، نه تنها از آسیب های احتمالی برخی بازی های رایانه ای جلوگیری کرده که کمک شایانی به افزایش توانایی ها و مهارت های فرزند شما خواهد کرد.

خانواده های مجاز بازی را خریداری کنید  
خانواده های مجاز بازی را از طریق سایت <http://www.esragames.com> پیدا کنند

بنیاد ملی بازی های رایانه ای به بازی های مجاز، پروانه انتشار اعطای می کند. بنابراین در هنگام خرید بازی، حتماً به هولوگرام درج شده روی بسته توجه داشته باشید. همچنین رده سنی بازی های کامپیوتری و کنسولی در ویترین ها روی جلد بازی درج شده اند که می توانید از آن برای تهیه بازی مناسب استفاده کنید.

برای بازی های موبایل تیز، رده بندی سنی برای همه بازی های موبایل در مارکت های موبایل وجود دارد و بنابراین پیشنهاد می شود تنها از طریق این فروشگاه ها، نسبت به دریافت بازی موبایل اقدام فرماید.

هنگام خرید بازی، فرزندان تان را همراهی کنید(ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) متناسبانه مشاهده شده است که برخی فروشنده‌گان سودجو، بی توجه به رده بندی سنی، بازی را در اختیار کودکان قرار می‌دهند. به همین دلیل توصیه می‌شود در هنگام خرید بازی، خود یا فردی که اطلاعات کافی در این زمینه دارد، فرزندان تان را همراهی کنید.

مراقب موبایل و کامپیوتر کودکان تان بالشید در دنیای کامپیوتر و ارتباطات، تنها راه دریافت بازی خرید آن از فروشگاه‌ها نیست و همه‌ی این بازی‌ها از طریق فضای مجازی و به روش‌های مختلف قابل دسترسی هستند. بنابراین توصیه می‌شود روی بازی‌هایی که در پلتفرم‌های موبایل یا تبلت فرزندان وجود دارد نیز نظارت کافی را داشته باشید. همان قدر که برخی بازی‌ها می‌توانند اسباب یالاگری و سرگرمی فرزندان را فراهم کنند، برخی بازی‌های خشن و نامناسب برای رده سنی کودک، می‌توانند آسیب را باشند.

با فرزندان تان به صورت مشترک بازی کنید اصولاً ایجاد محدودیت و ممنوع کردن راه حل تهابی برای حل مسئلله‌های فرهنگی نیست. توصیه می‌شود خانواده‌ها از همان ابتدا به صورت مشترک با فرزندان به انجام بازی پیروزی کنند. در چنین حالتی هم خانواده‌ها نظارت کافی روی بازی‌ها خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد. همچنین با انجام بازی‌هایی چند نفره به صورت خانوادگی می‌توانید مدت زمان بازی کردن را نیز هوندمانه تنظیم کنید تا از حد مجاز بیشتر نشود. به طور میانگین بازی‌های این را ترویج کنید.

بازی سازان ایرانی در سال‌های گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته‌اند و حتی توانسته اند ضمن درخشش در جشنواره‌های بین‌المللی، به بازارهای جهانی راه یابند. این بازی‌ها علاوه بر کیفیت مناسب، با فرهنگ و احتمادات کشور ما سازگارند و بنابراین توصیه می‌شود خرید این بازی‌ها را در لولویت قرار دهید. بازی‌های ایرانی را ترویج کنید.



## توصیه بنیاد بازی‌های رایانه‌ای درباره آسیب برخی از بازی‌ها

**بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای** به خانواده‌ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی‌ها توصیه می‌کند با رده بندی سنی بازی آشنا شوند و آن را رعایت کنند.

به گزارش خبرگزاری مهر، مدتی پیش براساس اعلام نیروی انتظامی و اخبار منتشر شده در رسانه‌ها، توجورانی در محله و لنجک تهران تحت تاثیر یک بازی رایانه‌ای با سیک تک تبراندایی، به سوی دیگران با تفکر بدایی تبراندایی کرده است.

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ضمن اظهار تأسف از این اتفاق، وظیفه‌ی خود می‌داند که نکاتی را در این رابطه مطرح کند. موضوع بسیار مهمی که باید به آن اشاره کرد نقش مهم خانواده‌ها در جلوگیری از آسیب‌های این چیزی است. سال‌هایی است که رده سنی بازی‌ها تأکید داریم، براساس جزیئات خبری که منتشر شده این توجوران ۱۵ ساله بازی‌های سیک «استایپر» را بازی می‌کرده است. نخست آن که این بازی‌ها اغلب رده سنی +۱۸ گرفته‌اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن نام برده شده است به طور کلی توسط نظام رده پندی بنیاد غیرمحل اعلام شده است. بدین ترتیب اگر والدین این توجوران به رده سنی بازی دقت می‌کرددند و اجازه‌ی انجام آن را نمی‌دادند شاید چنین اتفاق تلخی رخ نمی‌داد. در ادامه توصیه‌هایی به خانواده‌ارائه می‌شود تا بتوانند با نظارت بیشتر، از بروز اتفاقاتی ناخوشایند جلوگیری کنند.

با رده بندی سنی بازی آشنا شوید و آن را رعایت کنید

«تظام ملی رده بندی سنی بازی‌های رایانه‌ای» در ایران که اختصاراً (ESRA) نامیده می‌شود تنها نظام رده بندی بازی در کشورهای اسلامی است و به خانواده‌ها کمک می‌کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند. در این نظام، بازی‌ها با رده‌های مختلفی ارزیابی شده و در ۵ گروه +۱۵، +۱۲، +۷، +۳ و +۱۸ سال دسته بندی می‌شوند. این رده‌ها بدین معنی است که یک بازی گروه‌های سنی کمتر از ۱۸ سال مناسب نیست و آسیب را خواهد بود.

توجه به رده بندی سنی، نه تنها از آسیب‌های احتمالی برخی بازی‌های رایانه‌ای جلوگیری کرده که کمک شایانی به افزایش توانایی‌ها و مهارت‌های فرزند شما خواهد کرد.

خانواده‌ها می‌توانند جزیئات رده سنی بازی‌های مختلف را از طریق سایت <http://www.esragames.com> پیدا کنند.

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به بازی‌های مجاز، پرونده انتشار اعطای می‌کند. بنابراین در هنگام خرید بازی، حتماً به هولوگرام درج شده روی بسته توجه داشته باشید. همچنین رده سنی بازی‌های کامپیوترا و کنسولی در ویژین‌ها روی جلد اندک که می‌توانید از آن برای تهیه بازی مناسب استفاده کنید. برای بازی‌های موبایل تیز، رده بندی سنی برای همه‌ی بازی‌های موبایل در مارکت‌های معتبر ایرانی وجود دارد و بنابراین پیشنهاد می‌شود تنها از طریق این فروشگاه‌ها، نسبت به دریافت بازی موبایل اقدام فرمایید.

هنگام خرید بازی، فرزندان تان را همراهی کنید

متناسبانه مشاهده شده است که برخی فروشنده‌گان سودجو، بی توجه به رده بندی سنی، بازی را در اختیار کودکان قرار می‌دهند. به همین دلیل توصیه می‌شود در هنگام خرید بازی، خود یا فردی که اطلاعات کافی در این زمینه دارد، فرزندان تان را همراهی کنید.

مراقب موبایل و کامپیوترا کودکان تان بالشید در دنیای کامپیوترا و ارتباطات، تنها راه دریافت بازی خرید آن از فروشگاه‌ها تیست و همه‌ی این بازی‌ها از طریق فضای مجازی و به روش (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) های مختلف قابل دسترسی هستند. بنابراین توصیه می شود روی بازی هایی که در پلتفرم های موبایل یا تبلت فرزندان وجود دارد تیز نظرات کافی را داشته باشد. همان قدر که برخی بازی های توانند اسیب یادگیری و سرگرمی فرزندان را فراهم کنند، برخی بازی های خشن و نامناسب برای رده سنی کودک، می توانند آسیب زا باشند.

با فرزندان تان به صورت مشترک بازی کنید

اصولاً اینجذاب محدودیت و ممنوع کردن راه حل نهایی برای حل مسئلله های فرهنگی نیست. توصیه می شود خانواده ها از همان ابتدا به صورت مشترک با فرزندان به انجام بازی بپردازند. در چنین حالتی هم خانواده ها نظارت کافی روی بازی ها خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد. همچنین با انجام بازی های چند نفره به صورت خانوادگی می توانید مدت زمان بازی کردن را تیز هوشمندانه تنظیم کنید تا از حد مجاز بیشتر نشود به طور میانگین بازی کردن بیش از ۹۰ دقیقه در روز توصیه نمی شود.

بازی های ایرانی را ترویج کنید

بازی سازان ایرانی در سال های گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته اند و حتی تواسته اند ضمن درخشش در جشنواره های بین المللی، به بازارهای جهانی راه یافته این بازی ها علاوه بر کیفیت مناسب، با فرهنگ و انتقادات کشور ما سازگارند و بنابراین توصیه می شود خرید این بازی ها را در اولویت قرار دهید یا آن ها را برای فرزندان خود در پلتفرم های موبایل یا تبلت نصب نمایید.

## مشکل های رایانه ای

### توصیه بنیاد بازی های رایانه ای درباره آسیب برخی از بازی ها

۲۴

به گزارش شبکه خبری ایرانا، مدتی پیش براساس اعلام نیروی انتظامی و اخبار منتشر شده در رسانه ها، توجورانی در محله ولنجک تهران تحت تأثیر یک بازی رایانه ای با سیک تک تیزآزادی، به سوی دیگران با تندگی بادی تیزآزادی گرده است.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای ضمن اظهار تأسف از این اتفاق، وظیفه خود می داند که نکاتی را در این رابطه مطرح کند. موضوع بسیار مهمی که باید به آن اشاره کرد نقش مهم خانواده ها در جلوگیری از آسیب های این چیز است. سال هاست به اهمیت توجه به رده سنی بازی ها تاکید داریم، براساس جزیئات خبری که منتشر شده این توجوران ۱۵ ساله بازی های سیک «استایپر» را بازی می کرده است. تجسس آن که این بازی ها اغلب رده سنی +۱۸+ گرفته اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن نام برده شده است به طور کلی توسط نظام رده بندی مجاز اعلام شده است. بدین ترتیب اگر والدین این توجوران به رده سنی بازی دقت می کردند و اجراهی انجام آن را نمی دانند شاید چنین اتفاق تلخی رخ نمی داد.

در ادامه توصیه هایی به خانواده ارائه می شود تا بتوانند با نظارت بیشتر، از بروز اتفاقاتی ناخوشایند جلوگیری کنند.

با رده بندی سنی بازی آشنا شوید و آن را رعایت کنید

«انتظام ملی رده بندی سنی بازی های رایانه ای» در ایران که اختصاراً (ESRA) نامیده می شود تنها نظام رده بندی بازی در کشورهای اسلامی است و به خانواده ها کمک می کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند. در این نظام، بازی ها با رده های مختلفی ارزیابی شده و در ۵ گروه +۱۵+ +۱۳+ +۷+ +۳+ +۱۸+ سال دسته بندی می شوند. این رده ها بدین معنی است که یک بازی های گروه های سنی کمتر از ۱۸ سال مناسب نیست و آسیب زا خواهد بود.

توجه به رده بندی سنی، نه تنها از آسیب های احتمالی برخی بازی های رایانه ای جلوگیری کرده که کمک شایانی به افزایش توانایی ها و مهارت های فرزند شما خواهد کرد.

خانواده ها می توانند جزیئات رده سنی بازی های مختلف را از طریق سایت <http://www.esragames.com> پیدا کنند. تسعده های مجاز بازی را خریداری کنید

بنیاد ملی بازی های رایانه ای به بازی های مجاز، پروانه انتشار اعطای می کند. بنابراین در هنگام خرید بازی، حتماً به هولوگرام درج شده روی بسته توجه داشته باشید. همچنین رده سنی بازی های کامپیوتری و کنسولی در ویژین ها روی جلد بازی درج شده اند که می توانید از آن برای تهیه بازی مناسب استفاده کنید. برای بازی های موبایل تیز، رده بندی سنی برای همه بازی های موبایل در مارکت های موبایل وجود دارد و بنابراین پیشنهاد می شود تنها از طریق این فروشگاه ها، نسبت به دریافت بازی موبایل اقدام فرمایید.

هنگام خرید بازی، فرزندان تان را همراهی کنید

متاسفانه مشاهده شده است که برخی فروشندها سودجویی بر توجه به رده بندی سنی، بازی را در اختیار کودکان قرار می دهند. به همین دلیل توصیه می شود در هنگام خرید بازی، خود یا فردی که اطلاعات کافی در این زمینه دارد، فرزندان تان را همراهی کنید.

مراقب موبایل و کامپیوتر کودکان تان باشید

در دنیای کامپیوتر و ارتباطات، تنها راه دریافت بازی خرید آن از فروشگاه ها نیست و همه می این بازی ها از طریق فضای مجازی و به روش های مختلف قابل دسترسی هستند. بنابراین توصیه می شود روی بازی هایی که در پلتفرم های موبایل یا تبلت فرزندان وجود دارد تیز نظارت کافی را داشته باشد. همان قدر که برخی بازی های توانند اسیب یادگیری و سرگرمی فرزندان را فراهم کنند، برخی بازی های خشن و نامناسب برای رده سنی کودک، می توانند آسیب زا باشند.

با فرزندان تان به صورت مشترک بازی کنید

اصولاً اینجذاب محدودیت و ممنوع کردن راه حل نهایی برای حل مسئلله های فرهنگی نیست. توصیه می شود خانواده ها از همان ابتدا به صورت مشترک با فرزندان به انجام بازی بپردازند. در چنین حالتی هم خانواده ها نظارت کافی روی بازی ها خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد.

همچنین با انجام بازی های چند نفره به صورت خانوادگی می توانید مدت زمان بازی کردن را تیز هوشمندانه تنظیم کنید تا از حد مجاز بیشتر نشود. به (ادامه

(ادامه خبر ...) طور میانگین بازی کردن بیش از ۹۰ دقیقه در روز توصیه نمی شود  
بازی های ایرانی را ترویج کنید

بازی سازان ایرانی در سال های گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته اند و حتی توانسته اند ضمن درخشش در جشنواره های بین المللی، به بازارهای جهانی راه یابند این بازی ها علاوه بر کیفیت مناسب، با فرهنگ و اعتقدات کشور ما سازگارند و بنابراین توصیه می شود خرید این بازی ها را در لولویت قرار دهید یا آن ها را برای فرزندان خود در پلتفرم های موبایل یا تبلت نصب نمایید.



## توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها

ICTPRESS - مدتی پیش براساس اعلام نیروی انتظامی و اخبار منتشر شده در رسانه ها، توجوچی در محله ولنجک تهران تحت تاثیر یک بازی رایانه ای با سیک تک تیراندازی، به سوی دیگران با تندگی بادی تیراندازی کرده است.

به گزارش شبکه خبری ICTPRESS بنیاد ملی بازی های رایانه ای ضمن اظهار تاسف از این اتفاق، وظیفه خود می داند که نکاتی را در این رابطه مطرح کند. موضوع بسیار مهمی که باید به آن اشاره کرد نقش مهم خانواده ها در جلوگیری از آسیب های این چنین است. سال هاست به اهمیت توجه به رده سنی بازی ها تأکید داریم، براساس جزیئات خبری که منتشر شده این توجوچ ۱۵ ساله بازی های سبک «استایپر» را بازی می کرده است. نخست آن که این بازی ها اغلب رده سنی +۱۸ گرفته اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن نام برده شده است به طور کلی توسط نظام رده بندی بنیاد غیرمجاز اعلام شده است. بدین ترتیب اگر والدین این توجوچ به رده سنی بازی دقت کنند و اجازه ای انجام آن را نمی دانند شاید چنین اتفاق تخلف رخ نمی داد.  
در ادامه توصیه هایی به خانواده ارائه می شود تا بتوانند با نظرات پیشتر، از بروز اتفاقاتی ناخوشایند جلوگیری کنند.  
با رده بندی سنی بازی آشنا شوید و آن را رعایت کنید

«تظام ملی رده بندی سنی بازی های رایانه ای» در ایران که اختصاراً (ESRA) نامیده می شود تنها نظام رده بندی بازی در کشورهای اسلامی است و به خانواده ها کمک می کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند. در این نظام، بازی ها با رده های مختلفی ارزیابی شده و در ۵ گروه +۱۵، +۱۲، +۷، +۳ و +۱۸ سال دسته بندی می شوند. این رده ها بدین معنی است که یک بازی ای از ۱۸ سال مناسب نیست و آسیب زا خواهد بود.

توجه به رده بندی سنی، نه تنها از آسیب های احتمالی برخی بازی های رایانه ای جلوگیری کرده که کمک شایانی به افزایش توانایی ها و مهارت های فرزند شما خواهد کرد.

خانواده های می توانند جزیئات رده سنی بازی های مختلف را از طریق سایت <http://www.esragames.com> پیدا کنند.

تسخیه های مجذب بازی را خریداری کنید  
بنیاد ملی بازی های رایانه ای به بازی های مجذب، پرروانه انتشار اعطا می کند. بنابراین در هنگام خرید بازی، حتماً به هولوگرام درج شده روی بسته توجه داشته باشید. همچنین رده سنی بازی های کامپیوتری و کنسولی در ویترین ها روی جلد بازی درج شده اند که می توانید از آن برای تهیه بازی مناسب استفاده کنید. برای بازی های موبایل تیز، رده بندی سنی برای همه بازی های موبایل در مارکت های معتبر ایرانی وجود دارد و بنابراین پیشنهاد می شود تنها از طریق این فروشگاه ها، نسبت به دریافت بازی موبایل اقدام فرمایید.

هنگام خرید بازی، فرزندان تان را همراهی کنید  
متاسفانه مشاهده شده است که برخی فروشندهان سودجویی به توجه به رده بندی سنی، بازی را در اختیار کودکان قرار می دهند. به همین دلیل توصیه می شود در هنگام خرید بازی، خود یا فردی که اطلاعات کافی در این زمینه دارد، فرزندان تان را همراهی کند.

مراقب موبایل و کامپیوتر کودکان تان باشید  
در دنیای کامپیوتر و ارتباطات، تنها راه دریافت بازی خرید آن از فروشگاه ها نیست و همه ای این بازی ها از طریق فضای مجازی و به روش های مختلف قابل دسترسی هستند. بنابراین توصیه می شود روی بازی هایی که در پلتفرم های موبایل یا تبلت فرزندتان وجود دارد نیز نظارت کافی را داشته باشید. همان قدر که برخی بازی های می توانند اسپاب یا لایت گیری و سرگرمی فرزندان را فراهم کنند، برخی بازی های خشن و نامناسب برای رده سنی کودک، می توانند آسیب را باشند.

با فرزندان تان به صورت مشترک بازی کنید  
اصولاً ایجاد محدودیت و ممنوع کردن راه حل تهابی برای حل معضل های فرهنگی نیست. توصیه می شود خانواده ها از همان ابتدا به صورت مشترک با فرزندشان به انجام بازی بپردازند در چنین حالتی هم که خانواده ها نظارت کافی روی بازی ها خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد. همچنین با انجام بازی های چند نفره به صورت خانوادگی می توانید مدت زمان بازی کردن را نیز هوشمندانه تنظیم کنید تا از حد مجاز بیشتر نشود. به طور میانگین بازی کردن بیش از ۹۰ دقیقه در روز توصیه نمی شود.

بازی های ایرانی را ترویج کنید  
بازی سازان ایرانی در سال های گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته اند و حتی توانسته اند ضمن درخشش در جشنواره های بین المللی، به بازارهای جهانی راه یابند این بازی ها علاوه بر کیفیت مناسب، با فرهنگ و اعتقدات کشور ما سازگارند و بنابراین توصیه می شود خرید این بازی ها را در لولویت قرار دهید یا آن ها را برای فرزندان خود در پلتفرم های موبایل یا تبلت نصب نمایید.



## توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها

خبر ایران: مدتی پیش براساس اعلام نیروی انتظامی و اخبار منتشر شده در رسانه ها، توجویانی در محله ولنجک تهران تحت تاثیر یک بازی رایانه ای با سبک تک تیراندازی، به سوی دیگران با تفکر بادی تیراندازی کرده است.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای ضمن اظهار تاسف از این اتفاق، وظیفه خود می داند که نکاتی را در این رابطه مطرح کند. موضوع بسیار مهمی که باید به آن اشاره کرد نقش مهم خانواده ها در جلوگیری از آسیب های این چنینی است. سال هاست به اهمیت توجه به رده سنی بازی ها تاکید داریم، براساس جزیمات خبری که منتشر شده این توجویان ۱۵ ساله بازی های سبک «استاپیر» را بازی می کرده است. نخست آن که این بازی ها غالب رده سنی +۱۸ گرفته اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن نام برده شده است به طور کلی توسط نظام رده بندی بنیاد غیرمجاز اعلام شده است، بدین ترتیب اگر والدین این توجویان به رده سنی بازی دقت می کردند و اجازه انجام آن را نمی دادند شاید چنین اتفاقی تلخی رخ نمی داد.

در ادامه توصیه هایی به خانواده ارائه می شود تا بتوانند با تفکر بیشتر، از بروز اتفاقاتی ناخواهید جلوگیری کنند.

با رده بندی سنی بازی آشنا شوید و آن را رعایت کنید

«نظام ملی رده بندی سنی بازی های رایانه ای» در ایران که اختصارا (ESRA) نامیده می شود تنها نظام رده بندی بازی در کشورهای اسلامی است و به خانواده ها کمک می کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند. در این نظام، بازی ها با رده های مختلفی ارزیابی شده و در ۵ گروه +۱۵، +۱۳، +۷، +۳ و +۱۸ سال دسته بندی می شوند. این رده ها بدین معنی است که یک بازی ۱۸ سال متناسب نیست و آسیب را خواهد بود.

توجه به رده بندی سنی، نه تنها از آسیب های احتمالی برخی بازی های رایانه ای جلوگیری کرده که کمک شایانی به افزایش توانایی ها و مهارت های فرزند شما خواهد کرد.

خانواده ها می توانند جزیيات رده سنی بازی های مختلف را از طریق سایت <http://www.esragames.com> پیدا کنند

نسخه های مجاز بازی را خریداری کنید

بنیاد ملی بازی های رایانه ای به بازی های مجاز، پروانه انتشار اعطای می کند. بنابراین در هنگام خرید بازی، حتماً به هولوگرام درج شده روی بسته توجه داشته باشید. همچنین رده سنی بازی های کامپیوتری و کنسولی در پیشین ها روی جلد بازی درج شده اند که می توانید از آن برای تعیین سنی بازی مناسب استفاده کنید. برای بازی های موبایل تیز، رده بندی سنی برای همه بازی های موبایل در مارکت های موبایل وجود دارد و بنابراین پیشنهاد می شود تنها از طریق این فروشگاه ها، نسبت به دریافت بازی موبایل اقدام فرمایید.

هنگام خرید بازی، فرزندان تان را همراهی کنید

متاسفانه مشاهده شده است که برخی فروشندها سودجو، بی توجه به رده بندی سنی، بازی را در اختیار کودکان قرار می دهند. به همین دلیل توصیه می شود در هنگام خرید بازی، خود یا فردی که اطلاعات کافی در این زمینه دارد، فرزندان تان را همراهی کنید.

مراقب موبایل و کامپیوتر کودکان تان باشید

در دنیای کامپیوتر و ارتباطات، تنها راه دریافت بازی خرید آن از فروشگاه ها نیست و همه می این بازی ها از طریق فضای مجازی و به روش های مختلف قابل دسترسی هستند. بنابراین توصیه می شود روی بازی های موبایل یا تبلت فرزندتان وجود دارد نیز تفکر کافی را داشته باشید. همان قدر که برخی بازی های می توانند اسیاب پلاگیری و سرگرمی فرزندان را فراهم کنند، برخی بازی های خشن و نامناسب برای رده سنی کودک، می توانند آسیب را باشند.

با فرزندان تان به صورت مشترک بازی کنید

اصولاً ایجاد محدودیت و ممنوع کردن راه حل تهابی برای حل مسئلله های فرهنگی نیست. توصیه می شود خانواده ها از همان ابتدا به صورت مشترک با فرزندشان به انجام بازی پیروزی داشته باشند در چنین حالتی هم خانواده ها تفکر کافی روی بازی ها خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد.

همچنین با انجام بازی های چند نفره به صورت خانوادگی می توانید مدت زمان بازی کردن را نیز هوشمندانه تنظیم کنید تا از حد مجاز بیشتر نشود. به طور میانگین بازی کردن بیش از ۹۰ دقیقه در روز توصیه نمی شود.

بازی های ایرانی را ترویج کنید

بازی سازان ایرانی در سال های گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته اند و حتی توانسته اند ضمن درخشش در جشنواره های بین المللی، به بازارهای جهانی راه یابند. این بازی ها علاوه بر کیفیت مناسب، با فرهنگ و اعتقدات کشور ما سازگارند و بنابراین توصیه می شود خرید این بازی ها را در لولویت قرار دهید یا آن ها را برای فرزندان خود در پلتفرم های موبایل یا تبلت نصب نمایید.



## توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها

گروه فناوری اطلاعات — بنیاد ملی بازی های رایانه ای توصیه هایی را به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها بعد از (ادامه دارد ...)

(دامنه خبر...) حادله چند روز گذشته منتشر گرد.

به گزارش ایکتا؛ به نقل از بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مدتی پیش براساس اعلام تیروی انتظامی و اخبار منتشر شده در رسانه ها، نوجوانی در محله ولنجک تهران تحت تاثیر یک بازی رایانه ای با سبک تک تیراندازی، به سوی دیگران با تفکر بدی تیراندازی کرده است. بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای نکاتی را در این رابطه منتشر کرد که در ادامه می خوانید.

موضوع بسیار مهمی که باید به آن اشاره کرد نقش مهم خانواده ها در جلوگیری از آسیب های این چنینی است. سال هاست به اهمیت توجه به رده سنی بازی ها تأکید داریم؛ براساس جزیئات خبری که منتشر شده این توجوچان ۱۵ ساله بازی های سبک «اسنایپر» را بازی می کرده است. نخست آن که این بازی ها اغلب رده سنی +۱۸ گرفته اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن نام برده شده است به طور کلی توسط نظام رده بندی بنیاد غیرمجاز اعلام شده است. بدین ترتیب اگر والدین این نوجوان به رده سنی بازی دقت می کردند و اجازه انجام آن را نمی دادند شاید چنین اتفاق تلخی رخ نمی داد.

در ادامه توصیه هایی به خانواده ارائه می شود تا بتوانند با نظرات بیشتر، از بروز اتفاقاتی ناخوشایند جلوگیری کنند.

با رده بندی سنی بازی آشنا شوید و آن را رعایت کنید.

«نتظام ملی رده بندی سنی بازی های رایانه ای» در ایران که اختصارا (ESRA) نامیده می شود تنها نظام رده بندی بازی در کشورهای اسلامی است و به خانواده ها کمک می کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند. در این نظام، بازی ها با رده های مختلف ارزیابی شده و در ۵ گروه +۱۵، +۱۲، +۷، +۳ و +۱۸ سال دسته بندی می شوند. این رده ها بدین معنی است که یک بازی +۱۸ سال برای گروه های سنی کمتر از ۱۸ سال مناسب نیست و آسیب زا خواهد بود.

توجه به رده بندی سنی، نه تنها از آسیب های احتمالی برخی بازی های رایانه ای جلوگیری کرده که کمک شایانی به لغایش توانایی ها و مهارت های فرزند شما خواهد کرد. خانواده ها می توانند جزیئات رده سنی بازی های مختلف را از طریق سایت [esra.gamesac.com](http://esra.gamesac.com) پیدا کنند.

تسخیه های مجاز بازی را خوبیداری کنید.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای به بازی های مجاز، بروانه انتشار اعطای می کند. بنابراین در هنگام خرید بازی، حتماً به هولوگرام درج شده روی بسته توجه داشته باشید. همچنین رده سنی بازی های کامپیوتری و کنسولی در ویژگی هایی جلد بازی درج شده اند که می توانید از آن برای تهیه بازی مناسب استفاده کنید. برای بازی های موبایل تیز، رده بندی سنی برای همه بازی های موبایل در مارکت های موبایل وجود دارد و بنابراین پیشنهاد می شود تنها از طریق این فروشگاه ها، نسبت به دریافت بازی موبایل اقدام کنید.

هنگام خرید بازی، فرزندان تان را همراهی کنید.

متاسفانه مشاهده شده است که برخی فروشندهای سودجو، بی توجه به رده بندی سنی، بازی را در اختیار کودکان قرار می دهند. به همین دلیل توصیه می شود در هنگام خرید بازی، خود یا فردی که اطلاعات کافی در این زمینه دارد، فرزندان تان را همراهی کنید.

مراقب موبایل و کامپیوتر کودکان تان بالشید

در دنیای کامپیوتر و ارتباطات، تنها راه دریافت بازی خرید آن از فروشگاه ها نیست و همه می این بازی ها از طریق فضای مجازی و به روش های مختلف قابل دسترسی هستند. بنابراین توصیه می شود روی بازی هایی که در پلتفرم هایی موبایل یا تبلت فرزندان وجود دارد نیز نظرات کافی را داشته باشید. همان قدر که برخی بازی های می توانند اسپاب پلاغری و سرگرمی فرزندان را فراهم کنند، برخی بازی های خشن و نامناسب برای رده سنی کودک، می توانند آسیب را باشند. با فرزندان تان به صورت مشترک بازی کنید.

اصولاً ایجاد محدودیت و ممنوع کردن راه حل نهایی برای حل معضل های فرهنگی نیست. توصیه می شود خانواده ها از همان ابتدا به صورت مشترک با فرزندان به انجام بازی بپردازند. در چنین حالتی هم خانواده ها نظارت کافی روی بازی ها خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد. همچنین با انجام بازی های چند نفره به صورت خانوادگی می توانید مدت زمان بازی کردن را نیز هوشمندانه تنظیم کنید تا از حد مجاز بیشتر نشود. به طور میانگین بازی های کردن بیش از ۹۰ دقیقه در روز توصیه نمی شود.

بازی های ایرانی را ترویج کنید

بازی سازان ایرانی در سال های گذشته بیشتر قابل توجهی داشته اند و حتی توانسته اند ضمن درخشش در جشنواره های بین المللی، به بازارهای جهانی راه یابند. این بازی ها علاوه بر کیفیت مناسب، با فرهنگ و اعتقدات کشور ما سازگارند و بنابراین توصیه می شود خرید این بازی ها را در اولویت قرار دهید یا آن ها را برای فرزندان خود در پلتفرم های موبایل یا تبلت نصب کنید.

انتهای پیام



## توصیه بنیاد بازی های رایانه ای درباره آسیب برخی از بازی ها

بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها توصیه می کند با رده بندی سنی بازی آشنا شوند و آن را رعایت کنند.

به گزارش حوزه فرهنگ و هنر خبرگزاری تقریب، مدتی پیش براساس اعلام تیروی انتظامی و اخبار منتشر شده در رسانه ها، نوجوانی در محله ولنجک تهران تحت تاثیر یک بازی رایانه ای با سبک تک تیراندازی، به سوی دیگران با تفکر بدی تیراندازی کرده است.(دامنه دارد ...)

(ادامه خبر...) بنیاد ملی بازی های رایانه ای ضمن اظهار تاسف از این اتفاق، وظیفه خود می کند که نکاتی را در این رابطه مطرح کند. موضوع بسیار مهمی که باید به آن اشاره کرد نقش مهم خاتوانده ها در جلوگیری از آسیب های این چنینی است. سال هاست به اهمیت توجه به رده سنی بازی ها تاکید داریم، براساس جزئیات خبری که منتشر شده این نوجوان ۱۵ ساله بازی های مبک «استایر» را بازی می کرده است. نخست آن که این بازی ها اغلب رده سنی +۱۸ گرفته اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن نام برده شده است به طور کلی توسط نظام رده بندی بنیاد غیرمزاح اعلام شده است. بدین ترتیب اگر والدین این نوجوان به رده سنی بازی دقت می کردند و اجازه هی انجام آن را نمی دادند شاید چنین اتفاق تلغی رخ نمی داد.

در ادامه توصیه هایی به خاتوانده ارائه می شود تا بتوانند با تغذیت پیشتر، از بروز اتفاقاتی تاخوشاًند جلوگیری کنند.

با رده بندی مبنی بازی آشنا شوید و آن را برایت کنید

نظام ملی رده پندی سنتی بازی های رایانه ای (ESRA) نامیده می شود تهیأ نظام رده پندی بازی در کشورهای اسلامی است و به خاتمداده ها کمک می کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند در این نظام، بازی ها با رده های مختلفی ارزیابی شده و در ۵ گروه ۰+۷، ۷+۱۲، ۱۲+۱۵، ۱۵+۱۸ و ۱۸+ سال دسته پندی می شوند. این رده ها بین معنی است که یک بازی ۱۸+ سال برای گروه های سنتی کمتر از ۱۸ سال مناسب نیست و آسیب را خواهد

توجهه به رده بندی سنتی، نه تنها از آسیب های احتمالی برخی بازی های رایانه ای جلوگیری کرده که کمک شایانی به افزایش توانایی ها و مهارت های فرزند خواهد کرد.  
دانلود بازی های مختلف رده سنتی بازی های مخصوص کودکان از طریق سایت <http://www.eeragames.com> می توانید.

بنیاد ملی بازی های مجاز، پروانه انتشار اعطای می کند. بنابراین در هنگام خرید بازی، حتماً به هولوگرام درج شده روی بسته توجه داشته باشید. همچنین رده سنتی بازی های کامپیوتری و کنسولی در ویترین ها روی جلد بازی درج شده اند که می توانید از آن برای تهیه بازی مناسب استفاده کنید. برای بازی های موبایل نیز، رده بندی سنتی برای همه بازی های موبایل در مارکت های مختلف ایرانی وجود دارد و بنابراین پیشنهاد می شود تهیه از طریق این فروشگاه ها، نسبت به دریافت بازی موبایل اقدام فرماید.

متاسفانه مشاهده شده است که برخی فروشنده‌گان سودجو، بی توجه به رده بندی سنی، بازی را در اختیار کودکان قرار می‌دهند. به همین دلیل توصیه می‌شود در هنگام خرید بازی، خود یا فردی که اطلاعات کافی در این زمینه دارد، فرزندان تان را همراهی کند. مرافق موبایل و کامپیوتر کودکان تان باشید

در دنیای کامپیوتور و ارتباطات، تنها راه دریافت بازی خرد آن از فروشگاه ها نیست و همه می این بازی ها از طریق فضای مجازی و به روش های مختلف قابل دسترسی هستند. بنابراین توصیه می شود روی بازی هایی که در پلتفرم های موبایل یا تبلت فرزندان وجود دارد نیز نظارت کافی را داشته باشید. همان قدر که برخی بازی ها می توانند اسیاب یادگیری و سرگرمی فرزندان را فراهم کنند، برخی بازی های خشن و تامنا مناسب برای رده سنی کودک، می توانند اسیب زا باشند.

اصولاً ایجاد محدودیت و منع کردن راه حل تهابی برای حل مغفل های فرهنگی تیست. توصیه می شود خاتواده ها از همان ابتدا به صورت مشترک با فرزندشان به انجام بازی بپردازند. در چنین حالتی هم خاتواده ها نظارت کافی روی بازی ها خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد. همچنین با انجام بازی های چند نفره به صورت خاتوادگی می توانید مدت زمان بازی کردن را تبیز هوشمندانه تنظیم کنید تا از حد مجاز بیشتر نشود. به طور میانگین بازی کردن بیش از ۹۰ دقیقه در روز توصیه نمی شود.

بازی های ایرانی را ترویج کنید  
بازی سازان ایرانی در سال های گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته اند و حتی توانسته اند ضمن درخشنده های بین المللی، به بازی های جهانی راه یابند. این بازی ها علاوه بر کیفیت مناسب، با فرهنگ و انتقادات کشور ما سازگارند و بنابراین توصیه می شود خرید این بازی ها را در اولویت قرار دهید یا آن ها را امتحان کنید.

نوصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت حلولگیری از آسیب برخی بازی ها

مدتی پیش بر اساس اعلام نیروی انتظامی و اخبار منتشر شده در رسانه ها، نوجوانی در محله ولنجک تهران تحت تائیر یک بازی رایانه ای با سبک تک تیراندازی، به سوی دیگران تا فتنه، رادم، تباندگان کرده است.

بنیاد ملی بازی های ریاضی و آنالیز مهندسی پرستاری، بر اساس جزیئات خبری این اشارة کرد نقش مهم خانواده ها در جلوگیری از آسیب های این چنینی است. سال هاست به اهمیت توجه به رده سنی بازی ها تاکید داریم، براساس جزیئات خبری که منتشر شده این نوجوان ۱۵ ساله بازی های سیک «استایپر» را بازی می کرده است. نخست آن که این بازی ها غالب رده سنی +۱۸ گرفته اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن نام برده شده است به طور کلی توسط نظام رده بندهی بنیاد غیرمجاز اعلام شده است. بدین ترتیب اگر والدین این نوجوان به رده سنی بازی دقت می کردند و اجازه انجام آن را نمی دادند شاید چنین اتفاق تلخی رخ نمی داد (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در ادامه توصیه هایی به خانواده ارائه می شود تا بتوانند با نظرارت بیشتر، از بروز اتفاقاتی ناخواستند جلوگیری کنند.  
با رده بندی سنتی بازی آشنا شوید و آن را رعایت کنید.

«نظام ملی رده بندی سنتی بازی های رایانه ای» در ایران که اختصاراً (ESRA) نامیده می شود تنها نظام رده بندی بازی در کشورهای اسلامی است و به خانواده ها کمک می کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند. در این نظام، بازی ها با رده های مختلفی ارزیابی شده و در ۵ گروه ۰۳، +۱۲، +۷، +۳ و +۱۵ و +۱۸ سال دسته بندی می شوند. این رده ها بدین معنی است که یک بازی ۱۸ سال مناسب نیست و آسیب را خواهد بود.

توجه به رده بندی سنتی، نه تنها از آسیب های احتمالی برخی بازی های رایانه ای جلوگیری کرده که کمک شایانی به افزایش توانایی ها و مهارت های فرزند شما خواهد کرد.

خانواده ها می توانند جزئیات رده سنتی بازی های مختلف را از طریق سایت <http://www.esragames.com> پیدا کنند.  
نسخه های مجاز بازی را خریداری کنید.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای به بازی های مجاز، پروانه انتشار اعطای می کند. بنابراین در هنگام خرید بازی، حتماً به هولوگرام درج شده روی پسته توجه داشته باشید. همچنین رده سنتی بازی های کامپیوتری و کنسولی در پیشین ها روی جلد بازی درج شده اند که می توانید از آن برای تهیه بازی مناسب استفاده کنید.

برای بازی های موبایل تیز، رده بندی سنتی برای همه بازی های موبایل در مارکت های موبایل وجود دارد و بنابراین پیشنهاد می شود تنها از طریق این فروشگاه ها، نسبت به دریافت بازی موبایل اقدام فرمایید.

هنگام خرید بازی، فرزندان تان را همراهی کنید.

متاسفانه مشاهده شده است که برخی فروشندها سودجو، بی توجه به رده بندی سنتی، بازی را در اختیار کودکان قرار می دهند به همین دلیل توصیه می شود

در هنگام خرید بازی، خود یا فردی که اطلاعات کافی در این زمینه دارد، فرزندان تان را همراهی کنید.

مراقب موبایل و کامپیوتر کودکان تان باشید.

در دنیای کامپیوتر و ارتباطات، تنها راه دریافت بازی خرید آن از فروشگاه ها نیست و همه می این بازی ها از طریق فضای مجازی و به روش های مختلف قابل دسترسی هستند. بنابراین توصیه می شود روی بازی هایی که در پلتفرم های موبایل یا تبلت فرزندان وجود دارد نیز نظرات کافی را داشته باشید. همان قدر که برخی بازی های می توانند اسپاب یا لایت گیری و سرگرمی فرزندان را فراهم کنند، برخی بازی های خشن و نامناسب برای رده سنتی کودک، می توانند آسیب زا باشند.

با فرزندان تان به صورت مشترک بازی کنید.

اصولاً ایجاد محدودیت و ممنوع کردن راه حل تهابی برای حل معضل های فرهنگی نیست. توصیه می شود خانواده ها از همان ابتدا به صورت مشترک با فرزندشان به انجام بازی بپردازند. در چنین حالتی هم خانواده ها نظارت کافی روی بازی ها خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد.

همچنین با انجام بازی های چند نفره به صورت خانوادگی می توانید مدت زمان بازی کردن را نیز هوشمندانه تنظیم کنید تا از حد مجاز بیشتر نشود به طور میانگین بازی کردن بیش از ۹۰ دقیقه در روز توصیه نمی شود.

بازی های ایرانی را ترویج کنید.

بازی سازان ایرانی در سال های گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته اند و حتی توانسته اند ضمن درخشش در جشنواره های بین المللی، به بازارهای جهانی راه پاپند. این بازی ها علاوه بر کیفیت مناسب، با فرهنگ و اعتقدات کشور ما سازگارند و بنابراین توصیه می شود خرید این بازی ها را در اولویت قرار دهید یا آن ها را برای فرزندان خود در پلتفرم های موبایل یا تبلت نصب نمایید.



## آنلاین

### پایه گذاری برند جدید کامپ گیمز برای نخستین بار (۱۴۰۰-۰۷/۰۸/۰۱)

معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان این که امسال برای نخستین بار با همکاری بنیاد و سازمان نظام صنعتی رایانه ای برند جدید کامپ گیمز در نمایشگاه پایه گذاری شده گفت: ۱۵ تولیدکننده بازی تولیدات خود را به بازدیدکنندگان تخصصی کامپ ارائه می دهد.

به گزارش کلیک، سالن نمایشگاه به تولیدکنندگان بازی های رایانه ای و کامپیوتری اختصاص دارد. در این سالن اهالی صنعت بازی با فعالانی از بازار اینترنت، بازار تجهیزات سخت افزاری و فعالان شبکه همراهی هستند.

با ورود به سالن، بخش فعالان بازی اولین چیزی است به چشم می آید.

از دست ندهید

در دوین روز کام استارز چه گذشت؟

امکان خرید انواع شارژ و پسته اینترنت در فروشگاه آنلاین همراه اول

هادی جمفری متفربد معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای که مستولیت هماهنگی این بخش را عهده دار است می گوید امسال برای اولین بار با هماهنگی بنیاد ملی بازی های رایانه ای و سازمان نظام صنعتی رایانه ای برند جدیدی به نام کامپ گیمز به صورت متمرکز در نمایشگاه پایه گذاری شده است.

وی به حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای از تولیدکنندگان بازی برای شرکت در این نمایشگاه اشاره کرد و گفت: ۳۰۰ متر فضای به تولیدکنندگان بازی اختصاص داده شده که ۱۵ شرکت در آن حضور دارند. ۵۰ درصد هزینه مترارز برای شرکت های با بیش از ۳ سال فعالیت و ۷۰ درصد هزینه مترارز نمایشگاهی برای شرکت های با کمتر از ۳ سال فعالیت و نوپا توسعه بنیاد تأمین شده است.

وی به تفاوت محسوس حضور تولیدکنندگان بازی در نمایشگاه کامپ با سایر نمایشگاه های مشابه اشاره کرد و گفت: بخشی دنیای بازی با تام (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) الکامپ گیمز در نمایشگاه تخصصی الکامپ پذیرای مراجمان اهل تخصص است در حالی که جنبه سرگرمی حضور تولیدکنندگان در نمایشگاه های مشابه بر بعد تخصصی غلبه دارد.

## ساخت افزار

### توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها

مدتها پیش براساس اعلام تیروی انتظامی و اخبار منتشر شده در رسانه ها، نوجوانی در محله و لنجک تهران تحت تأثیر یک بازی رایانه ای با سبک تک تیراندازی، به سوی دیگران با تندگی بادی تیراندازی کرده است.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای ضمن اظهار تأسف از این اتفاق، وظیفه خود می داند که تکاتی را در این رابطه مطرح کند. موضوع بسیار مهمی که باید به آن اشاره کرد نقش مهم خانواده ها در جلوگیری از آسیب های این چیز است. سال هاست به اهمیت توجه به رده سنی بازی ها تاکید داریم، براساس جزیئات خبری که منتشر شده این نوجوان ۱۵ ساله بازی های سبک «استایپر» را بازی می کرده است. تخصیص آن که این بازی ها اغلب رده سنی +۱۸+ گرفته اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن نام برده شده است به طور کلی توسط نظام رده بندی بنیاد غیرمجاز اعلام شده است. بدین ترتیب اگر والدین این نوجوان به رده سنی بازی دقت می کردند و اجازه ای انجام آن را نمی دادند شاید چنین اتفاق تلخی رخ نمی داد.

در ادامه توصیه هایی به خانواده ارائه می شود تا بتوانند با نظرات پیشتر، از بروز اتفاقاتی ناخوشایند جلوگیری کنند.

با رده بندی سنی بازی آشنا شوید و آن را رعایت کنید. نظام ملی رده بندی سنی بازی های رایانه ای در ایران که اختصاراً [ESRA] نامیده می شود تنها نظام رده بندی بازی در کشورهای اسلامی است و به خانواده ها کمک می کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند. در این نظام، بازی ها را بر رده های مختلفی ارزیابی شده و در ۵ گروه ۰+۳+۷+۱۲+۱۵+۱۸+۲۱+۲۴+۲۷+۳۰+۳۳+۳۶+۳۹+۴۲+۴۵+۴۸+۵۱+۵۴+۵۷+۶۰+۶۳+۶۶+۶۹+۷۲+۷۵+۷۸+۸۱+۸۴+۸۷+۹۰+۹۳+۹۶+۹۹+۱۰۲+۱۰۵+۱۰۸+۱۱۱+۱۱۴+۱۱۷+۱۲۰+۱۲۳+۱۲۶+۱۲۹+۱۳۲+۱۳۵+۱۳۸+۱۴۱+۱۴۴+۱۴۷+۱۴۹+۱۵۲+۱۵۵+۱۵۸+۱۶۱+۱۶۴+۱۶۷+۱۶۹+۱۷۱+۱۷۳+۱۷۵+۱۷۷+۱۷۹+۱۸۱+۱۸۳+۱۸۵+۱۸۷+۱۸۹+۱۹۱+۱۹۳+۱۹۵+۱۹۷+۱۹۹+۲۰۱+۲۰۳+۲۰۵+۲۰۷+۲۰۹+۲۱۱+۲۱۳+۲۱۵+۲۱۷+۲۱۹+۲۲۱+۲۲۳+۲۲۵+۲۲۷+۲۲۹+۲۳۱+۲۳۳+۲۳۵+۲۳۷+۲۳۹+۲۴۱+۲۴۳+۲۴۵+۲۴۷+۲۴۹+۲۵۱+۲۵۳+۲۵۵+۲۵۷+۲۵۹+۲۶۱+۲۶۳+۲۶۵+۲۶۷+۲۶۹+۲۷۱+۲۷۳+۲۷۵+۲۷۷+۲۷۹+۲۸۱+۲۸۳+۲۸۵+۲۸۷+۲۸۹+۲۹۱+۲۹۳+۲۹۵+۲۹۷+۲۹۹+۳۰۱+۳۰۳+۳۰۵+۳۰۷+۳۰۹+۳۱۱+۳۱۳+۳۱۵+۳۱۷+۳۱۹+۳۲۱+۳۲۳+۳۲۵+۳۲۷+۳۲۹+۳۳۱+۳۳۳+۳۳۵+۳۳۷+۳۳۹+۳۴۱+۳۴۳+۳۴۵+۳۴۷+۳۴۹+۳۵۱+۳۵۳+۳۵۵+۳۵۷+۳۵۹+۳۶۱+۳۶۳+۳۶۵+۳۶۷+۳۶۹+۳۷۱+۳۷۳+۳۷۵+۳۷۷+۳۷۹+۳۸۱+۳۸۳+۳۸۵+۳۸۷+۳۸۹+۳۹۱+۳۹۳+۳۹۵+۳۹۷+۳۹۹+۴۰۱+۴۰۳+۴۰۵+۴۰۷+۴۰۹+۴۱۱+۴۱۳+۴۱۵+۴۱۷+۴۱۹+۴۲۱+۴۲۳+۴۲۵+۴۲۷+۴۲۹+۴۳۱+۴۳۳+۴۳۵+۴۳۷+۴۳۹+۴۴۱+۴۴۳+۴۴۵+۴۴۷+۴۴۹+۴۵۱+۴۵۳+۴۵۵+۴۵۷+۴۵۹+۴۶۱+۴۶۳+۴۶۵+۴۶۷+۴۶۹+۴۷۱+۴۷۳+۴۷۵+۴۷۷+۴۷۹+۴۸۱+۴۸۳+۴۸۵+۴۸۷+۴۸۹+۴۹۱+۴۹۳+۴۹۵+۴۹۷+۴۹۹+۵۰۱+۵۰۳+۵۰۵+۵۰۷+۵۰۹+۵۱۱+۵۱۳+۵۱۵+۵۱۷+۵۱۹+۵۲۱+۵۲۳+۵۲۵+۵۲۷+۵۲۹+۵۳۱+۵۳۳+۵۳۵+۵۳۷+۵۳۹+۵۴۱+۵۴۳+۵۴۵+۵۴۷+۵۴۹+۵۵۱+۵۵۳+۵۵۵+۵۵۷+۵۵۹+۵۶۱+۵۶۳+۵۶۵+۵۶۷+۵۶۹+۵۷۱+۵۷۳+۵۷۵+۵۷۷+۵۷۹+۵۸۱+۵۸۳+۵۸۵+۵۸۷+۵۸۹+۵۹۱+۵۹۳+۵۹۵+۵۹۷+۵۹۹+۶۰۱+۶۰۳+۶۰۵+۶۰۷+۶۰۹+۶۱۱+۶۱۳+۶۱۵+۶۱۷+۶۱۹+۶۲۱+۶۲۳+۶۲۵+۶۲۷+۶۲۹+۶۳۱+۶۳۳+۶۳۵+۶۳۷+۶۳۹+۶۴۱+۶۴۳+۶۴۵+۶۴۷+۶۴۹+۶۵۱+۶۵۳+۶۵۵+۶۵۷+۶۵۹+۶۶۱+۶۶۳+۶۶۵+۶۶۷+۶۶۹+۶۷۱+۶۷۳+۶۷۵+۶۷۷+۶۷۹+۶۸۱+۶۸۳+۶۸۵+۶۸۷+۶۸۹+۶۹۱+۶۹۳+۶۹۵+۶۹۷+۶۹۹+۷۰۱+۷۰۳+۷۰۵+۷۰۷+۷۰۹+۷۱۱+۷۱۳+۷۱۵+۷۱۷+۷۱۹+۷۲۱+۷۲۳+۷۲۵+۷۲۷+۷۲۹+۷۳۱+۷۳۳+۷۳۵+۷۳۷+۷۳۹+۷۴۱+۷۴۳+۷۴۵+۷۴۷+۷۴۹+۷۵۱+۷۵۳+۷۵۵+۷۵۷+۷۵۹+۷۶۱+۷۶۳+۷۶۵+۷۶۷+۷۶۹+۷۷۱+۷۷۳+۷۷۵+۷۷۷+۷۷۹+۷۸۱+۷۸۳+۷۸۵+۷۸۷+۷۸۹+۷۹۱+۷۹۳+۷۹۵+۷۹۷+۷۹۹+۸۰۱+۸۰۳+۸۰۵+۸۰۷+۸۰۹+۸۱۱+۸۱۳+۸۱۵+۸۱۷+۸۱۹+۸۲۱+۸۲۳+۸۲۵+۸۲۷+۸۲۹+۸۳۱+۸۳۳+۸۳۵+۸۳۷+۸۳۹+۸۴۱+۸۴۳+۸۴۵+۸۴۷+۸۴۹+۸۵۱+۸۵۳+۸۵۵+۸۵۷+۸۵۹+۸۶۱+۸۶۳+۸۶۵+۸۶۷+۸۶۹+۸۷۱+۸۷۳+۸۷۵+۸۷۷+۸۷۹+۸۸۱+۸۸۳+۸۸۵+۸۸۷+۸۸۹+۸۹۱+۸۹۳+۸۹۵+۸۹۷+۸۹۹+۹۰۱+۹۰۳+۹۰۵+۹۰۷+۹۰۹+۹۱۱+۹۱۳+۹۱۵+۹۱۷+۹۱۹+۹۲۱+۹۲۳+۹۲۵+۹۲۷+۹۲۹+۹۳۱+۹۳۳+۹۳۵+۹۳۷+۹۳۹+۹۴۱+۹۴۳+۹۴۵+۹۴۷+۹۴۹+۹۵۱+۹۵۳+۹۵۵+۹۵۷+۹۵۹+۹۶۱+۹۶۳+۹۶۵+۹۶۷+۹۶۹+۹۷۱+۹۷۳+۹۷۵+۹۷۷+۹۷۹+۹۸۱+۹۸۳+۹۸۵+۹۸۷+۹۸۹+۹۹۱+۹۹۳+۹۹۵+۹۹۷+۹۹۹+۱۰۰۱+۱۰۰۳+۱۰۰۵+۱۰۰۷+۱۰۰۹+۱۰۱۱+۱۰۱۳+۱۰۱۵+۱۰۱۷+۱۰۱۹+۱۰۲۱+۱۰۲۳+۱۰۲۵+۱۰۲۷+۱۰۲۹+۱۰۳۱+۱۰۳۳+۱۰۳۵+۱۰۳۷+۱۰۳۹+۱۰۴۱+۱۰۴۳+۱۰۴۵+۱۰۴۷+۱۰۴۹+۱۰۵۱+۱۰۵۳+۱۰۵۵+۱۰۵۷+۱۰۵۹+۱۰۶۱+۱۰۶۳+۱۰۶۵+۱۰۶۷+۱۰۶۹+۱۰۷۱+۱۰۷۳+۱۰۷۵+۱۰۷۷+۱۰۷۹+۱۰۸۱+۱۰۸۳+۱۰۸۵+۱۰۸۷+۱۰۸۹+۱۰۹۱+۱۰۹۳+۱۰۹۵+۱۰۹۷+۱۰۹۹+۱۱۰۱+۱۱۰۳+۱۱۰۵+۱۱۰۷+۱۱۰۹+۱۱۱۱+۱۱۱۳+۱۱۱۵+۱۱۱۷+۱۱۱۹+۱۱۲۱+۱۱۲۳+۱۱۲۵+۱۱۲۷+۱۱۲۹+۱۱۳۱+۱۱۳۳+۱۱۳۵+۱۱۳۷+۱۱۳۹+۱۱۴۱+۱۱۴۳+۱۱۴۵+۱۱۴۷+۱۱۴۹+۱۱۵۱+۱۱۵۳+۱۱۵۵+۱۱۵۷+۱۱۵۹+۱۱۶۱+۱۱۶۳+۱۱۶۵+۱۱۶۷+۱۱۶۹+۱۱۷۱+۱۱۷۳+۱۱۷۵+۱۱۷۷+۱۱۷۹+۱۱۸۱+۱۱۸۳+۱۱۸۵+۱۱۸۷+۱۱۸۹+۱۱۹۱+۱۱۹۳+۱۱۹۵+۱۱۹۷+۱۱۹۹+۱۲۰۱+۱۲۰۳+۱۲۰۵+۱۲۰۷+۱۲۰۹+۱۲۱۱+۱۲۱۳+۱۲۱۵+۱۲۱۷+۱۲۱۹+۱۲۲۱+۱۲۲۳+۱۲۲۵+۱۲۲۷+۱۲۲۹+۱۲۳۱+۱۲۳۳+۱۲۳۵+۱۲۳۷+۱۲۳۹+۱۲۴۱+۱۲۴۳+۱۲۴۵+۱۲۴۷+۱۲۴۹+۱۲۵۱+۱۲۵۳+۱۲۵۵+۱۲۵۷+۱۲۵۹+۱۲۶۱+۱۲۶۳+۱۲۶۵+۱۲۶۷+۱۲۶۹+۱۲۷۱+۱۲۷۳+۱۲۷۵+۱۲۷۷+۱۲۷۹+۱۲۸۱+۱۲۸۳+۱۲۸۵+۱۲۸۷+۱۲۸۹+۱۲۹۱+۱۲۹۳+۱۲۹۵+۱۲۹۷+۱۲۹۹+۱۳۰۱+۱۳۰۳+۱۳۰۵+۱۳۰۷+۱۳۰۹+۱۳۱۱+۱۳۱۳+۱۳۱۵+۱۳۱۷+۱۳۱۹+۱۳۲۱+۱۳۲۳+۱۳۲۵+۱۳۲۷+۱۳۲۹+۱۳۳۱+۱۳۳۳+۱۳۳۵+۱۳۳۷+۱۳۳۹+۱۳۴۱+۱۳۴۳+۱۳۴۵+۱۳۴۷+۱۳۴۹+۱۳۵۱+۱۳۵۳+۱۳۵۵+۱۳۵۷+۱۳۵۹+۱۳۶۱+۱۳۶۳+۱۳۶۵+۱۳۶۷+۱۳۶۹+۱۳۷۱+۱۳۷۳+۱۳۷۵+۱۳۷۷+۱۳۷۹+۱۳۸۱+۱۳۸۳+۱۳۸۵+۱۳۸۷+۱۳۸۹+۱۳۹۱+۱۳۹۳+۱۳۹۵+۱۳۹۷+۱۳۹۹+۱۴۰۱+۱۴۰۳+۱۴۰۵+۱۴۰۷+۱۴۰۹+۱۴۱۱+۱۴۱۳+۱۴۱۵+۱۴۱۷+۱۴۱۹+۱۴۲۱+۱۴۲۳+۱۴۲۵+۱۴۲۷+۱۴۲۹+۱۴۳۱+۱۴۳۳+۱۴۳۵+۱۴۳۷+۱۴۳۹+۱۴۴۱+۱۴۴۳+۱۴۴۵+۱۴۴۷+۱۴۴۹+۱۴۵۱+۱۴۵۳+۱۴۵۵+۱۴۵۷+۱۴۵۹+۱۴۶۱+۱۴۶۳+۱۴۶۵+۱۴۶۷+۱۴۶۹+۱۴۷۱+۱۴۷۳+۱۴۷۵+۱۴۷۷+۱۴۷۹+۱۴۸۱+۱۴۸۳+۱۴۸۵+۱۴۸۷+۱۴۸۹+۱۴۹۱+۱۴۹۳+۱۴۹۵+۱۴۹۷+۱۴۹۹+۱۵۰۱+۱۵۰۳+۱۵۰۵+۱۵۰۷+۱۵۰۹+۱۵۱۱+۱۵۱۳+۱۵۱۵+۱۵۱۷+۱۵۱۹+۱۵۲۱+۱۵۲۳+۱۵۲۵+۱۵۲۷+۱۵۲۹+۱۵۳۱+۱۵۳۳+۱۵۳۵+۱۵۳۷+۱۵۳۹+۱۵۴۱+۱۵۴۳+۱۵۴۵+۱۵۴۷+۱۵۴۹+۱۵۵۱+۱۵۵۳+۱۵۵۵+۱۵۵۷+۱۵۵۹+۱۵۶۱+۱۵۶۳+۱۵۶۵+۱۵۶۷+۱۵۶۹+۱۵۷۱+۱۵۷۳+۱۵۷۵+۱۵۷۷+۱۵۷۹+۱۵۸۱+۱۵۸۳+۱۵۸۵+۱۵۸۷+۱۵۸۹+۱۵۹۱+۱۵۹۳+۱۵۹۵+۱۵۹۷+۱۵۹۹+۱۶۰۱+۱۶۰۳+۱۶۰۵+۱۶۰۷+۱۶۰۹+۱۶۱۱+۱۶۱۳+۱۶۱۵+۱۶۱۷+۱۶۱۹+۱۶۲۱+۱۶۲۳+۱۶۲۵+۱۶۲۷+۱۶۲۹+۱۶۳۱+۱۶۳۳+۱۶۳۵+۱۶۳۷+۱۶۳۹+۱۶۴۱+۱۶۴۳+۱۶۴۵+۱۶۴۷+۱۶۴۹+۱۶۵۱+۱۶۵۳+۱۶۵۵+۱۶۵۷+۱۶۵۹+۱۶۶۱+۱۶۶۳+۱۶۶۵+۱۶۶۷+۱۶۶۹+۱۶۷۱+۱۶۷۳+۱۶۷۵+۱۶۷۷+۱۶۷۹+۱۶۸۱+۱۶۸۳+۱۶۸۵+۱۶۸۷+۱۶۸۹+۱۶۹۱+۱۶۹۳+۱۶۹۵+۱۶۹۷+۱۶۹۹+۱۷۰۱+۱۷۰۳+۱۷۰۵+۱۷۰۷+۱۷۰۹+۱۷۱۱+۱۷۱۳+۱۷۱۵+۱۷۱۷+۱۷۱۹+۱۷۲۱+۱۷۲۳+۱۷۲۵+۱۷۲۷+۱۷۲۹+۱۷۳۱+۱۷۳۳+۱۷۳۵+۱۷۳۷+۱۷۳۹+۱۷۴۱+۱۷۴۳+۱۷۴۵+۱۷۴۷+۱۷۴۹+۱۷۵۱+۱۷۵۳+۱۷۵۵+۱۷۵۷+۱۷۵۹+۱۷۶۱+۱۷۶۳+۱۷۶۵+۱۷۶۷+۱۷۶۹+۱۷۷۱+۱۷۷۳+۱۷۷۵+۱۷۷۷+۱۷۷۹+۱۷۸۱+۱۷۸۳+۱۷۸۵+۱۷۸۷+۱۷۸۹+۱۷۹۱+۱۷۹۳+۱۷۹۵+۱۷۹۷+۱۷۹۹+۱۸۰۱+۱۸۰۳+۱۸۰۵+۱۸۰۷+۱۸۰۹+۱۸۱۱+۱۸۱۳+۱۸۱۵+۱۸۱۷+۱۸۱۹+۱۸۲۱+۱۸۲۳+۱۸۲۵+۱۸۲۷+۱۸۲۹+۱۸۳۱+۱۸۳۳+۱۸۳۵+۱۸۳۷+۱۸۳۹+۱۸۴۱+۱۸۴۳+۱۸۴۵+۱۸۴۷+۱۸۴۹+۱۸۵۱+۱۸۵۳+۱۸۵۵+۱۸۵۷+۱۸۵۹+۱۸۶۱+۱۸۶۳+۱۸۶۵+۱۸۶۷+۱۸۶۹+۱۸۷۱+۱۸۷۳+۱۸۷۵+۱۸۷۷+۱۸۷۹+۱۸۸۱+۱۸۸۳+۱۸۸۵+۱۸۸۷+۱۸۸۹+۱۸۹۱+۱۸۹۳+۱۸۹۵+۱۸۹۷+۱۸۹۹+۱۹۰۱+۱۹۰۳+۱۹۰۵+۱۹۰۷+۱۹۰۹+۱۹۱۱+۱۹۱۳+۱۹۱۵+۱۹۱۷+۱۹۱۹+۱۹۲۱+۱۹۲۳+۱۹۲۵+۱۹۲۷+۱۹۲۹+۱۹۳۱+۱۹۳۳+۱۹۳۵+۱۹۳۷+۱۹۳۹+۱۹۴۱+۱۹۴۳+۱۹۴۵+۱۹۴۷+۱۹۴۹+۱۹۵۱+۱۹۵۳+۱۹۵۵+۱۹۵۷+۱۹۵۹+۱۹۶۱+۱۹۶۳+۱۹۶۵+۱۹۶۷+۱۹۶۹+۱۹۷۱+۱۹۷۳+۱۹۷۵+۱۹۷۷+۱۹۷۹+۱۹۸۱+۱۹۸۳+۱۹۸۵+۱۹۸۷+۱۹۸۹+۱۹۹۱+۱۹۹۳+۱۹۹۵+۱۹۹۷+۱۹۹۹+۲۰۰۱+۲۰۰۳+۲۰۰۵+۲۰۰۷+۲۰۰۹+۲۰۱۱+۲۰۱۳+۲۰۱۵+۲۰۱۷+۲۰۱۹+۲۰۲۱+۲۰۲۳+۲۰۲۵+۲۰۲۷+۲۰۲۹+۲۰۳۱+۲۰۳۳+۲۰۳۵+۲۰۳۷+۲۰۳۹+۲۰۴۱+۲۰۴۳+۲۰۴۵+۲۰۴۷+۲۰۴۹+۲۰۵۱+۲۰۵۳+۲۰۵۵+۲۰۵۷+۲۰۵۹+۲۰۶۱+۲۰۶۳+۲۰۶۵+۲۰۶۷+۲۰۶۹+۲۰۷۱+۲۰۷۳+۲۰۷۵+۲۰۷۷+۲۰۷۹+۲۰۸۱+۲۰۸۳+۲۰۸۵+۲۰۸۷+۲۰۸۹+۲۰۹۱+۲۰۹۳+۲۰۹۵+۲۰۹۷+۲۰۹۹+۲۱۰۱+۲۱۰۳+۲۱۰۵+۲۱۰۷+۲۱۰۹+۲۱۱۱+۲۱۱۳+۲۱۱۵+۲۱۱۷+۲۱۱۹+۲۱۲۱+۲۱۲۳+۲۱۲۵+۲۱۲۷+۲۱۲۹+۲۱۳۱+۲۱۳۳+۲۱۳۵+۲۱۳۷+۲۱۳۹+۲۱۴۱+۲۱۴۳+۲۱۴۵+۲۱۴۷+۲۱۴۹+۲۱۵۱+۲۱۵۳+۲۱۵۵+۲۱۵۷+۲۱۵۹+۲۱۶۱+۲۱۶۳+۲۱۶۵+۲۱۶۷+۲۱۶۹+۲۱۷۱+۲۱۷۳+۲۱۷۵+۲۱۷۷+۲۱۷۹+۲۱۸۱+۲۱۸۳+۲۱۸۵+۲۱۸۷+۲۱۸۹+۲۱۹۱+۲۱۹۳+۲۱۹۵+۲۱۹۷+۲۱۹۹+۲۲۰۱+۲۲۰۳+۲۲۰۵+۲۲۰۷+۲۲۰۹+۲۲۱۱+۲۲۱۳+۲۲۱۵+۲۲۱۷+۲۲۱۹+۲۲۲۱+۲۲۲۳+۲۲۲۵+۲۲۲۷+۲۲۲۹+۲۲۳۱+۲۲۳۳+۲۲۳۵+۲۲۳۷+۲۲۳۹+۲۲۴۱+۲۲۴۳+۲۲۴۵+۲۲۴۷+۲۲۴۹+۲۲۵۱+۲۲۵۳+۲۲۵۵+۲۲۵۷+۲۲۵۹+۲۲۶۱+۲۲۶۳+۲۲۶۵+۲۲۶۷+۲۲۶۹+۲۲۷۱+۲۲۷۳+۲۲۷۵+۲۲۷۷+۲۲۷۹+۲۲۸۱+۲۲۸۳+۲۲۸۵+۲۲۸۷+۲۲۸۹+۲۲۹۱+۲۲۹۳+۲۲۹۵+۲۲۹۷+۲۲۹۹+۲۳۰۱+۲۳۰۳+۲۳۰۵+۲۳۰۷+۲۳۰۹+۲۳۱۱+۲۳۱۳+۲۳۱۵+۲۳۱۷+۲۳۱۹+۲۳۲۱+۲۳۲۳+۲۳۲۵+۲۳۲۷+۲۳۲۹+۲۳۳۱+۲۳۳۳+۲۳۳۵+۲۳۳۷+۲۳۳۹+۲۳۴۱+۲۳۴۳+۲۳۴۵+۲۳۴۷+۲۳۴۹+۲۳۵۱+۲۳۵۳+۲۳۵۵+۲۳۵۷+۲۳۵۹+۲۳۶۱+۲۳۶۳+۲۳۶۵+۲۳۶۷+۲۳۶۹+۲۳۷۱+۲۳۷۳+۲۳۷۵+۲۳۷۷+۲۳۷۹+۲۳۸۱+۲۳۸۳+۲۳۸۵+۲۳۸۷+۲۳۸۹+۲۳۹۱+۲۳۹۳+۲۳۹۵+۲۳۹۷+۲۳۹۹+۲۴۰۱+۲۴۰۳+۲۴۰۵+۲۴۰۷+۲۴۰۹+۲۴۱۱+۲۴۱۳+۲۴۱۵+۲۴۱۷+۲۴۱۹+۲۴۲۱+۲۴۲۳+۲۴۲۵+۲۴۲۷+۲۴۲۹+۲۴۳۱+۲۴۳۳+۲۴۳۵+۲۴۳۷+۲۴۳۹+۲۴۴۱+۲۴۴۳+۲۴۴۵+۲۴۴۷+۲۴۴۹+۲۴۵۱+۲۴۵۳+۲۴۵۵+۲۴۵۷+۲۴۵۹+۲۴۶۱+۲۴۶۳+۲۴۶۵+۲۴۶۷+۲۴۶۹+۲۴۷۱+۲۴۷۳+۲۴۷۵+۲۴۷۷+۲۴۷۹+۲۴۸۱+۲۴۸۳+۲۴۸۵+۲۴۸۷+۲۴۸۹+۲۴۹۱+۲۴۹۳+۲۴۹۵+۲۴۹۷+۲۴۹۹+۲۵۰۱+۲۵۰۳+۲۵۰۵+۲۵۰۷+۲۵۰



## حمایت معنوی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال از جشنواره وب و موبایل ایران (۱۴۰۰-۱۴۰۱)

- مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال طی نامه ای حمایت معنوی خود را از برگزاری پانزدهمین جشنواره وب و موبایل ایران اعلام نمود. این بخش طبق شرح وظایف رسمی، مأموریت راهبردی ساماندهی و توسعه رسانه ها و فعالیتهای فرهنگی دیجیتال در کشور را بر عهده داشته و با تأکید بر سه راهکار زیر، به دنبال انجام مأموریت فوق می باشد:
۱. بستر سازی برای تولید انبوه محصولات فرهنگی دیجیتال با محتوای هماهنگ با ارزشیابی نظام و حمایت از توسعه کمی و کیفی رسانه های دیجیتال
  ۲. ساماندهی و نظام مند کردن فعالیتهای فرهنگی دیجیتال در کشور
  ۳. فرهنگ سازی و آشنا کردن عموم مردم با فرست ها، جالشها و فرهنگ استفاده صحیح از رسانه های دیجیتال و ارتقاء سطح دانش و مهارت پدیدآورندگان رسانه های دیجیتال

جهت کسب اطلاعات بیشتر به این آدرس مراجعه کنید.

از دیگر حامیان معنوی جشنواره وب و موبایل ایران میتوان به سازمان فناوری اطلاعات ایران، سازمان فناوری شهرداری تهران، سازمان فرابورس ایران، بنیادملی بازی های رایانه ای ایران، باتحادیه صنف کسب و کارهای مجازی، باتحادیه صنف فناوران رایانه، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و انجمن صنفی مدیران مراکز دانش بنیان، اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی و فرآکسیون جوانان مجلس شورای اسلامی تهران اشاره کرد.



## آیین نامه شیوه عضویت و بهره برداری از ساختار حمایتی همگرا منتشر شد (۱۴۰۰-۱۴۰۱)

ساختار حمایتی همگرا در راستای حمایت از فنلان صنعت بازی کشور و پیاده سازی نظامی ساختارمند، شفاف و شایسته سالار از اواخر مرداد آغاز به کار گردد. این ساختار با هدف مشخص «حمایت همسو با تیازهای بازی سازان» در تلاش است تا با همگرایی تمامی حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای از صنعت بازی، به چشم انداز و شد، اعتلاء و ارتقاء تیم ها و شرکت های بازسازی دست یابد. شایان ذکر است فرایند ثبت نام و عضویت همگرا از تاریخ ۲۸ مرداد ماه تا ۲۷ شهریور ماه ۱۴۰۰ انجام شده است و هم اینک همگرا در حال به پایان رسالت فرایند ارزیابی اعضا همگرا است.

در همین راستا، آیین نامه شیوه عضویت و بهره برداری از ساختار حمایتی همگرا منتشر شده و برای مطالعه عموم در دسترس است. این آیین نامه جهت شفاف سازی ساختار همگرا انتشار یافته و ضروری است بازسازان عضو همگرا آن را به دقت مطالعه فرمایند تا این ساختار آشنا کامل پیدا کنند.

این آیین نامه مشکل از دو بخش است. در بخش اول شیوه عضویت در همگرا توضیح داده شده است که شامل سرفصل های زیر است: روش درخواست عضویت، شرایط کلی عضویت، مدت زمان اعتبار رتبه، روش ارزیابی اعضا، شاخص های ارزیابی و ریز امتیازات هر شاخص، روش محاسبه امتیاز تهابی و شرایط ارزیابی مجدد.

در بخش دوم نیز شیوه بهره برداری از حمایت ها توضیح داده شده که سرفصل های زیر را در بر می گیرد:

أنواع حمایت ها، جداول لیست حمایت، میزان و سقف حمایت های همگرا و فرایند پورسی درخواست حمایت.

برای دانلود قایل، یا اینجا کلیک کنید یا از صفحه اصلی پورتال همگرا به آدرس <https://portal.irceg.ir> روی تپ ساختار حمایتی همگرا و گزینه آیین نامه بزنید. همچنین می توانید سوالات خود را با شماره ۰۲۱۸۸۳۰۲۲۲ و داخلی ۳۴۶ با دفترخانه همگرا مطرح کنید.



## مهلت ارسال آثار به فرآیند اصلی «جایزه بازی های جدی» و ثبت نام در «هکاتون بازی های جدی» تا ۲۵ آبان ماه تمدید شد (۱۴۰۰-۱۴۰۱)

با توجه به استقبال فلان حوزه بازی های جدی و درخواست تمدید مهلت ثبت نام، زمان ارسال اثر به فرآیند اصلی «جایزه بازی های جدی» و ثبت نام در «هکاتون بازی های جدی» تا روز جمهور مورخ ۲۵ آبان ماه تمدید شد لازم به ذکر است به دلیل محدودیت زمانی، این مهلت مجدداً تمدید نخواهد شد و از علاقه مندان درخواست می شود نسبت به ارسال اثر یا ثبت نام خود نهایتاً تا تاریخ مذکور اقدام کنند.

به گزارش قاوانیز به نقل از سایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای، دوین دوره از «جایزه بازی های جدی» شامل دو بخش اصلی است که در بخش فرآیند اصلی «جایزه بازی های جدی»، همچون سال گذشته، پس از دریافت آثار ارسالی، بازی های جدی در سه مرحله مورد داوری تولید، داوری تجاری و داوری علمی قرار می گیرند و پس از بررسی های داوران، فینالیست ها در روز ۹ آذرماه ۱۴۰۰ در مرحله نهایی داوری به ارائه بازی های خود می پردازند. در همین روز برندۀ مسابقه اعلام خواهد شد و البته علاوه بر دریافت جایزه ۲۰ میلیون تومانی توسط برنده، حمایت های مستقیم و غیرمستقیم دیگری نیز در انتظار فینالیست ها خواهد بود. برای شرکت در این بخش پس از دریافت فرم ثبت نام بازی جدی در فرآیند اصلی «جایزه بازی های جدی ۱۴۰۰» از اینجا و تکمیل اطلاعات موردنیاز، یک فایل Zip حاوی Word و PDF فرم تکمیل شده را به آدرس [direc@irceg.ir](mailto:direc@irceg.ir) ایمیل کنید.

در بخش دوم، اولین دوره از «هکاتون بازی های جدی» معرفی می شود که طی یک روزیاد ۴۸ ساعته در روزهای پنجمین و چهارمین، ۱ و ۲ (ادامه دارد ...)

## قاواینیوز

(ادامه خبر) آذرماه، تیم های تبت نام گشته در هکاتون با راهنمایی مسنتورها به رقابت و تولید یک بازی جدی (نهایتاً تا سطح نسخه دمو) با یک موضوع محوری تعیین شده می پردازند و پس از آراله بازی های خود و ارزیابی داوران، برنده این بخش نیز در روز ۹ آذرماه ۱۳۹۷ معرفی خواهد شد. علاوه بر اینکه برنده «هکاتون بازی های جدی» ۱۰ میلیون تومانی «موسسه ملی توسعه تحقیقات علوم پژوهشی (ایماد)» را دریافت می کند، شرکت گشته گان در هکاتون مورد حمایت های مستقیم و غیرمستقیم قرار می گیرند. علاوه بر این تلاش شده است تا حد امکان، تیم های منتخب، پس از فرآیند جایزه از امکان حضور در برنامه های شتاب دهی «اوایکمز»، معرفی بازی به سرمایه گذاران و عقد قرارداد با مجموعه های مفارش دهنه بازی جدی بهره مند شوند. برای شرکت در این بخش پس از دریافت فرم تبت نام در «هکاتون بازی های جدی ۱۳۹۷» از اینجا و تکمیل اطلاعات موردنیاز، یک فایل Zip حاوی Word و PDF فرم تکمیل شده را به آدرس [direc@irc.ir](mailto:direc@irc.ir) ایمیل کنید.



## حمایت معنوی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال از جشنواره وب و موبایل ایران (۱۴۰۰-۹۹/۰۸/۲۰)

مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال حل نامه ای حمایت معنوی خود را از برگزاری یازدهمین جشنواره وب و موبایل ایران اعلام نمود.

به گزارش شماریوز: مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال حل نامه ای حمایت معنوی خود را از برگزاری یازدهمین جشنواره وب و موبایل ایران اعلام نمود. این بخش طبق شرح وظایف رسمی، مأموریت راهبردی ساماندهی و توسعه رسانه ها و فعالیتهای فرهنگی دیجیتال در کشور را بر عهده داشته و با تأکید بر سه راهکار زیر، به دنبال اجراء مأموریت فوق می باشد:

۱. بستر سازی برای تولید اینوی مخصوصات فرهنگی دیجیتال با محتوای همراه با ارزشیای نظام و حمایت از توسعه کمی و کیفی رسانه های دیجیتال.
۲. ساماندهی و نظام مند کردن فعالیتهای فرهنگی دیجیتال در کشور
۳. فرهنگ سازی و آشنا کردن عموم مردم با فرست ها، چالشها و فرهنگ استفاده صحیح از رسانه های دیجیتال و ارتقاء سطح دانش و مهارت پدیدآورندگان رسانه های دیجیتال

جهت کسب اطلاعات بیشتر به این آدرس مراجعه کنید.

از دیگر جاییان معنوی جشنواره وب و موبایل ایران میتوان به سازمان فناوری اطلاعات شهرداری تهران، سازمان فرابورس ایران، بنیادملی بازی های رایانه ای ایران، اتحادیه صفت کسب و کارهای مجازی، اتحادیه صفت فناوران رایانه، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و انجمن صنفی مدیران مراکز دانش بنیان، اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی و فرآکسیون جوانان مجلس شورای اسلامی تهران اشاره کرد.



## توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها (۱۴۰۰-۹۹/۰۸/۲۰)

مدتی پیش براساس اعلام تیروی انتقامی و اخبار منتشر شده در رسانه ها، توجوئی در محله و لیچک تهران تحت تاثیر یک بازی رایانه ای با سبک تک تیراندازی، به سوی دیگران با تغذیه پادی تیراندازی گرده است.

به گزارش ایران اکتونومیست: بنیاد ملی بازی های رایانه ای ضمن اظهار تأسف از این اتفاق، وظیفه خود می دارد که نکاتی را در این رابطه مطرح کند. موضوع بسیار مهم که باید به آن اشاره کرد نقش مهم خانواده ها در جلوگیری از آسیب های این چنین است. سال هاست به اهمیت توجه به رده سنی بازی ها تاکید داریم، براساس جزییات خیری که منتشر شده این توجوئی ۱۵ ساله بازی های سبک «استایپر» را بازی می کرده است. تخصیص آن که این بازی ها اغلب رده سنی +۱۸+ گرفته اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن نام برده شده است به طور کلی توسط نظام رده بندی بنیاد غیرمجاز اعلام شده است.

بدین ترتیب اگر والدین این توجوئی به خانواده ارائه می شود تا بتوانند با نظرگیری بیشتر، از بروز اتفاقاتی ناخوشایند جلوگیری کنند.

\* با رده بندی سنی بازی آشنا شوید و آن را رعایت کنید

«نظام ملی رده بندی سنی بازی های رایانه ای» در ایران که اختصاراً (ESRA) نامیده می شود تنها نظام رده بندی بازی در کشورهای اسلامی است و به خانواده ها کمک می کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند. در این نظام، بازی ها با رده های مختلف ارزیابی شده و در ۵ گروه +۳، +۷، +۱۲، +۱۵ و +۱۸+ سال دسته بندی می شوند. این رده ها بدین معنی است که یک بازی +۱۸+ سال برای گروه های سنی کمتر از ۱۸ سال مناسب نیست و آسیب زا خواهد بود.

توجه به رده بندی سنی، نه تنها از آسیب های احتمالی برخی بازی های رایانه ای جلوگیری کرده که کمک شایانی به افزایش توانایی ها و (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) مهارت‌های فرزند شما خواهد کرد.

خانواده‌ها می‌توانند جزیبات رده سنتی بازی‌های مختلف را از طریق سایت <http://www.estragames.com> پیدا کنند.

\*\* سخنه هایی مجاز بازی را خودباری کنید

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به بازی‌های مجاز، پروانه انتشار اعطا می‌کند. بنابراین در هنگام خرید بازی، حتماً به هولوگرام درج شده روی بسته توجه داشته باشید. همچنین رده سنتی بازی‌های کامپیوتری و کنسولی در ویتنام ها روی جلد بازی درج شده اند که می‌توانید از آن برای تهیه بازی مناسب استفاده کنید. برای بازی‌های موبایل تیز، رده بندی سنتی برای همه بازی‌های موبایل در مارکت‌های موبایل وجود دارد و بنابراین پیشنهاد می‌شود تنها از طریق این فروشگاه‌ها، نسبت به دریافت بازی موبایل اقدام فرماید.

\*\* هنگام خرید بازی، فرزندان تان را همراهی کنید

متاسفانه مشاهده شده است که برخی فروشنده‌گان سودجو، بی‌توجه به رده بندی سنتی، بازی را در اختیار کودکان قرار می‌دهند به همین دلیل توصیه می‌شود در هنگام خرید بازی، خود یا فردی که اطلاعات کافی در این زمینه دارد، فرزندان تان را همراهی کنید.

\*\* مراقب موبایل و کامپیوتر کودکان تان باشید

در دنیای کامپیوتر و ارتباطات، تنها راه دریافت بازی خرید آن از فروشگاه‌ها نیست و همه می‌باشند از طریق فضای مجازی و به روش‌های مختلف قابل دسترسی هستند. بنابراین توصیه می‌شود روی بازی‌هایی که در پلتفرم‌های موبایل یا تبلت فرزندان وجود دارد نیز نظارت کافی را داشته باشید. همان قدر که برخی بازی‌های می‌توانند اسپاب یا لگیزی و سرگرمی فرزندان را فراهم کنند، برخی بازی‌های خشن و نامناسب برای رده سنتی کودک، می‌توانند اسپاب را باشند.

\*\* با فرزندان تان به صورت مشترک بازی کنید

اصولاً ایجاد محدودیت و ممنوع کردن راه حل تهابی برای حل معضل‌های فرهنگی نیست. توصیه می‌شود خانواده‌ها از همان ابتدا به صورت مشترک با فرزندشان به انجام بازی بپردازند در چین حالتی هم خانواده‌ها نظارت کافی روی بازی‌ها خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد.

همچنین با انجام بازی‌های چند نفره به صورت خانوادگی می‌توانید مدت زمان بازی کردن را تیز هوشمندانه تنظیم کنید تا از حد مجاز بیشتر نشود به طور میانگین بازی کردن بیش از ۹۰ دقیقه در روز توصیه نمی‌شود.

\*\* بازی‌های ایرانی را ترویج کنید

بازی‌سازان ایرانی در سال‌های گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته‌اند و حتی توائیت‌های خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد. بازی‌سازان ایرانی در سال‌های علاوه بر کیفیت مناسب، با فرهنگ و اعتقادات کشور ما سازگارند و بنابراین توصیه می‌شود خرید این بازی‌ها را در اولویت قرار دهید یا آن را برای فرزندان خود در پلتفرم‌های موبایل یا تبلت نصب نمایید.

## خبر اسما

### حمایت معنوی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال از جشنواره وب و موبایل

مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال حمل نامه‌ای حمایت معنوی خود را از برگزاری یازدهمین جشنواره وب و موبایل ایران اعلام کرد.

این بخش طبق شرح وظایف رسمی، ماموریت راهبردی ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال در کشور را بر عهده داشته و با تأکید بر سه راهکار زیر، به دنبال انجام مأموریت فوق است:

۱- پسترسازی برای تولید اینوی مخصوصات فرهنگی دیجیتال با محتوای همراهانگ با ارزش‌های نظام و حمایت از توسعه کمی و کیفی رسانه‌های دیجیتال

۲- ساماندهی و نظام مند کردن فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال در کشور

۳- فرهنگ سازی و آشنا کردن عموم مردم با فرصت‌ها، چالش‌ها و فرهنگ استفاده صحیح از رسانه‌های دیجیتال و ارتقاء سطح دانش و مهارت پدیدآورندگان رسانه‌های دیجیتال

علاقه‌مندان جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به آدرس [www.saramad.ir](http://www.saramad.ir) مراجعه کنند.

از دیگر حامیان معنوی جشنواره وب و موبایل ایران می‌توان به سازمان فناوری اطلاعات ایران، سازمان فناوری شهرداری تهران، سازمان فرابورس ایران، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ایران، اتحادیه صنف کسب و کارهای مجازی، اتحادیه صنف فناوران رایانه، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و انجمن صنفی مدیران مراکز دانش بنیان، اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی و فرآکسیون جوانان مجلس شورای اسلامی تهران اشاره کرد.

### پایان خبر رسمی



## حمایت معنوی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال از جشنواره وب و موبایل ایران (۱۳۹۴-۰۷/۰۸/۲۱)

بول نیوز - مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال طی نامه ای حمایت معنوی خود را از برگزاری یازدهمین جشنواره وب و موبایل ایران اعلام نمود. این بخش طبق شرح وظایف رسمی، مأموریت راهبردی ساماندهی و توسعه رسانه ها و فعالیتهای فرهنگی دیجیتال در کشور را بر عهده داشته و با تأکید بر سه راهکار زیر، به دنبال انجام مأموریت فوق می باشد:

۱. بستر سازی برای تولید انبوه محصولات فرهنگی دیجیتال با محتوای هماهنگ با ارزشیابی نظام و حمایت از توسعه کمی و کیفی رسانه های دیجیتال
۲. ساماندهی و نظام مند کردن فعالیتهای فرهنگی دیجیتال در کشور
۳. فرهنگ سازی و آشنا کردن عموم مردم با فرست ها، جالشها و فرهنگ استفاده صحیح از رسانه های دیجیتال و ارتقاء سطح دانش و مهارت پدیدآورندگان رسانه های دیجیتال

جهت کسب اطلاعات بیشتر به این آدرس مراجعه کنید.

از دیگر حامیان معنوی جشنواره وب و موبایل ایران میتوان به سازمان فناوری اطلاعات ایران، سازمان فناوری شهرداری تهران، سازمان فرابورس ایران، بنیادملی بازی های رایانه ای ایران، اتحادیه صنف کسب و کارهای مجازی، اتحادیه صنف فناوران رایانه، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و انجمن صنفی مدیران مراکز دانش بنیان، اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی و فرآکسیون جوانان مجلس شورای اسلامی تهران اشاره کرد.



## از جشنواره وب و موبایل ایران چه می دانید؟ (۱۳۹۴-۰۷/۰۸/۲۱)

مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال طی نامه ای حمایت معنوی خود را از برگزاری یازدهمین جشنواره وب و موبایل ایران اعلام نمود.

به گزارش افکارنیوز، مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال طی نامه ای حمایت معنوی خود را از برگزاری یازدهمین جشنواره وب و موبایل ایران اعلام نمود.

این بخش طبق شرح وظایف رسمی، مأموریت راهبردی ساماندهی و توسعه رسانه ها و فعالیتهای فرهنگی دیجیتال در کشور را بر عهده داشته و با تأکید بر سه راهکار زیر، به دنبال انجام مأموریت فوق می باشد:

۱. بستر سازی برای تولید انبوه محصولات فرهنگی دیجیتال با محتوای هماهنگ با ارزشیابی نظام و حمایت از توسعه کمی و کیفی رسانه های دیجیتال
۲. ساماندهی و نظام مند کردن فعالیتهای فرهنگی دیجیتال در کشور
۳. فرهنگ سازی و آشنا کردن عموم مردم با فرست ها، جالشها و فرهنگ استفاده صحیح از رسانه های دیجیتال و ارتقاء سطح دانش و مهارت پدیدآورندگان رسانه های دیجیتال

جهت کسب اطلاعات بیشتر به این آدرس مراجعه کنید.

از دیگر حامیان معنوی جشنواره وب و موبایل ایران میتوان به سازمان فناوری اطلاعات ایران، سازمان فناوری شهرداری تهران، سازمان فرابورس ایران، بنیادملی بازی های رایانه ای ایران، اتحادیه صنف کسب و کارهای مجازی، اتحادیه صنف فناوران رایانه، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و انجمن صنفی مدیران مراکز دانش بنیان، اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی و فرآکسیون جوانان مجلس شورای اسلامی تهران اشاره کرد.



## توصیه های بنیاد ملی بازی های رایانه ای به خانواده ها جهت جلوگیری از آسیب برخی بازی ها (۱۳۹۴-۰۷/۰۸/۲۱)

مدتها پیش براساس اعلام تیروی انتظامی و اخبار منتشر شده در رسانه ها، نوجوانی در محله و لنجک تهران تحت تاثیر یک بازی رایانه ای با سبک تک تیراندازی، به سوی دیگران با تقدیم بادی تیراندازی کرده است.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای ضمن اظهار تأسف از این اتفاق، وظیفه خود می دارد که نکاتی را در این رابطه مطرح کند. موضوع بسیار مهمی که باید به آن اشاره کرد نقش مهم خانواده ها در جلوگیری از آسیب های این چیزی است. سال هاست به اهمیت توجه به رده سنی بازی ها تاکید داریم، براساس جزیئات خبری که منتشر شده این نوجوان ۱۵ ساله بازی های سبک «استایپر» را بازی می کرده است. نخست آن که این بازی ها اغلب رده سنی +۱۸ گرفته اند و دوم عنوانی که در خبرها از آن نام برده شده است به طور کلی توسط نظام رده بندی بنیاد غیرمجاز اعلام شده است. بدین ترتیب اگر والدین این نوجوان به رده سنی بازی دقت می کردند و اجراهی انجام آن را نمی داند شاید چنین اتفاق تلخی رخ نمی داد.

در ادامه توصیه هایی به خانواده ارائه می شود تا بتوانند با نظرارت بیشتر، از بروز اتفاقاتی تلخوشایند جلوگیری کنند.(ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) با رده بندی سنتی بازی آنست شوید و آن را رعایت کنید «نقاط ملی رده بندی سنتی بازی های رایانه ای» در ایران که اختصاراً (E.S.R.A) نامیده می شود تنها نظام رده بندی بازی در گشورهای اسلامی است و به خانواده ها کمک می کند تا انتخاب مناسبی برای فرزندان خود داشته باشند. بازی ها با رده های مختلفی ارزیابی شده و در ۵ گروه ۱۸+، ۱۷+، ۱۶+، ۱۴+ و ۱۳+ قرار می شوند. این رده ها بدین معنی است که یک بازی ۱۸+ سال برای گروه های سنتی کمتر از ۱۸ سال مناسب نیست و آسیب زا خواهد بود.

توجه به رده بندی سنتی، نه تنها از آسیب های احتمالی برخی بازی های رایانه ای جلوگیری کرده که کمک شایانی به افزایش توانایی ها و مهارت های فرزند خواهد کرد.

خانواده ها می توانند جزیات رده سنتی بازی های مختلف را از طریق سایت <http://www.esragames.com> پیدا کنند. نسخه های مجاز بازی را خریداری کنید.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای به بازی های مجاز، پروانه انتشار اعطای می کند. بنابراین در هنگام خرید بازی، حتماً به هولوگرام درج شده روی بسته توجه داشته باشید. همچنین رده سنتی بازی های کامپیوتری و کنسولی در ویتنین ها روى جلد بازی درج شده اند که می توانید از آن برای تهیه بازی مناسب استفاده کنید. برای بازی های موبایل تیز، رده بندی سنتی برای همه بازی های موبایل در هارکت های موبایل وجود دارد و بنابراین پیشنهاد می شود تنها از طریق این فروشگاه ها، نسبت به دریافت بازی موبایل اقدام فرمایید.

هنگام خرید بازی، فرزندان تان را همراهی کنید.

متاسفانه مشاهده شده است که برخی فروشندهای سودجو، بی توجه به رده بندی سنتی، بازی را در اختیار کودکان قرار می دهند به همین دلیل توصیه می شود در هنگام خرید بازی، خود یا فردی که اطلاعات کافی در این زمینه دارد، فرزندان تان را همراهی کند.

مراقب موبایل و کامپیوتر کودکان تان باشید

در دنیای کامپیوتر و ارتباطات، تنها راه دریافت بازی خرید آن از فروشگاه ها نیست و همه ای این بازی ها از طریق فضای مجازی و به روش های مختلف قابل دسترسی هستند. بنابراین توصیه می شود روی بازی هایی که در پلتفرم های موبایل یا تبلت فرزندان وجود دارد نیز نظارت کافی را داشته باشید. همان قدر که برخی بازی های می توانند اسیاب یا لادگیری و سرگرمی فرزندان را فراهم کنند، برخی بازی های خشن و نامناسب برای رده سنتی کودک، می توانند آسیب را باشند.

با فرزندان تان به صورت مشترک بازی کنید

اصولاً ایجاد محدودیت و ممنوع کردن راه حل تهابی برای حل معضل های فرهنگی نیست. توصیه می شود خانواده ها از همان ابتدا به صورت مشترک با فرزندان

به انجام بازی بپردازند. در چنین حالتی هم خانواده ها نظارت کافی روی بازی ها خواهند داشت هم ارتباط بین فرزند و پدر و مادر تقویت خواهد شد.

همچنین با انجام بازی های چند نفره به صورت خانوادگی می توانید مدت زمان بازی کردن را نیز هوشمندانه تنظیم کنید تا از حد مجاز بیشتر نشود به طور

میانگین بازی کردن بیش از ۹۰ دقیقه در روز توصیه نمی شود.

بازی های ایرانی را ترویج کنید

بازی سازان ایرانی در سال های گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته اند و حتی توانسته اند ضمن درخشش در جشنواره های بین المللی، به بازارهای جهانی راه یابند. این بازی ها علاوه بر کیفیت مناسب، با فرهنگ و اعتقدات کشور ما سازگارند و بنابراین توصیه می شود خرید این بازی ها را در اولویت قرار دهید یا آن ها را برای فرزندان خود در پلتفرم های موبایل یا تبلت نصب نمایید.

## آغاز به کار ساختار حمایتی همگرا در آذر

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای خبر داد: حمایت های ساختار همگرا از اواسط اذر شروع می شود

حسن کریمی قدوسی در گفتگو با خبرنگار گروه دانشگاه خبرگزاری آنا در خصوص ساختار همگرا گفت: همگرا یک ساختار حمایتی شایسته سalar است که پس از یک سال و نیم تلاش، جمع اوری بازخوردهای بازی سازان، اتمام پروسه تبت نام و ارزیابی بازی سازان فعالیت خود را آغاز کرده است. وی افزود: ۱۲۰ شرکت و تیم بازی سازی در همگرا تبت نام کرده بودند که در نهایت ۶۰ مورد موفق به تکمیل مدارک شدند. این شرکت ها و گروه های برآسان شخص هایی مانند درآمد و کیفیت بازی در هفت سطح رتبه بندی شدند. در حال حاضر در مرحله اعتراض به رتبه بندی ها قرار داریم تا به شکایت ها رسیدگی شود که این امر حدود دو هفته طول می کشد.

کریمی گفت: هدف از ایجاد ساختار همگرا سوق دادن شرکت ها و تیم های بازی سازی به سوی تعلی و رشد و ایجاد همگرای در مجموعه های داخلی حمایت کننده از صنعت بازی و بازی سازان است. به دلیل اوگرانی که در حال حاضر در صنعت بازی وجود دارد مشخص نیست که یک بازی چه حمایت هایی دریافت می کند یا این حمایت ها را از کدام سازمان ها دریافت می کند. به کمک این ساختار از شرکت هایی حمایت می شود که پتانسیل واقعی دارند.

وی افزود: حمایت های ساختار همگرا از اواسط اذر آغاز می شود که شامل ارائه امکانات، تسهیلات و حمایت های مالی از شرکت ها و تیم های بازی سازی می شود. ساختار همگرا علاوه بر حمایت از فعالیت های مرتبط با تولید بازی به تقدیمگی شرکت ها و تیم های تیز کمک می کند. برای مثال بخشی از هزینه شرکت در تماشگاه از طرف همگرا تأمین می شود یا اگر شرکتی برای ضبط صدا احتیاج به نرم افزار یا سخت افزار خاصی داشته باشد، به آنها کمک می شود تا اینجا مورد نیاز را بخرند یا اجاره کنند. تمامی حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای بالاعرض است و هیچ انتظاری در ازای حمایت ها تداریم.(ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) کریمی درباره هفت سطح مختلف رتبه پندی گفت: هرچه رتبه پندی شرکت یا تیم بازی سازی بیشتر باشد، تسهیلات و حمایت های بیشتری دریافت می کند. شرکت ها و تیم ها در سال ۹۸ مجدداً رتبه پندی می شوند تا عملکرد و پیشرفت آنها بررسی شود. انتهای پیام ۱۴۰۲۱



## مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه در گفت و گو با مهر: ایران از بازار جهانی بازی سه‌م می خواهد/ نلاش برای افزایش سواد بازی

حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه می گوید: زمانی که در خصوص بازی از لرگان های دولتی درخواست همکاری کردیم، گفته اند اگر به ما باشد جلوی تمام بازی های خارجی و ایرانی را می گیریم.

خبرگزاری مهر - گروه فرهنگ -

بنیاد ملی بازی های رایانه ای نزدیک به ۱۰ سال است که در حوزه بازی های ویدئویی، رایانه ای و موبایلی فعالیت دارد و به لحاظ ساختاری، مهم ترین نهاد فرهنگی کشور در زمینه بازی های رایانه است. عملکرد این نهاد در دوره های مختلف با نظرهای متفاوتی روپرور بوده است. کریمی قدوسی حمایت از بازی سازان، شفاف سازی و شایسته سالاری در عملکرد بنیاد را جزء سیاست های اصلی شان می داند. هر چند که کمی تأمیندانه معتقد است که در بازار بازی های کامپیوتی به حدی عناوین پرزق و برق در خارج وجود دارد که هیچ وقت نمی توانیم به آن ها برسیم، گفت و گوی تفصیلی مهر با حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه می آید:

اقای کریمی قدوسی، در ابتداء از فعالیت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای بگویید. گویا در حال تحولاتی هستید و با توجه به اینکه هر م همگرا یا سایت همگرا برای حمایت از بازی سازان راه اندازی شده است در همگرا چه اتفاقاتی رخ خواهد داد و تا چه اندازه برای بازی های رایانه ای در داخل کشور شد. نهضت

بنیاد صرفاً حمایتی بود اما از سال ۱۳۹۰ مسائل حاکمیتی و موضوعات اعطای مجوہ هایم به آن سپرده شد. به طور مشخص ۴ سوون اصلی بنیاد حمایت، نظارت، آموزش و پژوهش است، البته آموزش و هدایت فرهنگی با هم انجام می شود و بحث فرهنگ سازی که از جنس آموزش و پرورش قرار می گیرد در بنیاد سه خط مشی اصلی را پیگیری می کنیم که اولین آن بحث «حمایت، شفاف سازی و شایسته سالاری» بازی سازان است. در کشور در نهادهای حاکمیتی عادت کرده بود طرح، کاغذ حرف، سفارش و مسائل از این دست حمایت کنیم. با توجه به اینکه بنیاد ملی بازی های رایانه ای سعی داشت از فضاهای حاشیه ای به دور باشد اما همیشه شک، شبهه و شایه های وجود داشت که اگر به برخی تولیدکننده ها حمایت هایی تعلق می گیرد چرا به عده ای دیگر این حمایت ها صورت نمی گیرد، در پس آن قضیه چه مسائلی وجود دارد که در جیمه حمایتی قرار نمی گیرد؟

یک سال و نیم پیش تصمیم گرفتیم طرحی را راه اندازی کنیم تا جنبه حمایتی برای بازی سازان داشته باشد در ابتداء این طرح «هرم حمایت» نام گرفت اما بعد از مدتی با تغییر نام به «همگرا» فعالیت خود را گسترش داد، ساختار حمایت همگرا، چارچوبی شفاف و شایسته سالاری دارد به این معنی که همه بازی سازها و تیم های بازی سازی سالیانه در این ساختار حمایتی همگرا نیستند تا براساس پارامترهای مختلف ارزیابی شوند و امتیازهایی می گیرند آن ها براساس این امتیازها، اعتباری کسب می کنند و بعد از آن در طول سال مثلاً نزدیک به ۱۰۰ یا ۲۰۰ گزینه دریافت می کنند آن ها این مقدار بودجه را به صورت مستقیم تقاضی دریافت نمی کنند، تقریباً ۲ دویف حمایتی وجود دارد که باید در زمینه ساخت بازی از آن ها استفاده کنند یا به عنوان هزینه پرستی، استودیو صدا، استودیو تصویربرداری، موسیقی، خرید لایسنس یا حضور در نمایشگاه داخلی و خارجی مصرف می شود. تمام این موارد به عهده مستول پروژه است که قصد دارد هزینه های دریافتی را در کنام بخش از حوزه کاری اش مصرف کند.

ما نمی توانیم با کارت شتابمان از فروشگاه های اینترنتی خارجی و جهانی خرید کنیم یعنی یک بازار داخلی برای ما شکل گرفته است که به سختی می توانیم بازی هایمان را در بازارهای جهانی منتشر کنیم. این که مقدار هزینه ها برای خلق آثار به تولیدکننده ها قرار می گیرد اما بولی دریافت نمی کنند یعنی چه؟ روش این را توضیح می دهید؟ البته شما بر واژه شایسته سالاری بسیار تأکید دارید این شایسته سالاری بر چه موضوعی تمرکز دارد؟

بنیاد یعنی ۱۰۰ میلیون بودجه متعلق به بازی ساز است اما در دست بنیاد قرار می گیرد، به عنوان مثال بازی ساز قصد دارد در استودیو صدا، موسیقی اثر خود را ضبط کند، قراردادش را می بندد و هزینه آن ۲۰ میلیون تومان است که از سقف حمایت این بیشتر نمی شود، این هزینه پرداخت می شود، یا اینکه افرادی را برای گسترش کارشناسی استخدام می کند اما هزینه آن ها را تاراد م ا بول را به کسی می دهیم که در آن جا استخدام می شود. در نتیجه هزینه تماماً در راستای ساخت بازی خرج می شود.

نکته مهمی که اینجا وجود دارد می گوییم براساس شایسته سالاری، یعنی عقبه یک شرکت یا تیم را بررسی می کنند نه یک کاغذ را، مثلاً در ۲ یا ۴ سال گذشته تیم چه کارهایی را انجام داده است؟ چه بازی هایی را ساخته است؟ چند پرسیل دارد؟ مقبولیت ها روی ساخت های بازی هایش چقدر بوده است؟ هدف ساختار حمایت همگرا ارتقا دارن به شرکت های بازی ساز است زیرا هر میزان ارتقا بینا کنند حمایت بیشتری می شوند. اگر طی سال ها شرکت های ارتقا بینا نکنند، حمایت کمتری می گیرند و اگر حمایت کمتری شوند ممکن است تا دو سال حمایت آن ها کنسل شود زیرا توانستند هیچ گونه ارتقا و رشد کاری در آثارشان داشته باشند. در کل همگرا، هدف این ایجاد یکسری شرکت های بزرگ بازی سازی است و بیشتر برای حمایت از تیم های بازی ساز کوچک حرکت می کند، این اولین خط مشی ما در حمایت از صنعت بازی ها است. تمام این موضوعات در چارچوب همگرا قرار می گیرد و از هیچ تیم بازی خارج از همگرا سفارش نخواهیم گرفت (ادامه دارد ...)

(دامه خبر ...) تماماً حمایت هایی که بنیاد از بازی سازان انجام می داده در چارچوب ساختار همگرا قرار گرفته است؟ یا مسائل حمایتی با یکدیگر فرق دارد؟ به غیر بحث حمایت خط مشی و سیاست هایی که بنیاد در آن راستا برای ارتقای بازی ها فعالیت می کند چیست؟

همگرا یک پژوهه و برند زیر نظر بنیاد است که توسط معاونت وزارت ارشاد حمایت می شود همانند اسرا، واحد پژوهش دایرکت، TGC. همگرا هم مانند این سایت ها قصد شفاف سازی و شایسته سازی را در حمایت ها ایجاد کرده است. گفتنمان ها به این شکل خواهد بود که اگر کسی به ما نامه ای بزند و درخواست حمایت کرده باشد جواب مایه او این است که در سایت همگرا ثبت نام کنید. زمانی که در سایت همگرا ثبت نام می کنند اطلاعاتشان در سایت درج می شود تمام حمایت هایی که از بازی ها می شود در سایت قرار می گیرد و معلوم خواهد شد که همگرا از چه بازی هایی حمایت کرده است. دو میهن هدفی که در این بخش بازی ها دنبال می کنیم؛ بحث بین المللی کردن صنعت بازی است. به صورت جدی اعتقاد داریم که بازار بازی های رایانه ای یک بازار جهانی است زیرا در همه جای دنیا این بحث جهانی شده است. البته کشور ما به واسطه یکسری تحریم ها و مشکلات از این بازار جهانی منفک شده و مجبوریم گفت کارت گوگل پلی، گفیت کارت استیم را بخریم که برای ایران نیست و برای امریکا و اروپا است. معمولاً در بحث بازی بازار منطقه ای وجود ندارد و به جرات می گوییم ایران و چین در بازار منطقه ای وارد شده اند. چین به خواسته خودش وارد این بازار شده، زیرا تزدیک به ۳ میلیارد و خورده ای جمیعت دارد و مرز را بسته است. چین بازی می سازد و تزدیک به ۲ میلیارد و خورده ای هم پوزر دارد، دیگر کشورهای تولیدکننده بازی هم باید از چین خواهش کنند تا بازی هایشان را در چین بفروشند. چین هم قواعد بسیار سختی دارد که نمی گذارد شما به راحتی بازی های خود را در چین بفروشید خلیل پرسه پیچیده ای دارد ایران شاید خودش نمی خواسته ولی مجبور شده بازار منطقه ای در داخل داشته باشد و بازار منطقه ما ۸۷ و ۸۳ میلیون نفر جمیعت کشور است.

هدف شما در بخش بازی سازی و حمایت از بازی سازان به چه شیوه هایی است با توجه به اینکه سیاست های بنیاد را بین کردید، یعنی هدف گسترش بافن

بازی ها در بازار خارجی است یا بازار داخل؟ با توجه به مشکلات ایجاد شده در حوزه اقتصادی چه راهه کاری در بازارهای خارجی اتخاذ شده است؟

بیشینه، ما نمی توانیم با کارت شتابی که داریم، از فروشگاه های اینترنتی خارجی و جهانی خرید کنیم یعنی یک بازار داخلی برای ما شکل گرفته است که به سختی می توانیم بازی هایمان را در بازارهای جهانی منتشر کنیم. بايد حتماً خارج از کشور شرکت بینیم که حتی به نام ایران هم نباشد، مسائل استفاده مالی در آن جا وجود دارد و از این نوع مشکلات هست، اما در کشورهای در حال پیشرفت همانند ترکیه چنین مقابله های وجود ندارد که احصار بازی ها را در کشور خود منتشر کنند بازی که ساخته می شود بر روی گوگل پلی، استیم، آب استور و ... قرار می گیرد، مشکلی که وجود دارد، مارکت های داخلی حجم اش بزرگ نیست و سرعت رشدش هم کم است، ضمن این که با امنی بازی های خارجی، سهیم بازی سازی های داخلی ما را کم می کند با مسائل اقتصادی که امرورزه مردم با آن دست و پنجه نرم می کنند ممکن است مبد مخصوص خانواده را از بازی خالی کنند، یا فردی در گیر مسائل روزمره اش می شود و هزینه کمتری برای بازی خروج می کند در نتیجه اگر بخواهیم تمام تصریح کرمان را در بازار داخل بگذاریم در آینده صنعت ما وضعیت خوبی خواهد داشت. هل دانی بازی سازها به سمت بازار خارج و تسهیل فضای کسب و کارشان مسلماً کار بسیار سختی است تا بتواند بازی های خود را به فروش برپاند اما این راهی است که لاجرم باید رفت زیرا اگر تزویج ۳ یا ۴ سال دیگر تنها تولیدکننده ای هستیم که همه چیز را خودمان می سازیم، البته وجود بازار داخل را غنی نمی کنیم در برخی اوقات هم اولین قدم است ولی نهایت امر گرفتن سهمی از بازارهای جهانی است حالا این بازار ممکن است بازار اندرودید باشد، بازار کامپیوتر یا کنسول باشد. در حال حاضر ۲ یا ۳ سال است در این مسیر گام برداشتیم، که به بازی سازهایمان تابت کنیم، شما شجاعت و توانایی این را دارید که با شرکت های تاشر خارجی و بازی سازهای خارجی ارتباط پیغیرید یکی از بزرگ ترین علت های برگزاری فستیوال TGC این است که در بحث بازی های ایزو وله و منفک نشیدیم، ۷۰ یا ۸۰ نفر از بیشترین بازی سازهای دنیا به ایران می آیند تا بتوانیم از آن ها کسب تجربه کنیم. همچنین می توانیم بازی های خود را به آن ها ارائه دهیم، شاید بازی خارجی پیدا کردد تا بازی خود را بفروشند. ما ایرانی ها هستیم که مجبور شدیم مدام در داخل کشور کار کنیم ولی شما به کشورهای در حال پیشرفت و توسعه یافته بروید، من بینند به راحتی از یک کشور به کشور دیگر ارتباط های جهانی برقرار می کنم و خود را در ۱۵۰۰ نفر امسال حضور داشتند، هزینه ها کمتر و درآمد ها بیشتر TGC این گام را برداریم استقبال بسیار خوبی هم شد آمار و ارقام آن را حتماً شنیدید.

شد و مزایای زیادی که درین بحث نمی گنجد و نمی خواهیم به آن بپردازیم، رقم خورد. برآیند تمام این اختلافات و رویدادها این است که برشی از وضعیت تولید بازی های کامپیوتر شخصی می بینیم، بازی هایی است که با هدف انتشار در بازارهای جهانی ساخته می شود و این خبر خلیل خوبی است. بازی هایی همانند «بیستون»، «سننوشت»، «فرزندان مورتا» و بازی های دیگر مثل فلیپین فلیپ و بازی های دیگر، این ها سعی دارند برای بازارهای جهانی «بازی» بسازند و این خبر مثبتی است زیرا ناشن دهنده سیاست ها و خط مشی بنیاد است که باعث شده بازی سازها به توانایی هایشان واقعیت باشند. خبر بیشتر این است یکی دو تا از این بازی ها در حال حاضر تاشر پیدا کردد یعنی این طور نبوده که بسازند و روی زمین بماند و بگوییم می خواهیم آن را چه کار کنیم، همچنین بازی «سننوشت» و «فرزندان مورتا» تاشر پیدا کرده است سعی داریم به این موقوفیت ها پسته نکنیم و هدف مان این است از بازی سازهای فعال و موقب برای حضور در نمایشگاه های بین المللی حمایت کنیم.

برنامه ریزی های ما در آینده ارتباط های بین المللی با شرکت های واسطه ای است و در بخش خصوصی اوردن بول در ایران را تسهیل کنند و ارزآوری در ایران صورت گیرد. گام مهم دیگری هم که بنیاد می کنیم، کنترل بازار است اینکه کل سهیم بازی های ما بازار بازی های خارجی شود، یعنی از بازار داخلی خود هم محافظت کنیم که مدام بازی های خارجی بازار را پوشش ندهد و بازی های رایانه ای هم در آن حضور داشته باشد.

کم بودن آدم متخصص در زمینه بازی های خوبی در زمینه بازی دارند و می فهمند بازی چیست؟ جزء محدود چاهایی است که در این زمینه فعالیت های خوبی در زمینه بازی دارند و می فهمند بازی چیست!

در سال گذشته بزرگترین گام را در این راستا برداشتیم آن هم عوارض بازی های خارجی را در مجلس شورای اسلامی تصویب کردیم، بیام این عوارض هم در این بود که بازار داخلی را از ورود بازی های خارجی مصون بداریم. بخشی از فروش بازی های خارجی را به بازی های ایرانی در ساختار همگرا پوشش پذیریم.

خلیل از تقدیم های هم به بنیاد می شد این بود که می خواهید بول را بگیرید برای خود مائین، ساختمان و اموال غیرمنقول بخریداً ولی همگرا را معرفی کردیم و در شورای عالی مرکز ملی فضای مجازی هم مصوب کردیم که ریالی از این بول نباید در امورات جاری هیچ ارجانی - نه تنها بنیاد - خرج شود و تمام هزینه ها باید به بازی های بررسد [دامه دارد ...]

(ادامه خبر ...) با توجه به اهداف و گام های موثری که دنبال می کنید، این اهداف محقق شده است و نتایج راضی بخشن است؟

بزرگ ترین آماری که نشان دهنده پیشرفت در این مدت است، ۱۱ درصد سهم بازی سازهای ما از بازار داخل در سال ۹۴ و تبدیل شدن آن به ۱۴ درصد در سال ۹۶ بوده است. ما %۲ رشد داشتهیم در حالی که حجم بازار هم ۲ برابر شده است، یعنی از ۴۶۰ میلیارد تومان در سال ۹۴ به ۹۲۰ میلیارد تومان در سال ۹۶ رسیده استه هم این کیک بزرگ شده هم برش بازی های ایرانی از این کیک بزرگ تر شده است و عملکرد بنیاد باعث شده حداقل بازار داخل را داشته باشیم، از نظر بازار خارج هم مثال زدم در حال حاضر اگر پورتفولیو تولید داخل را بینند راحت می توانید روی ۴ یا ۵ عنوان بازی دست یکلاید که از نظر تولید بین المللی مقبول است دارد، جایزه های بین المللی دریافت کردد و ناشر خارجی پیش از این همچنین در نمایشگاه های خارج رفته و وضعیت صادرات ما را به پیوستی است.

قطعاً حمایت های مالی ما از بازی ها بین تأثیر تبوده است زیرا ما از بازی که در بازار جهانی موفقیت کسب کرده بودیم.

سمن کردیم بازی هایی که با محور صادرات ساخته می شود را حمایت کیم و نتیجه آن موفقیت بازی «سنونت» بود، این بازی جایزه صادرات محور بنیاد را به ارزش ۱۵۰ میلیون تومان گرفت. در حالی که این شرکت در شرک از هم پاشیدن بود قطعاً اگر بنیاد آن را شناسایی و به آن کمک نمی کرد این شرکت توانایی بازسازی مجدد خود را نداشت اما با حمایت ها بازی خود را ساخت همین چند وقت پیش با ناشر اروپایی قرارداد بست و بازی آن ها تا ۲ یا ۴ ماه دیگر در بازارهای جهانی منتشر می شود در واقع حمایت های هدفمند بنیاد منتج به سمت تولید داخل برای خارج از کشور شده است.

هدف اصلی شما این است که بیشتر بازی ها جهانی شود؟ یعنی قرار نیست در زمینه بازی ها به بومی سازی بررسی؟ هدف غایبی جهانی شدن بازی ها است؟ بله! هدف غایبی ما گرفتن سهم بیشتری از بازارهای جهانی برای بازی های داخلی است. در این هدف تولیدکننده یک بازی ممکن است در مسیرش برای تولید داخل از این را بسازد و بد در بازار خارجی هم ورود پیدا کند، ولی یک بازی هم ممکن است تنها هدف این بازار خارجی باشیم، هر دو مسیر وجود دارد.

یعنی این طور نیست به طور قطعی بگوییم بازی را برای داخل و بعد برای خارج از کشور پیشاند، واقعیت بازار گوی این موضوع است، بازی هایی که در داخل ساخته می شود، به سختی در خارج به فروش می رسد. نه به این خاطر که ایرانی هستند بلکه ایرانی های در بازی به کار رفته که تنها برای مذاق ایرانی ها ساخته شده است و آن مقایمه و عالمان ها در بازار خارج گنج و میهم است. لازم نیست طراحی خیلی بزرگ برای یک بازی انجام دهید، برعکس اوقات با آنها و لباس قومیت های ایرانی و تیسان آنی، گیمر داخلی کشور از بازی به وجود می آید، اما فرد خارجی با دیدن بازی متعجب نمی شود و برایش معنای خاصی ندارد.

وضعیت بازی ها به گونه ای است که بازی هایی برای بازارهای بین المللی ساخته می شوند، فروششان در بازار ایران زیاد نبوده است و بازی هایی که در داخل ایران فروش زیادی نداشتند در بازار خارجی موفقیت خاصی برایش رخ نداده است و این اختلافات عجیب و وجود دارد. در بحث بازی ها در بازار رقبای قرار گرفته اینم که با شرایط ارزی موجود در کشور همه چیز تغییر پیدا کرده است، به طور کلی صادرات خیلی مهم است زیرا با بالا رفتن قیمت ارز، هزینه تولید در ایران غیر از خرید کامپیوتر تأثیر دیگری در قیمت ارز بر روی آن ندارد. بنابراین اگر بتوانیم تولید خوب داشته باشیم و درآمد ارزی کسب کنیم، به نفع ما خواهد بود.

با توجه به شرایط کنونی و مسائل پیش آمده ارزی در جامعه به لحاظ حمایتش چه کمودها و نقصان هایی وجود دارد به توجه به این که در بازار جهانی می بینیم خارجی ها سابقه بیشتری به لحاظ کیفیت و تکنیک دارند و پیشترنها تر از ما هستند، برای رفع این موانع و برداشتن نقطه ضعف ها چه راهکاری اتخاذ کردید؟

کم بودن ادم مخصوص در زمینه بازی یکی از نقصان های موجود در حوزه بازی های دیگر است، بنیاد و چند ارگان دیگر جزء محدود جهانی است که در این زمینه فعالیت های خوبی در زمینه بازی دارند و می فهمند بازی دارند و می چیست! معمولاً زمانی که زنگ ارگان های دیگر را می زنیم یا از بازی سرنشیت ای ندارند یا آن را سیار کلی و کوچک می پنارند یا تنها چند یاری سلیم را می نگردند در کل نگاه خوبی به بازی تدارند و می گویند «اوه بازی!» زمانی به سازمانی رفته بودم که جایگاه مهمی هم داشتند قصد داشتیم آن ها را برای همکاری و کمک به بازی سازان آشنا کنیم فردی که به عنوان مستول در آن جا حضور داشت، گفت «اگر به من بود کلا جلوی هر چه بازی چه ایرانی و خارجی را می گرفتم، زیرا بازی بهم ها را از زندگی می اندازد و مشکلات فراوانی ایجاد می کند و نفس آن بد است».

بزرگترین مشکل دیگر این است که بازی یک مستله چندوجهی در دنیا است و باید حوزه های مختلف به کمک آن بایند البته وزیر ارشاد شورای هماهنگی تشکیل داده که در این شورا ۲۲ نهاد حضور دارند، هدف بنیاد و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای تشکیل این شورا شکستن این مشکل است که آگاهی نداشتن را جایگزین آگاهی بخشی کنند. اگر سازمانی یا تهادی قصد دارد مشکلی از مبحث بازی را حل کند در اینجا باید اطلاعات کامل از حوزه بازی و مشکلات و راهکارها داشته باشد. یعنی حکایت آن فیل در اتاق خاموش نباشد، یکی پایش را می بینند، یکی خرطوم و یکی عاجش را. این بازی است با همه شکل و شمایش، قسمی از آن آموزش و پرورش است قسمی از آن مستله فرهنگی است، قسمی از آن صنعت، کارآفرینی و مواردی دیگر. یعنی تمام مجموع این موارد دست به دست هم می دهد و بازی را می آفریند. نباید تنها تکه ای از آن را دید، شما فرض کنید اگر به سمت آموزش و پرورش برویم می گویند بازی برای کودکان است، اگر با گیمرها صحبت کنیم می گویند بازی بزرگ ترها است، در درجه اول باید بازی را به طور درست و کامل به همه ارگان ها معرفی کنیم بعد براساس برنامه هایی که داریم همه کارهایی که باید انجام شود را پایی یک میز مشترک بیاوریم و هم گرامی و هم افزایی در این زمینه داشته باشیم. مشکل دیگر اینکه در مسیری که می خواهیم به سمت جهانی کردن بازی پیش برویم، کار خیلی سختی داریم تحریم های آمریکا و مساله ای که حول و حوش این موضوع شکل می گیرد. دیگر بحث اعتبارات است این اعتبارات بنیاد در سال تقریباً ۱۰ میلیارد می رسد. ۱۰ میلیون تومان به حوزه بازی در کشور اختصاص داده می شود، با احتساب هزینه های جاری بنیاد که به طور متوسط در طول سال، ۴۰ تا ۵۰ درصد از این ۱۰ میلیارد تومان را می گیرد و ۵۵ درصد دیگر می ماند برای اینکه حمایت کنید نمایشگاه برگزار کنید، تبلیغات کنید، بازی رده بندی سنتی کنید، پژوهش داشته باشید، بازی سازها را آموزش دهید. اما این اهداف با درآمدها نمی خواهد و کافی نمی دهد برای همین به دنبال حمایت های دیگر ارگان ها برویم. اما می بینیم عزم بسیار جدی در کشور وجود ندارد تا برای بازی سرمایه گذاری کنند. انگار کشور مشکلات دیگری دارد و فرست رسیدگی به حوزه بازی ها را ندارد، ما نزدیک به ۶ یا ۷ سال است که بر روی بازی ها رده بندی سنتی را درج می کنیم در حالی که، هیچ نهاد دیگری در کشور پیدا نمی کنید که این همه مخصوص را رده بندی سنتی کند پس بنیاد وظیفه خود را انجام می دهد و آن بررسی بازی ها و رده بندی سنتی است. چرا خانواده ها از رده بندی سنتی مطلع نیستند؟ چون فرهنگ سازی نشده است. چه کسی باید برای این فرهنگ سازی فعالیت داشته باشد؟ سازمان ها و ارگان های دولتی همانند شهرداری، صداوسیما ... اگر هم نمی خواهند فعالیت داشته باشند باید سرمایه گذاری کنند و هزینه آن را ببردازند تا این فرهنگ سازی در جامعه ایجاد شود. دیگر از توان بنیاد برمنی آید که بخواهد از بازی ساز حمایت (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کنند، رده بندی سنتی را لحاظ کنند، پژوهش داشته باشد، آموزش به بازی سازان بدهد، بول هم خرج کنند تا رده بندی سنتی را به خانواده ها معرفی کنند، توانی توان تمام این ها را با هم انجام دادا بنیاد تمنی داند به کدام موضوع باید پیشتر پردازد

به دلیل نداشتن کمی رایت در زمینه بازی های کامپیوترا لطمه خوردید و تمنی توانیم با بیگ پروداکشن ها بازار چهانی مقابله کنیم.

عموماً یک نگاه صنعتی، تجاری و اقتصادی به نگاه فرهنگی غالب است، اما فرآیند نظرارت ها، راهکارها و آن کارکردی که به لحاظ فرهنگی بر روی بازی ها انجام می شود، به چه شیوه ای است و آن نگاه نظرارت در حخصوص فرهنگ است به چه صورت اعمال می شود؟

همان طور که گفتم بنیاد یکی از واحد های بحث نظرارت و یک واحد دیگر آموزش و فرهنگ سازی است، این دو بخش هستند که در گیر آن دغدغه هایی هستند که شما ذکر کردیدا اگر آمار و ارقامی توضیح بدهم، شاید تا به امروز ۱۰ هزار بازی را رده بندی سنتی کردیم، رده بندی سنتی یعنی معلوم کنیم بازی مجازاً یا غیرمجاز است یا اگر مجاز است رده سنتی آن مناسب چه رده ای خواهد بود مثلاً برای مبتدا ۳ سال خوب است ۱۵-۱۴-۱۳ یا ۱۸ سال خوب است، بنیاد در واقع کار نظارتی ارتقاء فرهنگ عمومی را انجام می دهد.

در این یک سال و نیم گذشته، فقط به رده بندی سنتی اکتفا نکردیم ما ۵ یا ۶ تا عنوان برای هر بازی درآوردیم که می گوییم خشونت یک بازی، ۲ از ۵ است، ترسن ۳ از ۵ است مصرف مواد مخدوش ۱ از ۵ است، مهارت بازی این ۵ از ۵ است، هر چه این ۵ به سمت ۵ برود یعنی این پیشتر است، خشونت ۳ از ۵ است یعنی تقریباً بازی خشنی محسوب می شود اگر خشونت ۱ از ۵ است بازی در رده خشونت حساب نمی شود، اگر بازی هایی که به مجوز بنیاد هولوگرام دارند و در مقاشه ها به فروش می رسانند، کاور بازی را برگردانید این ۵ علامت را آن پایین می بینید که ما به آن پیکتوگرام می گوییم، این ارتقاء بحث سواد بازی است، اما در حوزه سلیمانی اعتقاد دارم این مستله ۱۰۰ ادرس در کشور ما جواب نداده و نمی دهد، شما بیپلید برای فیلتر کردن فضای مجازی هیچ گونه اتفاقی صورت نگرفت یعنی ما با ستن و فیلتر کردن چیزی تمنی توانیم جلوی آن را بگیریم مگر آن که فرهنگ سازی درستی در آن حخصوص انجام شود، پس هدف ما موضوعات سلیمانی نیست! ولی بنیاد هر هفته در بازار است و به کمک نیروی انتظامی، بازی های غیرمجاز را جمع می کند و هر روز در حال رصد کردن لینک های غیرمجاز است و اگر محتوای نامناسبی در آن وجود داشته باشد با آن برخورد می شود.

بناراید مثلی بزم در آمریکا هیچ گونه الزامی برای رده بندی سنتی وجود ندارد، حتی مجوز بازی هم اجباری نیست، بازی ساز، بازی را می سازد و می فروشد حالا اگر رده بندی سنتی نداشته باشد مردم اعتماد نمی کنند و آن محسوب را به هیچ وجه نمی خرند زیرا خانواده ها یاد گرفتند محصولی را برای کودکان شان بخرند که رده بندی سنتی دارد، ولی در ایران ۵ درصد خانواده ها به رده بندی سنتی توجه می کنند ۵ درصد دیگر هیچ توجه ای به این موضوع ندارند، این بر اساس اخیرین پیمایشی است که پارسال انجام دادیم، ما باید چه کار کنیم؟ باید ۲ ایزار مناسب را در اختیار خانواده ها قرار دهیم که انتخاب هوشمندانه داشته باشد، ایزار مناسب یعنی رده بندی سنتی، سایتی که همه بازی هایی که رده سنتی در آن قرار گرفتند، وجود داشته باشد و ایلکشن آن در دسترس باشد، البته زیر اطلاعات رده بندی سنتی در سایت «اسرا گیمز» وجود دارد، دو آگاه سازی بجهه ها در مدارس است در این زمینه تفاهم نامه ای با وزارت آموزش و پرورش امضاء شده، که یکسری کانون در سراسر کشور وجود دارد، این کانون ها می خواهیم پایلوت در تهران فعال کیمی تا در حوزه بازی هم ورود کنند، از هر مدرسه یک دانش آموز انتخاب کردیم تا او پیام رسان بازی های مناسب در مدرسه برای ما باشد و اسم آن را «سفیران بازی» در مدرسه گذاشیم.

اقای کریمی قلوسی شما درباره کارهای سلیمانی درست گفتید که خیلی جوابگو نیست اما در مورد کارهای ایجادی بپرسیم که تا چه اندازه بازی مناسب و جذاب ارائه شده که مخاطب تنواد از بازی داخلی دل بکند و به سراغ بازی خارجی برود؟ یعنی تماماً با تولید داخل؟

بله! فرض می گیریم تواستیم، فرهنگ سازی را برای خانواده ها انجام دهیم که درجات سنتی را در بازی ها لحاظ کنند، به بازی غیرقانونی روی نیاورند و غیره... اگر با همه این پیش فرض های خانواده ها به سمت بازی هایی آمدند که بنیاد بر اساس معیارهای کیفی تولید می کنند، آن بازی به لحاظ فرهنگی چقدر می تواند مقید باشد یا هست؟ وقتی آن بازی را خرید و مصرف کرد چقدر به تنع کودکش است و دیگر نیازی به بازار خارجی ندارد، پیشتر سوال درباره بار فرهنگی بازی است، زیرا زمانی که بازی هایی ایرانی را نگاه می کنیم یکسری اعلان های گل درشت، اگزجز و تاحدی ایدنلوزیک وجود دارد که باعث طرد مخاطب نسبت به آن بازی می شود نه اینکه کسی از آن بازی بد یکوید خود بازی به لحاظ ایجادی این قابلیت را دارد، راهکار شما در این موارد چیست؟

سوال خیلی خوبی مطرح کردید، سعی می کنم تخصصی ترین جواب ممکن را به شما بدهم زیرا نمی خواهیم کلی گویی کنیم، اولاً باید بازاری که بازی در آن ارائه می شود را بینیم مدنظر من بازار بازی های موبایل، کنسول و کامپیوترا است، بازار بازی های کامپیوترا به حدی عنوانی برززق و برق در آن ها وجود دارد که هیچ وقت نمی توانیم به این راحتی به آن ها برسیم، بسیار کار سختی است، این قدر پروداکشن های بزرگ و بزرزق و برقی وجود دارد که همانند فیلم های هالیوودی است، مثلاً ما هیچ وقت نمی توانیم «اوچجز» یا «لد لرد آف درینگز» بازی های اجتماعی برویم، بازار بازی های کامپیوترا عده ایشان، آن فضای است این همان گل درشت هایی است که گفتید، اگر رفیم وارد پروداکشن ها شدیم احتمالاً ضرر می کنیم، کما اینکه تقریباً غیر از «گرشاسب» که اولین بازی ایرانی بود اکثر بیگ پروداکشن های بازی در ایران در بازار داخل ما غافروخت چرا؟ چون ما کمی رایت نداریم، علت این است که آن بازی در ایران ارزان است، آن بازی ۱۰ هزار تومان است بازی ایرانی هم ۱۰ هزار تومان است و نمی فروشد با وجود گران شدن از بازی خارجی یک میلیون تومان می شود و بازی داخلی ۲۰ هزار تومان، بدون شک بازی داخلی می فروشد.

و ضعیت کشور ما این در حوزه بازی ها این گونه است که بازی های موبایل ساخته شده، در بازار خارج خیلی موفق نشدند، بازی های کامپیوترا که در برخی زمانی برای بازارهای خارج ساخته می شود و اتفاقاً موفق شدند در بازار داخل طرفدار ندارند به دلیل نداشتن کمی رایت در زمینه بازی های کامپیوترا لطمه خوردید و نمی توانیم با بیگ پروداکشن های مقابله کنیم، حرقه ای های بازی کامپیوترا اکثر بیگ پروداکشن بازی می کنند البته ۶ یا ۷ سال پیش در تبود موبایل کزوال گیمرها به بازی های کامپیوترا سوق پیدا کرده بودند که در حال حاضر کزوال گیمرها بر روی موبایل بازی می کنند زیرا هزینه های کامپیوترا بسیار بالا است پس ما در بازار موبایل های موبایل می توانیم موفق عمل کنیم و سطح خود را ارتقا دهیم، اگر لیست پروفروش ها را نگاه کنید ۱۰ برفروش اول کافی بازار ۴، ۳، ۲ بازی ایرانی در آن وجود دارد پس در بازار موبایل می توانیم ذاته مخاطب را در بیاوریم بازی هایی مانند «آمیرزا»، «کویز اف کینگ»، «پرسیتی»، «بناقلو» جزء بازی هایی است که در انتخاب های اولیه مردم قرار می گیرد و محصول خارجی هم نیستند، درباره بازار کنسول هم ما هیچ ورودی در آن نداریم زیرا مشمول تحریم هاست و نمی توانیم برای کنسول بازی سازیم، البته دستگاه های ساخت بازی برای کنسول باید (ادامه دارد...)

(ادامه خبر) - مستقیماً توسط موتی و مایکروسافت فرستاده شود که دستگاه ها شامل تحریم ها است و برای ایران فرستاده نمی شود. کسی هم بخواهد به ایران پیاوید با هزارتا سلام و حلوات باید وارد کند پس وضعیت کشور ما این است، بازی های موبایلی ساخته شده، در بازار داخل موفق است در بازار خارج خیلی موفق نشدنند. بازی های کامپیوتویی که در برره زمانی برای بازارهای خارج ساخته می شود و اتفاقاً موفق شدند در بازار داخل طرفدار ندارند.

با توجه به سوال شما که جواب دادن بسیار مفصل است باید به این موضوع هم اشاره کنم که در سال ۹۴ و ۹۶ با ریزش وحشتناک مخاطب بازی های کامپیوتویی مواجه بودیم، در حال حاضر ۱۶درصد گیرمه، بازی کامپیوتویی می کنند باقی آن ها بازی هایشان موبایلی است که این امر هم هزار دلیل دارد که یکیش اقتصادی است. شما تصور کنید برای تهیه و بستن بازی کامپیوتویی نزدیک به ۱۵میلیون هزینه باید شود که در صورتی که با ۲ یا ۳ میلیون خرد گوشی هواوی می توان بازی روز را بر روی آن بازی کرد بنابراین بحث معيشی و اقتصادی در این امر دخیل است.

پس هدف شما بازار بازی های موبایلی است؟

ما معتقدیم بازار داخل ما را بازی های موبایلی جواب می دهد، هدف ما برای بازی های کامپیوتویی، تولید یک بازی مولتی پلیر آنلاین است. از نظر ما یک بازی آنلاین مولتی پلیر می تواند بازار کامپیوتویی مان را نجات دهد و به دلیل هزار هزینه که دارد تمام تمرکزمان را روی این موضوع گذاشته ایم. احتمالاً سروش در ایران و سرعت بازی کردن بیشتر است، اگر یک بازی با کیفیت مناسب مولتی پلیر، ساخته شود ما در بازار داخل از نظر بازی های کامپیوتویی دچار تحول جدی می شویم. باید بینیم سیاست های بنیاد در یک سال آینده به کجا می رسد، ما حمایت خود را از کسانی که بازی آنلاین مولتی پلیر می سازند، شروع کردیم و کارهایی هم انجام شده است.

## شنبه‌گزینی

### ایران از بازار جهانی بازی سهم می خواهد/ تلاش برای افزایش سواد بازی

شیوه خبری ایرانا - گروه فرهنگ -

بنیاد ملی بازی های رایانه ای نزدیک به ۱۰ سال است که در حوزه بازی های ویدئویی، رایانه ای و موبایلی فعالیت دارد و به لحاظ ساختاری، مهم ترین نهاد فرهنگی کشور در زمینه بازی های پردازه است. عملکرد این نهاد در دوره های مختلف با نظرهای متفاوتی روبرو بوده است. کریمی قدوسی حمایت از بازی سازان، شفاف سازی و شایسته سالاری در عملکرد بنیاد را جزو سیاست های اصلی شان می دانند هر چند که کمی تأمیندانه معتقد است که در بازار بازی های کامپیوتویی به حدی عناوین پژوهش و پرورش در خارج وجود دارد که هیچ وقت نمی توانیم به آن ها برسیم، گفت و گوی تفصیلی مهر با حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه می آید:

اقای کریمی قدوسی، در اینجا از فعالیت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای یگویید. گویا در حال تحولاتی هستید و با توجه به اینکه هرم همگرا یا سایت همگرا برای حمایت از بازی سازان راه اندیزی شده است در همگرا چه اتفاقاتی رخ خواهد داد و تا چه اندیزه برای بازی سازان مفید است؟

۱۰ سال پیش بنیاد ملی بازی های رایانه ای براساس مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی تأسیس و متول حوزه بازی های رایانه ای در داخل کشور شد. نقش بنیاد صرفاً حمایتی بود اما از سال ۱۳۹۰ مسائل حاکمیتی و موضوعات اعطا مجوزهای هم به آن سپرده شد. به طور مشخص ۴ سوتن اصلی بنیاد حمایت، نظارت، آموزش و پژوهش است، البته آموزش و هدایت فرهنگی با هم انجام می شود و بحث فرهنگ سازی که از جنس آموزش و پرورش قرار می گیرد در بنیاد سه خط شش اصلی را پیگیری می کنیم که اولین آن بحث «حمایت، شفاف سازی و شایسته سالاری» بازی سازها است. در کشور در تهادهای حاکمیتی عادت کرده بود روی طرح، کاغذ، حرف، سفارش و مسائل از این دست حمایت کنیم. با توجه به اینکه بنیاد ملی بازی های رایانه ای سعی داشت از فضاهای حاکمیتی ای به دور باشد اما همیشه شک، شبیه و شایله هایی وجود داشت که اگر به برخی تولیدکننده ها حمایت هایی تعلق می گیرد چرا به عده ای دیگر این حمایت ها صورت نمی گیرد، در پس آن قضیه چه مسائلی وجود دارد که در جیله حمایتی قرار نمی گیرد؟

یک سال و نیم پیش تصمیم گرفتیم طرحی را راه اندیزی کنیم تا جنبه حمایتی برای بازی سازان داشته باشد در اینجا اسم این طرح «هرم حمایت» نام گرفت اما بعد از مدتی با تغییر نام به «همگرا» فعالیت خود را گسترش داد، ساختار حمایتی همگرا، چارچوبی شفاف و شایسته سالاری دارد به این معنی که همه بازی سازها و تیم های بازی سازی سالانه در این ساختار حمایتی همگرا بنت نام می کنند تا براساس پارامترهای مختلف ارزیابی شوند و امتیازهایی می گیرند آن ها براساس این امتیازها، اعتباری کسب می کنند و بعد از آن در طول سال مثلاً نزدیک به ۱۰۰ یا ۲۰۰ گرفت دریافت می کنند آن ها این مقدار بودجه را به صورت مستقیم تقدی دریافت نمی کنند، تقریباً ۲ درصد حمایتی وجود دارد که باید در زمینه ساخت بازی از آن ها استفاده کنند یا به عنوان هزینه پرستی، استودیو صدا، استودیو تصویربرداری، موسیقی، خرید لایسنس یا حضور در نمایشگاه داخلی و خارجی مصرف می شود. تمام این موارد به عهده مستول پروژه است که قصد دارد هزینه های دریافتی را در کنام بخش از حوزه کاری اش مصرف کند.

ما نمی توانیم با کارت شتابمان از فروشگاه های اینترنتی خارجی و جهانی منتشر کنیم این که مقدار هزینه ها برای خلق آثار به تولیدکننده ها قرار می گیرد اما بولی دریافت نمی کنند یعنی چه؟ روش بازی هایمان را در بازارهای جهانی منتشر کنیم این که مقدار هزینه ها برای خلق آثار به تولیدکننده ها قرار می گیرد اما بولی دریافت نمی کنند یعنی چه؟ روش این را توضیح می دهید؟ لیست شما بر واژه شایسته سالاری بسیار تاکید دارد این شایسته سالاری بر چه موضوعی تمرکز دارد؟

بینید یعنی ۱۰۰ میلیون بودجه متعلق به بازی ساز است اما در دست بنیاد قرار می گیرد به عنوان مثال بازی ساز قصد دارد در استودیو صدا، موسیقی اثر خود را ضبط کند، قراردادش را می بندد و هزینه آن ۲۰ میلیون تومان است که از سقف حمایت اش بیشتر نمی شود، این هزینه پرداخت می شود، یا اینکه افرادی را برای گسترش کارشناسی استخدام می کنند اما هزینه آن ها را تدارد ما بول را به کسی می دهیم که در آن جا استخدام می شود. در نتیجه هزینه تمام اما در راستای ساخت بازی خرج می شود.

نکته مهمی که اینجا وجود دارد می گوییم براساس شایسته سالاری، یعنی عقبه یک شرکت یا تیم را بررسی می کنند نه یک کاغذ را، مثلاً در ۲ یا ۴ سال گذشته تیم چه کارهایی را انجام داده است؟ چه بازی هایی را ساخته است؟ چند پرستی دارد؟ مقبولیت ها روی ساخت بازی هایش چقدر بوده است؟ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) هدف ساختار حمایتی همگرا ارتقا دادن به شرکت های بازی ساز است زیرا هر میزان ارتقا پیدا کنند حمایت بیشتری می شوند. اگر طی سال ها شرکت ها ارتقا پیدا نکنند حمایت کمتری می گیرند و اگر حمایت کمتری شود ممکن است تا دو سال حمایت آن ها کنسل شود زیرا توانسته هیچ گونه ارتقا و رشد کاری در آثارشان داشته باشد. در کل همگرا هدف این ایجاد یکسری شرکت های بزرگ بازی سازی است و بیشتر برای حمایت از تیم های بازی ساز کوچک حرکت می کند، این لولین خط مشی ما در حمایت از صنعت بازی ها است. تمام این موضوعات در چارچوب همگرا قرار می گیرد و از هیچ تیم بازی سازی خارج از همگرا سفارش نخواهیم گرفت.

تماماً حمایت هایی که بیناد از بازی سازان انجام می داده در چارچوب ساختار همگرا قرار گرفته است؟ یا مسائل حمایتی با یکدیگر فرق دارد؟ به غیر بحث حمایت خط مشی و سیاست هایی که بیناد در آن راستا برای ارتقای بازی ها فعالیت می کند، چیست؟

همگرا یک پروژه و برنده زیر نظر بیناد است که توسط معاونت وزارت ارشاد حمایت می شود همانند اسرا، واحد پژوهش دایرکت، TGC. همگرا هم مانند این سایت ها قصد شفاف سازی و شایسته سازی را در حمایت های ایجاد کرده است. گفتنم ها به این شکل خواهد بود که اگر کسی به ما نامه ای بزند و درخواست حمایت کرده باشد جواب ما به او این است که در سایت همگرا ثبت نام کنید. زمانی که در سایت همگرا ثبت نام می کنند اطلاعاتشان در سایت درج می شود تمام حمایت هایی که از بازی ها می شود در سایت قرار می گیرد و معلوم خواهد شد که همگرا از چه بازی هایی حمایت کرده است. دو میهن هدفی که در این بخش بازی ها دنبال می کنیم: بحث بین المللی کردن صنعت بازی است. به صورت جدی اعتقد داریم که بازار بازی های رایانه ای یک بازار جهانی است زیرا در همه جای دنیا این مبحث جهانی شده است. البته کشور ما به واسطه یکسری تحریم ها و مشکلات از این بازار جهانی منفک شده و مجبوریم گفت کارت کوکل پلی، گیفت کارت استیم را بخریم که برای ایران نیست و برای امریکا و اروپا است. مممو لا در بحث بازی بازار منطقه ای وجود ندارد و به جرات می گوییم ایران و چین در بازار منطقه ای وارد شده اند. چین به خواسته خودش وارد این بازار شده زیرا نزدیک به ۲ میلیارد خود را می بیند و مزد را بسته است. چین بازی می سازد و نزدیک به ۲ میلیارد و خود را ای هم بوزر دارد. دیگر کشورهای تولیدکننده بازی هم باید از چین خواهش کنند تا بازی هایشان را در چین پیشنهاد دهند. چین هم قواعد بسیار سختی دارد که نمی گذارد شما به راحتی بازی خود را در چین بفرستید خلیل برسویم بجزئیهایی بیچیده ای دارد ایران شاید خودش نمی خواسته ولی مجبور شده بازار منطقه ای در داخل داشته باشد و بازار منطقه ما ۸۲ و ۸۳ میلیون نفر جمعیت کشور است.

هدف شما در بخش بازی سازی و حمایت از بازی سازان به چه شیوه هایی است با توجه به اینکه سیاست های بیناد را بیان کردید، یعنی هدف گسترش بافت بازی ها در بازار خارجی است یا بازار داخل؟ با توجه به مشکلات ایجاد شده در حوزه اقتصادی چه راهکاری در بازارهای خارجی اتخاذ شده است؟ ببینید، ما نمی توانیم با کارت شتابی که داریم، از فروشگاه های اینترنتی خارجی و جهانی خرید کنیم یعنی یک بازار داخلی برای ما شکل گرفته است که به سختی می توانیم بازی هایمان را در بازارهای جهانی منتشر کنیم. باید حتماً خارج از کشور شرکت بزیم که حتی به نام ایران هم نباشد، مسائل استفاده مالی در آن جا وجود دارد و از این نوع مشکلات هست. اما در کشورهایی در حال پیشرفت همانند ترکیه چنین مفاهیم وجود ندارد که احصارها بازی های را در کشور خود منتشر کنند، بازی که ساخته می شود بر روی گوکل پلی، اسیمیم، آپ استور و ... قرار می دهند مشکلی که وجود دارد، مارکت های داخلی حجم این بزرگ نیست و سرعت رشدش هم کم است، ضمن این که با آمدن بازی های خارجی، سهم بازی سازی های داخلی ما را کم می کند یا مسائل اقتصادی که امروزه مردم با آن دست وینجه نرم می کنند ممکن است سبد محصول خانواده را از بازی خالی کنند، یا فردی در گیر مسائل روزمره اش می شود و هزینه کمتری برای بازی خرج می کند در نتیجه اگر بخواهیم تمام تمرکزمان را در بازار داخلی گذاشیم در آینده صنعت ما وضعیت خوبی نخواهد داشت. هل دادن بازی سازها به سمت بازار خارج و تسهیل قضای کسب و کارشان مسلمان کار بسیار سختی است تا بتوانند بازی های خود را به فروش برداشتند اما این راهی است که لاجرم باید رفت زیرا اگر تزوییم ۳ یا ۴ سال دیگر تنها تولیدکننده ای هستیم که همه چیز را خودمان می سازیم، البته وجود بازار داخل را نیز نمی کنیم در برخی اوقات هم اولین قدم است ولی نهایت امر گرفتن سهمی از بازارهای جهانی است حالا این بازار ممکن است بازار اندروید باشد، بازار کامپیوتر یا کنسول باشد. در حال حاضر ۲ یا ۳ سال است در این مسیر گام برداشتمیم. که به بازی سازهایمان ثابت کنیم، شما شجاعت و توانایی این را دارید که با شرکت های ناشر خارجی و بازی سازهای خارجی ارتباط بگیرید. یکی از بزرگ ترین علت های برگزاری فستیوال TGC این است که در بحث بازی های ایزو وله و منفک نشیدیم، ۷۰ یا ۸۰ نفر از بهترین بازی سازهای دنیا به ایران می آیند تا بتوانیم از آن ها کسب تجربه کنیم. همچنین می توانیم بازی های خود را به آن ها ارائه دهیم، شاید بازی ناشر خارجی پیدا کردد تا بازی خود را پیروشند. ما ایرانی ها هستیم که مجبور شدیم مدام در داخل کشور کار کنیم ولی شما به کشورهای در حال پیشرفت و توسعه یافته بروید، می بینید به راحتی از یک کشور به کشور دیگر ارتباط های جهانی برقرار می کنند و اتفاق های بزرگی هم رقم می خورد ما سعی کردیم در راستای برگزاری فستیوال TGC این گام را برداریم استقبال بسیار خوبی هم شد آمار و ارقام آن را حتماً شنیدید. ۱۵۰۰ نفر امسال حضور داشتند، هزینه ها کمتر و درآمدناها بیشتر شد و مزایای زیادی که در بین بحث نمی خواهیم به آن بپردازیم، رفع خورد.

برآیند تمام این اتفاقات و رویدادها این است که برش از وضعیت تولید بازی ها روی بازی های کامپیوترا شخصی می بینیم، بازی هایی است که با هدف انتشار در بازارهای جهانی ساخته می شود و این خبر خلیل خوبی است، بازی هایی همانند «بیستون»، «سرنوشت»، «فرزندان مورتا» و بازی های دیگر مثل قیلیپن قیلیپ و بازی های دیگر، این ها سعی دارند برای بازارهای جهانی «بازی» بسازند و این خبر مثبتی است زیرا نشان دهنده سیاست ها و خط مشی بیناد است که باعث شده بازی سازها به توانایی هایشان وقف باشند. خبر بهترش این است یکی دو تا از این بازی ها در حال حاضر ناشر پیدا کرده بودند یعنی این طور تیوه که بسازند و روی زمین بمانند و بگوییم از خواهیم آن را چه کار کنیم. همچنین بازی «سرنوشت» و «فرزندان مورتا» ناشر پیدا کرده است سعی داریم به این موقفيت ها بسته نکنیم و هدف من این است از بازی سازهای قفل و موفق برای حضور در نمایشگاه های بین المللی حمایت کنیم.

برنامه ریزی های ما در آینده ارتباط های بین المللی با شرکت هایی واسطه ای است و در بخش خصوصی اوردن پول در ایران را تسهیل کنند و ارزآوری در ایران صورت گیرد. گام مهم دیگری هم که دنبال می کنیم، کنترل بازار است اینکه کل سهم بازی های ما بازار بازی های خارجی نشود، یعنی از بازار داخلی خود هم محافظت کنیم که مدام بازی های خارجی بازار را پوشش ندهد و بازی های ایرانی هم در آن حضور داشته باشد.

کم بودن آدم متخصص در زمینه بازی یکی از نقصان های موجود در حوزه بازی های رایانه ای در ایران را تسهیل کنند و چند ارگان دیگر جزء محدود جاهانی است که در این زمینه فعالیت های خوبی در زمینه بازی دارند و می فهمند بازی چیست!

در سال گذشته بزرگترین گام را در این راستا برداشتمیم آن هم عوارض بازی های خارجی را در مجلس شورای اسلامی تصویب کردیم، پیام (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) این عوارض هم در این بود که بازار داخلی را از ورود بازی های خارجی مصنوع بداریم، بخشی از فروش بازی های خارجی را به بازی مازی های ایرانی در ساختار همگرا پوشش ندهیم. خلی از نقدی های هم به بنیاد می شد این بود که می خواهید برای خود مائیش، ساختمان و اموال غیرمنقول بخریدا ولی همگرا را معرفی کردیم و در شورای عالی مرکز ملی فضای مجازی هم مصوب کردیم که ریالی از این بول نباید در امورات جاری هیچ ارجانی - نه تنها بنیاد - خروج شود و تمام هزینه ها باید به بازی سازی ها برسد.

با توجه به اهداف و گام های موثری که دنبال می کنید، این اهداف محقق شده است و تابع راضی بخش است؟

بزرگ ترین آماری که نشان دهنده پیشرفت در این مدت است، ۱۱ درصد سهم بازی های ما از بازار داخل در سال ۹۴ و تبدیل شدن آن به ۱۴ درصد در سال ۹۵ بوده است. ما ۲٪ رشد داشتیم در حالی که جیم بازار هم ۲ برابر شده است، یعنی از ۴۶ میلیارد تومان در سال ۹۴ به ۹۲ میلیارد تومان در سال ۹۶ رسیده است. هم این کیک بزرگ شده هم برش بازی های ایرانی از این کیک بزرگ تر شده است و عملکرد بنیاد باعث شده حداقل بازار داخل را داشته باشیم. از نظر بازار خارج هم مثال زدم در حال حاضر اگر پورتفولیو تولید داخل را بینند و راحت می توانید روی ۴ یا ۵ عنوان بازی دست بگذارید که از نظر تولید بین المللی مقبولیت دارد، جایزه های بین المللی دریافت کردن و تاثیر خارجی پیش کردند، همچنین در تماشگاه های خارج رفتد و وضعیت صادرات ما رو به بهبودی است. قطعاً حمایت های مالی ما از بازی ها بی تأثیر نبوده است زیرا ما از بازی که در بازار چهانی موقوفیت کسب کرده ۱۵۰ میلیون تومان حمایت کرده بودیم.

سعی کردیم بازی هایی که با محور صادرات ساخته می شود را حمایت کنیم و نتیجه آن موقوفیت بازی «هرزنوشت» بود، این بازی جایزه صادرات محور بنیاد را به ارزش ۱۵۰ میلیون تومان گرفت. در حالی که این شرکت در شر夫 از هم پانصد بود قطعاً اگر بنیاد آن را نشانایی و به آن کمک نمی کرد این شرکت توئینایی بازاری مجدد خود را نداشت اما با حمایت ها بازی خود را ساخت همین چند وقت پیش با ناشر اروپایی قرارداد بست و بازی آن ها تا ۳ یا ۴ ماه دیگر در بازارهای جهانی منتشر می شود در واقع حمایت های هدفمند بنیاد منتج به سمت تولید داخل برای خارج از کشور شده است.

هدف اصلی شما این است که بیشتر بازی های جهانی شود؟ یعنی قرار نیست در زمینه بازی ها به بومی سازی برسیم؟ هدف غایی جهانی شدن بازی ها است؟ بلطفاً هدف غایی ما گرفتن سهم بیشتری از بازارهای جهانی برای بازی های داخلی است. در این هدف تولیدکننده یک بازی ممکن است در مسیرش برای تولید داخل اتری را پسازد و بعد در بازار خارجی هم ورود پیدا کند، ولی یک بازی هم ممکن است تها هدف اش بازار خارجی باشد، هر دو مسیر وجود دارد.

یعنی این طور نیست به طور قطعی بگوییم بازی را برای داخل و بعد برای خارج از کشور بسازید، واقعیت بازار گواه این موضوع است، بازی هایی که در داخل ساخته می شود، به سختی در خارج به فروش می رسد. نه به این خاطر که ایرانی هستند بلکه ایلان هایی در بازی به کار رفته که تنها برای مطلق ایرانی ها ساخته شده است و آن مقاومیت و ایمان ها در بازار خارج گنج و میهم است. لازم نیست طراحی خلی بزرگ برای یک بازی انجام دهید، برخی اوقات با آهنگ و لباس قومیت های ایرانی و تیسان آنی، گیم داخلی کشور از بازی به وجود می آید، اما فرد خارجی با دیدن بازی متوجه نمی شود و برایش معنای خاصی ندارد.

ووضعیت بازی ها به گونه ای است که بازی هایی برای بازارهای بین المللی ساخته می شوند، فروشان در بازار ایران زیاد نبوده است و بازی هایی که در داخل ایران فروش زیادی داشتند در بازار خارجی موقوفیت خاصی برایش رخ نداده است و این اتفاقات عجیب وجود دارد. در بحث بازی ها در بازار رقبای قرار گرفته ایم که با شرایط ارزی موجود در کشور همه چیز تغییر پیدا کرده است. به طور کلی صادرات خلی میهم است زیرا با الارزین قیمت ارز، هزینه تولید در ایران غیر از خرید کامپیوتر تأثیر دیگری در قیمت ارز بر روی آن ندارد. بنابراین اگر بتوانیم تولید خوب داشته باشیم و درآمد ارزی کسب کنیم، به نفع ما خواهد بود.

با توجه به شرایط کنونی و مسائل بیش از ارزی در جامعه به لحاظ حمایتش چه کمبودها و نقصان هایی وجود دارد چه در روش، فرم و مواجهه بنیاد بازی سازان بالآخره دشواری هایی در سیزیر اهداف شما وجود دارد با توجه به این که در بازار جهانی می بینیم خارجی ها سابقه بیشتری به لحاظ کیفیت و تکنیک دارند و بیشترنده تراز ما هستند، برای رفع این موانع و برداشتن نقطه ضعف ها چه راهکاری اتخاذ کردید؟

کم بودن آدم مشخص در زمینه بازی یکی از نقصان های موجود در حوزه بازی های رایانه ای در سازمان ها و ارگان های دیگر است، بنیاد و چند ارگان دیگر جزء محدود جهانی است که در این زمینه فعالیت های خوبی در زمینه بازی دارند و می فهمند بازی های زیاد را ممولاً زمانی که زنگ ارگان های دیگر را من زنیم یا از بازی سروشته ای ندارند یا آن را بسیار کلی و کوچک می پندازند یا تنها جنبه های سلیم را می نگرند، در کل نگاه خوبی به بازی ندارند و می گویند «اوه بازی!» زمانی به سازمانی رفته بودم که جایگاه مهمی هم داشتند قصد داشتیم آن ها را برای همکاری و کمک به بازی سازان آشنا کنیم فردی که به عنوان مسئول در آن جا حضور داشت، گفت «اگر به من بود کلا جلوی هر چه بازی چه ایرانی و خارجی را می گرفتم، زیرا بازی بچه ها را از زندگی می اندازد و مشکلات فروانی ایجاد می کند و نفس آن بد است».

بزرگترین مشکل دیگر این است که بازی یک مستله چندوجهی در دنیا است و باید حوزه های مختلف به کمک آن بیاند. البته وزیر ارشاد شورای هماهنگی تشکیل داده که در این شورا ۲۲ تهداد حضور دارند، هدف بنیاد و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای تشکیل این شوراه شکستن این مشکل است که آگاهی نداشتن را جایگزین آگاهی بخشی کنند. اگر سازمانی یا تهادی قصد دارد مشکلی از مبحث بازی سازی را حل کند در اینجا باید اطلاعات کامل از حوزه بازی و مشکلات و راهکارها داشته باشد. یعنی حکایت آن فیل در اتاق خاموش نباشد، یکی پایش را می بیند، یکی خرطوم و یکی عاجش را، این بازی است با همه شکل و شماشیش، قسمی از آن آموزش و پرورش است قسمی از آن مستله فرنگی است، قسمی از آن صنعته کارآفرینی و هم افزایی در این زمینه داشته باشیم. موارد دست به دست هم می دهد و بازی را می آفیرند. نباید تنها تکه ای از آن را دید، شما فرض کنید اگر به سمت آموزش و پرورش برویم می گویند بازی برای کودکان است، اگر با گیمرها صحبت کنیم می گویند بازی فقط برای بزرگ ترها است، در درجه اول باید بازی را به طور درست و کامل به همه ارگان ها معرفی کنیم بعد برآسانس برتابه هایی که داریم همه کارهایی که باید انجام شود را پایی یک میز مشترک بیاوریم و هم افزایی در این زمینه داشته باشیم. مشکل دیگر اینکه در مسیری که می خواهیم به سمت جهانی کردن بازی برویم، کار خلی سختی داریم تحریم های آمریکا و مسلطی که حول و حوش این موضوع شکل می گیرد. دیگر بحث اختبارات است این اختبارات بنیاد در سال تقریباً ۱۰ میلیارد می رسد، ۱۰ میلیارد دیگر می ماند، برای اینکه حمایت کنید تماشگاه برگزار کنید، تبلیغات کنید، بازی رده بندی سئی کنید، پژوهش داشته باشید، بازی سازها را آموزش دهید. اما این اهداف با درآمدها نمی خواهد و کفای نمی دهد. برای همین به دنبال حمایت های دیگر ارگان ها برویم. اما می بینیم عزم بسیار جدی در حوزه بازی در (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) کشور وجود ندارد تا برای بازی سرمایه گذاری کنند. اینکار کشور مشکلات دیگری دارد و فرصت رسیدگی به حوزه بازی ها را تدارد. ما نزدیک به عیا ۷ سال است که بر روی بازی ها بندی سنی را درج می کنیم در حالی که هیچ نهاد دیگری در کشور پیدا نمی کنید که این همه محصول را رده بندی مبنی کند. پس بنیاد وظیفه خود را انجام می دهد و آن بررسی بازی ها و رده بندی سنی است. چرا خانواده ها از رده بندی سنی مطلع نیستند؟ چون فرهنگ سازی تشنه است. چه کسی باید برای این فرهنگ سازی فعالیت داشته باشد؟ سازمان ها و ارگان های دولتی همانند شهرداری، صداوسیما و ... اگر هم نمی خواهند قابلیت داشته باشند باید سرمایه گذاری کنند و هزینه آن را پیرا نمایند تا این فرهنگ سازی در جامعه ایجاد شود. دیگر از توان بنیاد برتری اید که بخواهد از بازی ساز حمایت کند، رده بندی سنی را لحاظ کند، پژوهش داشته باشد، آموزش به بازی سازان بدهد پول هم خرج کند تا رده بندی سنی را به خانواده ها معرفی کند

در این یک سال و نیم گذشته، فقط به رده پندی سنی اکتفا نکردم که می‌گوییم خشونت یک بازی، ۲ از ۵ است تقریباً بازی خشن محسوب می‌شود اگر خشونت ۱ از ۵ است، مهارت بازی اش ۵ از ۵ است. هر چه این ۵ به سمت ۵ برود، یعنی این بیشتر است. خشونت ۳ از ۵ است یعنی تقریباً بازی خشن محسوب می‌شود اگر خشونت ۱ از ۵ است بازی در رده خشونت حساب نمی‌شود. اگر بازی هایی که با مجوز بنیاد هولوگرام دارند و در مقایسه‌ها به فروش می‌رسند، کاور بازی را برگردانید این ۵ علامت را آن پایین می‌بینید که ما به آن پیکتوگرام می‌گوییم. این ارتقاء بحث سواد بازی است. اما در حوزه سلیمانی اعتقاد دارم این مستلزم ۱۰ درصد در کشور ما جواب نداده و نمی‌دهد، شما ببینید برای قیلتر کردن فضای مجازی هیچ گونه اتفاقی صورت نگرفت یعنی ما باستن و فیلتر کردن چیزی نصی توانیم جلوی آن را بگیریم مگر آن که فرهنگ سازی درستی در آن خصوص انجام شود، پس هدف ما موضوعات سلیمانی تیست! ولی بنیاد هر هفتنه در بازار است و به کمک نیروی انتظامی، بازی های غیرمجاز را جمع می‌کند و هر روز در حال رسیدگی لینک های غیرمجاز است و اگر محتوای نامناسبی در آن وجود داشته باشد با آن پرخورد می‌شود.

بنادرید مثالی بز نم در آمریکا هیچ گونه الزامی برای رده پندی سنتی وجود ندارد حتی مجوز بازی هم اجباری نیسته، بازی را می سازد و می فروشد حالا اگر رده پندی سنتی نداشته باشد مردم اعتماد نمی کنند و آن محصول را به هیچ وجه نمی خرد گرفتند محصولی را برای کودکان شان بخورد که رده پندی سنتی دارد، ولی در ایران ۵ درصد خاتوانده ها به رده پندی سنتی توجه می کنند ۵ درصد دیگر هیچ توجه ای به این موضوع ندارند. این بر اساس آخرین پیمایشی است که پارسال انجام دادیم، ما باید چه کار کنیم؟ باید ۲ کار انجام دهیم یک - ایزار مناسب را در اختیار خاتوانده ها قرار دهیم که انتخاب هوشمندانه داشته باشند، ایزار مناسب یعنی رده پندی سنتی، سایتی که همه بازی هایی که رده سنتی در آن قرار گرفتند، وجود داشته باشد و ایلیکیشن آن در دسترس باشد البته زیر اطلاعات رده پندی سنتی در سایت «سرا گیمز» وجود دارد، دو آگاه سازی بجهه ها در مدارس است در این زمینه تفاهم نامه ای با وزارت آموزش و پرورش امضاء شده، که یکسری کانون در سراسر کشور وجود دارد این کانون ها را می خواهیم پایلوت در تهران فعال کنیم تا در حوزه بازی هم ورود کنند، از هر مدرسه یک دانش آموز انتخاب کردیم تا او پیام رسان بازی های مناسب در مدرسه برای ما باشد و اسم آن را «سفیران بازی» در مدرسه گذاشtem. اقانی کریمی قلعوسی شما درباره کارهای سلیمانی درست گفتید که خیلی جوابگو نیست اما در مورد کارهای ایجادی بپرسم که تا چه اندازه بازی مناسب و جذابی ارائه شده که مخاطب تواند از بازی داخلی دل بکند و به سراغ بازی خارجی برود؟

پیش مسأله با توجه به اینکه کسی، از آن بازی بدبختی خود بازی به لحاظ اجمالی، این قابلیت را دارد، راهکار شما در این موارد چیست؟

سوال خیلی خوبی مطرح کردید، سعی من کنیم تخصصی ترین جواب ممکن را به شما بدهم زیرا نصیحت خواهیم کلی گویی کنیم. اولاً باید بازاری که بازی در آن ارائه می شود را بینیم و مدنظر من بازار بازی های موبایل، کنسول و کامپیوتر است. بازار بازی های کامپیوتر به حدی عناوین پرزق و برق در آن ها وجود دارد که هیچ وقت تمنی توایم به این ها بررسیم، بسیار کار سختی است. این قدر پروداکشن های بزرگ و پرزق و برقی وجود دارد که همانند فیلم های هالیوودی است. مثلاً ما هیچ وقت نصیحت توایم «لوتجرز» یا «دلرد آف د رینگر» بازیم. ما من توایم پیشتر به سمت ساخت فیلم های اجتماعی برویم. بازار بازی های کامپیوتراًی عمده اش، آن فضای است این همان گل درشت هایی است که گفتگید اگر رفیق وارد پروداکشن ها شدیم احتمالاً ضرر می کنیم، کما اینکه تقریباً غیر از «گرفشاسب» که اولین بازی ایرانی بود، اکثر بیک پروداکشن هایی بازی در ایران در بازار داخلی ما نفوذ چڑا چون ما کمی رایت تاریخی، علم اش این است که آن بازی در ایران ارزان است، آن بازی ۱۰ هزار تومان است بازی ایرانی هم ۱۰ هزار تومان است و نصیحت فروشند. با وجود گران شدن ارز بازی خارجی یک میلیون تومان می شود و بازی داخلی ۲۰ هزار تومان، بدون شک بازی داخلی می فروشد.

و ضعیت کشور ما این در حوزه بازی های موبایل ساخته شده، در بازار داخل موفق است در بازار خارج خیلی موفق نشستند. بازی های کامپیوترا که در برخه زمانی برای بازارهای خارج ساخته می شود و اتفاقاً موفق شدند در بازار داخل طرقدار تدارنده دلیل غماشتن کمی رایت در زمینه بازی های کامپیوترا لطمه خوردیم و نمی توانیم با بیگ پروداکشن ها مقابله کنیم، حرفة ای های بازی کامپیوترا اکثر آییگ پروداکشن بازی می کنند (زادمه دارد ...)

(ادامه خبر) - الیته ۶ یا ۷ سال پیش در تبود موبایل کزوال گیمرها به بازی های کامپیوترا سوق پیدا کرده بودند که در حال حاضر کزوال گیمرها بر روی موبایل بازی های کامپیوترا سیار بالا است پس ما در بازار بازی های موبایل می توانیم موفق عمل کنیم و سطح خود را ارتقا دهیم، اگر لست پرفروش ها را نگاه کنید ۱۰ پرفروش اول کافه بازی ۴۳ بازی ایرانی در آن وجود دارد، پس در بازار موبایل می توانیم دالقه مخاطب را در بیاوریم بازی های مانند «آمیرزا»، «کویز آف کینگ»، «باقلو» جزء بازی هایی است که در انتخاب های اولیه مردم قرار می گیرد و محصول خارجی هم نیستند، دریاره بازار کنسول هم ما هیچ ورودی در آن نداریم زیرا مشمول تحریم هاست و نمی توانیم برای کنسول بازی پسازیم، الیته دستگاه های ساخت بازی برای کنسول باید مستقیماً توسط سونی و مایکروسافت فرستاده شود که دستگاه ها شامل تحریم ها است و برای ایران فرستاده نمی شود، کسی هم بخواهد به ایران بیاورد با هزارتا سلام و صلوات باید وارد کند، پس وضیعت کشور ما این است، بازی های موبایلی ساخته شده، در بازار داخل موفق است در بازار خارج خیلی موفق نشدند.

بازی های کامپیوترا که در برده زمانی برای بازارهای خارج ساخته می شود و اتفاقاً موفق شدند در بازار داخل طرفدار ندازند، با توجه به سوال شما که جواب دادنش سیار مفصل است باید به این موضوع هم اشاره کنم که در سال ۹۴ و ۹۶ با ریزش وحشتناک مخاطب بازی های کامپیوترا مواجه بودیم، در حال حاضر ۱۶درصد گیمرها، بازی کامپیوترا می کنند باقی آن ها بازی هایشان موبایلی است که این امر هم هزار دلیل دارد که یکیش اقتصادی است، شما تصور کنید برای تهیه و پستن بازی کامپیوترا نزدیک به ۱۵میلیون هزینه باید شود که در صورتی که با ۲ یا ۳ میلیون خرد گوشی هواوی می توان بازی را بر روی آن بازی کرد، بنابراین بحث میشی و اقتصادی در این امر دخیل است.

پس هدف شما بازار بازی های موبایلی است؟

ما معتقدیم بازار داخل ما را بازی های موبایلی جواب می دهد، هدف ما برای بازی های کامپیوترا، تولید یک بازی مولتی پلیر آنلاین است، از نظر ما یک بازی آنلاین مولتی پلیر می تواند بازار کامپیوترا مان را نجات دهد و به دلیل هزار هزینه که دارد تمام تعریف کرمان را روی این موضوع گذاشته ایم، احتمالاً سرووش در ایران و سرعت بازی کردنش بهتر است، اگر یک بازی با کیفیت مناسب مولتی پلیر، ساخته شود ما در بازار داخل از نظر بازی های کامپیوترا دچار تحول جدی می شویم، باید بینیم سیاست های بنیاد در یک سال آینده به کجا می رسد، ما حمایت خود را از کسانی که بازی آنلاین مولتی پلیر می سازند، شروع کردیم و کارهایی هم انجام شده است.

۱۴۴

econews

## ایران از بازار جهانی بازی سه می خواهد/ فلاش برای افزایش سواد بازی (۱۴۰۸-۰۷-۱۸/۲۲)

**اقتصاد ایران: حسن کریمی قلوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه می گوید: زمانی که در خصوص بازی از ارگان های دولتی درخواست همکاری کردیم، گفتند اگر به ما باشد جلوی تمام بازی های خارجی و ایرانی را می گیرید...**

خبرگزاری مهر - گروه فرهنگ -

بنیاد ملی بازی های رایانه ای نزدیک به ۱۰ سال است که در حوزه بازی های ویدئویی، رایانه ای و موبایلی فعالیت دارد و به لحاظ ساختاری، مهم ترین نهاد فرهنگی کشور در زمینه بازی های رایانه است، عملکرد این نهاد در دوره های مختلف با نظرهای مختلفی متفاوتی روبرو بوده است، کریمی قلوسی حمایت از بازی سازان، شفاف سازی و شایسته سالاری در عملکرد بنیاد را جزو سیاست های اصلی شان می داند هر چند که کمی تأمیناتی معتقد است که در بازار بازی های کامپیوترا به حدی عناوین پرزور و برق در خارج وجود دارد که هیچ وقت نمی توانیم به آن ها برسیم، گفت و گوی تفصیلی مهر با حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه می آید:

اقای کریمی قلوسی، در اینجا از فعالیت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای یگویید، گویا در حال تحولاتی هستید و با توجه به اینکه هرم همگرا یا سایت همگرا برای حمایت از بازی سازان راه اندازی شده است در همگرا چه اتفاقاتی رخ خواهد داد و تا چه اندازه برای بازی سازان مفید است؟

۱۰ سال پیش بنیاد ملی بازی های رایانه ای براساس مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی تأسیس و متولی حوزه بازی های رایانه ای در داخل کشور شد، نقش بنیاد صرفاً حمایتی بود اما از سال ۱۳۹۰ مسال حاکمیتی و موضوعات اعطا می گوزه اند به آن سپرده شد، به طور مشخص ۴ سوتن اصلی بنیاد حمایت، نظرت، آموزش و پژوهش است، الیته آموزش و هدایت فرهنگی با هم انجام می شود و بحث فرهنگ سازی که از جنس آموزش و پرورش قرار می گیرد در بنیاد سه خط مشی اصلی را پیگیری می کنیم که اولین آن بحث «حمایت، شفاف سازی و شایسته سالاری» بازی سازها است، در کشور در نهادهای حاکمیتی عادت کردهی روحی طرح، کاغذ حرف، سفارش و مسائل از این دست حمایت کنیم، با توجه به اینکه بنیاد ملی بازی های رایانه ای سعی داشت از فضاهای حائزه ای به دور باشد اما همیشه شک، شبهه و شایله های وجود داشت که اگر به برخی تولیدکننده ها حمایت هایی تعلق می گیرد چرا به عده ای دیگر این حمایت ها صورت نمی گیرد، در پس آن قضیه چه مسائلی وجود دارد که در جیمه حمایتی قرار نمی گیرد؟

یک سال و نیم پیش تصمیم گرفتیم طرحی را به جنبه حمایت برای بازی سازان داشته باشد در اینجا اسم این طرح «هرم حمایت» نام گرفت اما بعد از مدتی با تغییر نام به «همگرا» فعالیت خود را گسترش داد، ساختار حمایت همگرا، چارچوبی شفاف و شایسته سالاری دارد به این معنی که همه بازی سازها و تیم های بازی سازی سالیانه در این ساختار حمایتی همگرا نیستند اما کنند تا براساس پارامترهای مختلف ارزیابی شوند و امتیازهایی می گیرند آن ها براساس این امتیازها، اعتباری کسب می کنند و بعد از آن در طول سال مثلاً نزدیک به ۱۰۰ یا ۲۰۰ گرفت دریافت می کنند آن ها این مقادیر بودجه را به صورت مستقیم تقدی دریافت نمی کنند، تقریباً ۲ ریفت حمایتی وجود دارد که باید در زمینه ساخت بازی از آن ها استفاده کنند یا به عنوان هزینه پرستی، استودیو صدا، استودیو تصویربرداری، موسیقی، خرید لایسنس یا حضور در نمایشگاه داخلی و خارجی مصرف می شود، تمام این موارد به عهده مستول پروژه است که قصد دارد هزینه های دریافتی را در کدام بخش از حوزه کاری این مصرف کند.(ادامه دارد ...)

(ادامه خبر) - ما نمی‌توانیم با کارت شتابمان از فروشگاه‌های اینترنتی خارجی و جهانی خرید کنیم یعنی یک بازار داخلی برای ما شکل گرفته است که به سختی می‌توانیم بازی هایمان را در بازارهای جهانی منتشر کنیم این که مقدار هزینه‌ها برای خلق آثار به تولید کننده‌ها قرار می‌گیرد اما پولی دریافت نمی‌کند یعنی چه؟ روش این را توضیح می‌دهید؟ البته شما بر واژه شایسته سالاری بسیار تاکید دارد این شایسته سالاری بر چه موضوعی تمرکز دارد؟

بینید یعنی ۱۰۰ میلیون بودجه متعلق به بازی ساز است اما در دست بنیاد قرار می‌گیرد به عنوان مثال بازی ساز قصد دارد در استودیو صدا، موسیقی اثر خود را ضبط کند، قراردادش را می‌بندد و هزینه آن ۲۰ میلیون تومان است که از سقف حمایت اش بیشتر نمی‌شود این هزینه پرداخت می‌شود یا اینکه افرادی را برای گسترش کارش استخدام می‌کند اما هزینه آن را تدارد می‌پول را به کسی می‌دهیم که در آن جا استخدام می‌شود در نتیجه هزینه تماماً در راستای ساخت بازی خود می‌شود

نکته مهمی که اینجا وجود دارد می‌گوییم براساس شایسته سالاری، یعنی عقبه یک شرکت یا تیم را بررسی می‌کنند تا یک کاغذ را، مثلاً در ۳ یا ۴ سال گذشته تیم چه کارهایی را انجام داده است؟ چه بازی‌هایی را ساخته است؟ چند پرسل دارد؟ مقولیت‌ها روی ساخت هایی همیشی بوده است؟ هدف ساختار حمایت همگرا ارتقا دادن به شرکت‌های بازی ساز است زیرا هر میزان ارتقا پس از کنند حمایت بیشتری می‌شود. اگر طی سال‌ها شرکت‌ها ارتقا پیدا نکنند، حمایت کمتری می‌گیرند و اگر حمایت کمتری شوند ممکن است تا دو سال حمایت آنها کنسل شود زیرا توanstند هیچ گونه ارتقا و رشد کاری در آثارشان داشته باشند در کل همگرا، هدف این ایجاد یکسری شرکت‌های بزرگ بازی سازی است و بیشتر برای حمایت از تیم‌های بازی ساز کوچک حرکت می‌کند، این اولین خط مشی می‌در حمایت از صنعت بازی‌ها است. تمام این موضوعات در چارچوب همگرا قرار می‌گیرد و از هیچ تیم بازی سازی خارج از همگرا سفارش نخواهیم گرفت.

تماماً حمایت‌هایی که بنیاد از بازی سازان انجام می‌داده در چارچوب ساختار همگرا قرار گرفته است؟ یا مسائل حمایتی با یکدیگر فرق دارد؟ به غیر بحث حمایت خط مشی و سیاست‌هایی که بنیاد در آن راستا برای ارتقای بازی‌ها فعالیت می‌کند، چیست؟

همگرا یک پروژه و برنده زیر نظر بنیاد است که توسط معاونت وزارت ارشاد حمایت می‌شود همانند این سایت‌ها قصد شفاف سازی و شایسته سالاری را در حمایت‌ها ایجاد کرده است. گفتنم ها به این شکل خواهد بود که اگر کسی به ما تابع ای بزند و درخواست حمایت کرده باشد جواب ما به او این است که در سایت همگرا ثبت نام کنید. زمانی که در سایت همگرا ثبت نام می‌کنند اطلاعاتشان در سایت درج می‌شود تمام حمایت‌هایی که از بازی‌ها می‌شود در سایت قرار می‌گیرد و معلوم خواهد شد که همگرا از چه بازی‌هایی حمایت کرده است. دو مبنی هدفی که در این بخش بازی‌ها دنبال می‌کنیم؛ بحث بین المللی کردن صنعت بازی است. به صورت جدی اعتقاد داریم که بازار بازی‌های رایانه‌ای یک بازار جهانی است زیرا در همه جای دنیا این مبحث جهانی شده است. البته کشور ما به واسطه یکسری تحریم‌ها و مشکلات از این بازار جهانی منعک شده و مجبوریم گفت کارت گوگل پلی، گیفت کارت استیم را بخریم که برای ایران نیست و برای امریکا و اروپا است. معمولاً در بحث بازی‌ها مطلعه ای وجود ندارد و به جرات می‌گوییم ایران و چین در بازار منطقه‌ای وارد شده اند. چین به خواسته خودش وارد این بازار شده زیرا نزدیک به ۳ میلیارد و خوده ای جمعیت دارد و مرز را بسته است چین بازی می‌سازد و نزدیک به ۲ میلیارد و خوده ای هم یوزر دارد، دیگر کشورهای تولیدکننده بازی هم باید از چین خواهش کنند تا بازی‌هایشان را در چین پیشوازند. چین هم قواعد بسیار سختی دارد که نمی‌گذرد شما به راحتی خود را در چین بفروشید خلیل بروسه پیچیده‌ای دارد ایران شاید خودش نمی‌خواسته ولی مجبور شده بازار منطقه‌ای در داخل داشته باشد و بازار منطقه ما ۸۲ و ۸۳ میلیون نفر جمعیت کشور است.

هدف شما در بخش بازی سازی و حمایت از بازی سازان به چه شیوه‌هایی است با توجه به اینکه سیاست‌های بنیاد را بیان کردید، یعنی هدف گسترش یافتن بازی‌ها در بازار خارجی است یا بازار داخلی؟ با توجه به مشکلات ایجاد شده در حوزه اقتصادی چه راهکاری در بازارهای خارجی اتخاذ شده است؟

بینید، ما نمی‌توانیم با کارت شتابی که داریم، از فروشگاه‌های اینترنتی خارجی و جهانی خرید کنیم یعنی یک بازار داخلی برای ما شکل گرفته است که به سختی می‌توانیم بازی هایمان را در بازارهای جهانی منتشر کنیم، باید حتماً خارج از کشور شرکت بیزیم که حتی به نام ایران هم نباشد، مسائل استفاده مالی در آن جا وجود دارد و از این نوع مشکلات هست، اما در کشورهای در حال پیشرفت همانند ترکیه چین مفاهیم وجود ندارد که احصارها بازی‌ها را در کشور خود منتشر کنند، بازی که ساخته می‌شود بر روی گوگل پلی، استیم، آپ استور و... قرار می‌دهند مشکلی که وجود دارد، مارکت‌های داخلی همچوین این بزرگ نیست و سرعت رشدش هم کم است، ضمن این که با آمدن بازی‌های خارجی، سهم بازی سازی‌های داخلی ما را کم می‌کند یا مسائل اقتصادی که امروزه مردم با آن دست وینچه ترم می‌کنند ممکن است سبد محصول خانواده را از بازی خالی کنند، یا فردی در گیر مساله روزمره اش می‌شود و هزینه کمتری برای بازی خرج می‌کند در نتیجه اگر بخواهیم تمام تمرکزمان را در بازار داخلی بگذاریم در آینده صنعت ما وضعیت خوبی خواهد داشت. هل دانی بازی سازها به سمت بازار خارج و تسهیل فضای کسب و کارشان مسلماً کار بسیار سختی است تا بتوانند بازی‌های خود را به فروش برسانند اما این راهی است که لاجرم باید رفت زیرا اگر ترویم ۳ یا ۴ سال دیگر تنها تولیدکننده ای هستیم که همه چیز را خودمان می‌سازیم، البته وجود بازار داخلی را نیز نمی‌کنیم در برخی اوقات هم اولین قدم است ولی نهایت امر گرفتن سهمی از بازارهای جهانی است حالا این بازار ممکن است بازار اندرورید باشد بازار کامپیوترا یا کنسول باشد. در حال حاضر ۲ یا ۳ سال است در این مسیر گام برداشتمیم. که به بازی سازهایمان تابت کنیم، شما شجاعت و توانایی این را دارید که با شرکت‌های تاثیر خارجی و بازی سازهای خارجی ارتباط پیغیرید. یکی از بزرگ ترین علت های برگزاری فستیوال TGC این است که در بحث بازی‌ها ایزووله و منعک نشیدیم، ۷۰ یا ۸۰ نفر از بهترین بازی سازهای دنیا به ایران می‌آیند تا بتوانیم از آن‌ها کسب تجربه کنیم. همچنین می‌توانیم بازی‌های خود را به آن‌ها ارائه دهیم، شاید بازی سازها، تاثیر خارجی پیدا کرددند تا بازی خود را پیروشند. ما ایرانی ها هستیم که مجبور شدیم مدام در داخل کشور کار کنیم ولی شما به کشورهای در حال پیشرفت و توسعه یافته بروید، من بینید به راحتی از یک کشور به کشور دیگر ارتباط‌های جهانی برقرار می‌کنم و اتفاق های بزرگی هم رقم می‌خورد ما سعی کردیم در راستای برگزاری فستیوال TGC این گام را برداریم استقبال بسیار خوبی هم شد آمار و ارقام آن را حتماً نشیدیم، ۱۵۰۰ نفر امسال حضور داشتند، هزینه‌ها کمتر و درآمدنا بیشتر شد و مزایای زیادی که درین بحث نمی‌گنجید و نمی‌خواهیم به آن بپردازیم، رقی خود.

پرآیند تمام این اتفاقات و رویدادها این است که برپی از وضعیت تولید بازی‌ها روی بازی‌های کامپیوترا شخصی می‌یعنی، بازی‌هایی است که با هدف انتشار در بازارهای جهانی ساخته می‌شود و این بجز خلیل خوبی است. بازی‌های همانند «بیستون»، «سرنوشت»، «فرزندان مورتا» و بازی‌های دیگر مثل فیلمین فیلیپ و بازی‌های دیگر، این‌ها سعی دارند برای بازارهای جهانی «بازی» بسازند و این خبر مثبتی است زیرا تشنان دهنده سیاست‌ها و خط (ادامه دارد..)

(ادامه خبر) - مشی بنیاد است که باعث شده بازی سازها به توانایی هایشان واقف باشند. خبر پهتش را این است یکی دو تا از این بازی ها در حال حاضر تالیر پیدا کردهند یعنی این طور نموده که سازنده و روی زمین بماند و بگوییم می خواهیم آن را چه کار کنیم، همچنین بازی «سرونوشت» و «فرزندان مورتا» ناشر پیدا کرده است سعی داریم به این موقوفت ها بسته نکنیم و هدف ما این است از بازی سازهای فعال و موفق برای حضور در تماشگاه های بین المللی حمایت کنیم.

برنامه ریزی های ما در آینده ارتباط های بین المللی با شرکت های واسطه ای است و در بخش خصوصی اوردن پول در ایران را تسهیل کنند و ارزآوری در ایران

صورت گیرد. گام مهم دیگری هم که دنبال می کنیم، کنترل بازار است اینکه کل سهم بازی های ما بازار بازی های خارجی شود، یعنی از بازار داخلی خود هم

محافظت کنیم که مدام بازی های خارجی بازار را پوشش ندهد و بازی های ایرانی هم در آن حضور داشته باشد.

کم بودن آدم مخصوص در زمینه بازی یکی از نقصان های موجود در حوزه بازی های رایانه ای در سازمان ها و ارگان های دیگر است، بنیاد و چند ارگان دیگر

جزء محدود جاهایی است که در این زمینه فعالیت های خوبی در زمینه بازی دارند و می فهمند بازی چیست؟

در سال گذشته بزرگترین گام را در این راستا برداشتیم آن هم عوارض بازی های خارجی را در مجلس شورای اسلامی تصویب کردیم، پیام این عوارض هم در این بود که بازار داخلی را از ورود بازی های خارجی مصنوع بداریم، بخشی از فروش بازی های خارجی را به بازی سازی های ایرانی در ساختار همگرا پوشش پذیریم.

خیلی از نقد های هم به بنیاد می کنند، این محدود جاهایی در زمینه بازی دارند و می فهمند بازی چیست؟

در شورای عالی مرکز ملی فضای مجازی هم مصوب کردیم که ریالی از این پول نباید در امورات جاری هیچ ارگانی - نه تنها بنیاد - خرج شود و تمام هزینه ها باید به بازی سازی ها برسد.

با توجه به اهداف و گام های موثری که دنبال می کنند، این اهداف محقق شده است و تابع راضی بخش است؟

بزرگ ترین آماری که نشان دهنده پیشرفت در این مدت است، ۱۱ درصد سهم بازی سازهای ما از بازار داخل در سال ۹۴ و تبدیل شدن آن به ۱۴ درصد در سال ۹۶ بوده است، ما ۲٪ رشد داشتیم در حالی که جمیم بازی هم ۲ برابر شده است، یعنی از ۴۶ میلیارد تومان در سال ۹۴ به ۹۰ میلیارد رسیده است، هم این کیک بزرگ شده هم برش بازی های ایرانی از این کیک بزرگ تر شده است و عملکرد بنیاد باعث شده حداقل بازار داخل را داشته باشیم، از نظر بازار خارج هم مثال زدم در حال حاضر اگر پورتفولیو تولید داخل را بینند راحت می توانید روی ۴ یا ۵ عنوان بازی دست بگزارید که از نظر تولید بین المللی مقبول است، دارای جایزه های بین المللی دریافت کرده و ناشر خارجی پیدا کرده، همچنین در تماشگاه های خارج رفته و وضعیت صادرات ما رو به بهبودی است.

قطعنا حمایت های مالی ما از بازی ها بی تائیر نبوده است زیرا ما از بازی که در بازار جهانی موقوفیت کسب کرده، ۱۵۰ میلیون تومان حمایت کرده بودیم، سعی کردیم بازی هایی که با محور صادرات ساخته می شود را حمایت کنیم و نتیجه آن موقوفت بازی «سرونوشت» بود، این بازی جایزه صادرات محور بنیاد را به ارزش ۱۵۰ میلیون تومان گرفت، در حالی که این شرکت در شر夫 از هم پانزده بود قطعاً اگر بنیاد آن را نشانیم و به آن کمک نمی کرد این شرکت توانی بازارسازی مجدد خود را نداشت اما با حمایت ها بازی خود را ساخت همین چند وقت پیش با ناشر اروپایی قرارداد بست و بازی آن ها تا ۲ یا ۴ ماه دیگر در بازارهای جهانی منتشر می شود در واقع حمایت های هدفمند بنیاد منتج به سمت تولید داخل برای خارج از کشور شده است.

هدف اصلی شما این است که بیشتر بازی ها چهانی شود؟ یعنی قرار نیست در زمینه بازی ها به بومی سازی بررسی؟ هدف غایی جهانی شدن بازی ها است؟

بله! هدف غایی ما گرفتن سهم بیشتری از بازارهای جهانی برای بازی های داخلی است، در این هدف تولید کننده یک بازی ممکن است در مسیرش برای تولید داخل اتری را بسازد و بد در بازار خارجی هم ورود پیدا کند، ولی یک بازی هم ممکن است تنها هدف اش بازار خارجی باشد، هر دو مسیر وجود دارد.

یعنی این طور نیست به طور قطعی بگوییم بازی را برای داخل و بعد برای خارج از کشور بسازید، واقعیت بازار گوای این موضوع است، بازی هایی که در داخل ساخته می شود، به سختی در خارج به فروش می رسد، نه به این حاطر که ایرانی هستند بلکه ایرانی های در بازی به کار رفته که تنها برای ملاق ایرانی ها ساخته شده است و آن مفاهیم و عالمان ها در بازار خارج گذگ و میهم است، لازم نیست طراحی خیلی بزرگ برای یک بازی انجام دهید، برخی اوقات با آهنگ و لیاس قومیت های ایرانی و تیسان آنی، گیم داخلی کشور از بازی به وجود می آید، اما فرد خارجی با دیدن بازی متعجب نمی شود و برایش معنای خاصی ندارد!

و ضمیم بازی ها به گونه ای است که بازی هایی برای بازارهای بین المللی ساخته می شوند، فروششان در بازار ایران زیاد نموده است و بازی هایی که در داخل ایران فروش زیادی داشتند در بازار خارجی موقوفت خاصی برایش رخ نداده است و این اتفاقات عجیب وجود دارد، در بحث بازی ها در بازار و قابضی قرار گرفته ایم که با شرایط ارزی موجود در کشور همه تغییر پیدا کرده است، به طور کلی صادرات خیلی مهم است زیرا با بالا رفتن قیمت ارز، هزینه تولید در ایران غیر از خرید کامپیوتر تأثیر دیگری در قیمت ارز بر روی آن ندارد، بنابراین اگر بتوانیم تولید خوب داشته باشیم و درآمد ارزی کسب کنیم، به نفع ما خواهد بود.

با توجه به شرایط کنونی و مسائل پیش آمده ارزی در جامعه به لحاظ حمایتی چه کمیودها و نقصان هایی وجود دارد چه در روش، فرم و مواجهه بنیاد بازی سازان! بالاخره دشواری هایی در سیسی اهداف شما وجود دارد با توجه به این که در بازار جهانی می بینیم خارجی ها سابقه بیشتری به لحاظ کیفیت و تکنیک دارند و پیشرفتنه ترا از ما هستند، برای رفع این موانع و برداشتن نقطه ضعف ها چه راهکاری اتخاذ کردید؟

کم بودن آدم مخصوص در زمینه فعالیت های خوبی در حوزه بازی های رایانه ای در سازمان ها و ارگان های دیگر است، بنیاد و چند ارگان دیگر جزء محدود جاهایی است که در این زمینه فعالیت های خوبی در زمینه بازی دارند و می فهمند بازی چیست؟ معمولاً زمانی که زنگ ارگان های دیگر را می زیم یا از بازی سروشته ای ندارند یا آن را بسیار کلی و کوچک می پندازند یا تنها جنبه های سلیم را می نگرند، در کل نگاه خوبی به بازی ندارند و می گویند «اوه بازی!» زمانی به سازمانی رفته بودم که جایگاه مهمی هم داشتند قصد داشتیم آن ها را برای همکاری و کمک به بازی سازان آشنا کنیم فردی که به عنوان مستول در آن جا حضور داشت، گفت «اگر به من بود کلا جلوی هر چه بازی چه ایرانی و خارجی را می گرفتم، زیرا بازی بجهه ها را از زندگی می اندازد و مشکلات فروزان ایجاد می کند و نفس آن بد است».

بزرگترین مشکل دیگر این است که در این زمینه فعالیت های خوبی در دنیا است و باید حوزه های مختلف به کمک آن بایدند، البته وزیر ارشاد شورای هماهنگی تشکیل داده که در این شورا ۲۲ تهداد حضور دارند، هدف بنیاد و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای تشکیل این شورا شکستن این مشکل است که اگاهی تداشتن را جایگزین اگاهی بخشی کنند، اگر سازمانی یا تهادی قصد دارد مشکل از مبحث بازی سازی را حل کند در اینجا باید اطلاعات کامل از حوزه بازی و مشکلات و راهکارها داشته باشد، یعنی حکایت آن قابل در اتفاق خاموش نباشد، یعنی پایش را می بیند یکی خرطوم و یکی عاجش را، این بازی (ادامه دارد...)

(ادامه خبر...) است با همه شکل و شماشیلش، قسمتی از آن مسئله فرهنگی است، قسمتی از آن صنعت، کارآفرینی و مواردی دیگر، یعنی تمام مجموع این موارد دست به دست هم می‌دهد و بازی را می‌آفیند. نایاب تها تکه ای از آن را دید، شما فرض کنید اگر به سمت آموزش و پژوهش برویم می‌گویند بازی برای کودکان است، اگر با گیمرها صحبت کنیم می‌گویند بازی فقط برای بزرگ ترها است، در درجه اول باید بازی را به طور درست و کامل به همه ارگان‌ها معرفی کنیم بعد براساس برنامه‌هایی که باید انجام شود را پایی یک میز مشترک بیاوریم و هم گرامی و هم افزایی در این زمینه داشته باشیم.

مشکل دیگر اینکه در مسیری که می‌خواهیم به سمت چهانی کردن بازی پیش برویم، کار خیلی سختی داریم تحریم‌های آمریکا و مسائلی که حول و حوش این موضوع شکل می‌گیرد، دیگر بحث اعتبارات است این اعتبارات بنیاد در سال تقریباً ۱۰ میلیارد می‌رسد. ۱۰ میلیارد تومن به حوزه بازی در کشور اختصاص داده می‌شود، با اختساب هزینه‌های جاری بنیاد که به طور متوسط در طول سال ۴۰ تا ۵۰ درصد از این ۱۰ میلیارد تومن را می‌گیرد و ۵۰ درصد دیگر می‌ماند برای اینکه حمایت کنید تماشیگاه برگزار کنید، تبلیغات کنید، بازی رده بندی سنتی کنید، پژوهش داشته باشید، بازی سازها را آموزش دهید. اما این اهداف با درآمدنا نمی‌خواند و کفاف نمی‌دهد برای همین به دنبال حمایت‌های دیگر ارگان‌ها برویم، اما می‌بینیم عزم بسیار جدی در حوزه بازی در کشور وجود ندارد تا برای بازی سرمایه‌گذاری کنند، انکار کشور مشکلات دیگری دارد و فرضت رسیدگی به حوزه بازی ها را ندارد، ما نزدیک به ۶ یا ۷ سال است که بر روی بازی ها رده بندی سنتی را درج می‌کنیم در حالی که، هیچ نهاد دیگری در کشور پیدا نمی‌کنید که این همه محصول را رده بندی سنتی کند پس بنیاد وظیفه خود را انجام می‌دهد و آن بررسی بازی‌ها و رده بندی سنتی است، چرا خانواده‌ها از رده بندی سنتی خواهند فضیلت داشته باشند باید سرمایه این فرهنگ سازی فعالیت داشته باشد؟ سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی همانند شهرداری، صداوسیما... اگر هم نمی‌خواهند فضیلت داشته باشند باید سرمایه‌گذاری کنند و هزینه‌آن را پیربدارند تا این فرهنگ سازی در جامعه ایجاد شود. دیگر از توان بنیاد برتری اید که بخواهد از بازی ساز حمایت کند، رده بندی سنتی را لحاظ کند، پژوهش داشته باشد، آموزش به بازی سازان بدهد، پول هم خرج کند تا رده بندی سنتی را به خانواده‌ها معرفی کند، نمی‌توان تمام این‌ها را با هم انجام دادا بنیاد نمی‌داند به کدام موضوع باید بیشتر پیربدارند.

به دلیل نداشتن کمی رایت در زمینه بازی‌های کامپیوترا لطمه خوردیم و نمی‌توانیم با یک پژوهادکشن‌ها بازار جهانی مقابله کنیم.

عموماً یک نگاه صنعتی، تجاری و اقتصادی به نگاه فرهنگی غالب است، اما فرآیند نظارت‌ها، راهکارها و آن کارکردی که به لحاظ فرهنگی بر روی بازی‌ها انجام می‌شود، به چه شیوه‌ای است و آن نگاه نظارتی در مخصوص فرهنگ است به چه صورت اعمال می‌شود؟ همان طور که گفتم بنیاد یکی از واحدی‌ها بحث نظارت و یک واحد دیگر آموزش و فرهنگ سازی است، این دو بخش هستند که در گیر آن دغدغه‌هایی هستند که شما ذکر کردیدا اگر آمار و ارقامی توضیح بدهم، شاید تا به امروز ۱۰ هزار بازی را رده بندی سنتی کردیم، رده بندی سنتی یعنی معلوم کنیم بازی مجاز یا غیرمجاز است یا اگر مجاز است رده ای خواهد بود مثلاً برای مدت ۲ سال خوب است ۱۵، ۱۲، ۷ یا ۱۸ سال خوب است، بنیاد در واقع کار نظارتی ارتقاء فرهنگ عمومی را انجام می‌دهد.

در این یک سال و نیم گذشته، فقط به رده بندی سنتی اکتفا نکردیم ما ۵ یا ۶ تا عنوان برای هر بازی درآوردیم که می‌گوییم خشونت یک بازی، ۲ از ۵ است، ترشی ۳ از ۵ است مصرف مواد مخدوش ۱ از ۵ است، مهارت بازی اش ۵ از ۵ است، هر چه این ۵ به سمت ۵ برود یعنی این بیشتر است، خشونت ۳ از ۵ است یعنی تقریباً بازی خشنی محسوب می‌شود اگر خشونت ۱ از ۵ است بازی در رده خشونت حساب نمی‌شود. اگر بازی‌هایی که با مجوز بنیاد هولوگرام دارند و در مقایسه‌ها به فروش می‌رسند، کاور بازی را برگزیداید این ۵ علامت را آن پایین می‌بینید که ما به آن پیکتوگرام می‌گوییم، این ارتقاء بحث سواد بازی است، اما در حوزه سلیمانی اعتقد دارم این مسئله ۱۰۰ درصد در کشور ما جواب نداده و نمی‌دهد، شما بیشیند برای فیلتر کردن فضای مجازی هیچ گونه اتفاقی صورت نگرفت یعنی ما با یستن و فیلتر کردن چیزی نمی‌توانیم جلوی آن را بگیریم مگر آن که بگیریم این اتفاق در آن مخصوص انجام شود، پس هدف ما موضوعات سلیمانی نیست! ولی بنیاد هر هفته در بازار است و به کمک نیروی انتظامی، بازی‌های غیرمجاز را جمع می‌کند و هر روز در حال رصد کردن لینک‌های غیرمجاز است و اگر محتوای نامناسبی در آن وجود داشته باشد با یک پرخورد می‌شود.

بناراید مثلی بزنم در آمریکا هیچ گونه الزامی برای رده بندی سنتی وجود ندارد حتی مجوز بازی هم اجباری نیست، بازی را می‌سازد و می‌فروشد حالا اگر رده بندی سنتی تداشته باشد مردم اعتماد نمی‌کنند و آن محصول را به رده بندی سنتی توجه می‌کنند ۵ درصد دیگر هیچ توجه ای به این موضوع ندارند، این بر اساس اخرين يهاميشي است که پارسال انجام داديم، ما باید چه کار کنیم؟ باید ۲ کار انجام دهیم یک - ابزار مناسب را در اختیار خانواده‌ها قرار دهیم که انتخاب هوشمندانه داشته باشد، ابزار مناسب یعنی رده بندی سنتی، سایتی که همه بازی‌هایی را رده می‌نماید که رده می‌نماید که ما به آن پیکتوگرام می‌گوییم، این در دسترس باشد البته زیر اطلاعات رده بندی سنتی در مایت «اسرا گیمز» وجود دارد، دو آگاه سازی بجهة‌ها در مدارس است در این زمینه تفاهم نامه‌ای با وزارت آموزش و پژوهش امضاء شده، که یکسری کانون در سراسر کشور وجود دارد این کانون‌ها را می‌خواهیم پایلوت در تهران فعال کنیم تا در حوزه بازی هم ورود کنند، از هر مدرسه یک دانش آموز انتخاب کرديم تا او پیام رسان بازی‌های مناسب در مدارس به این زمینه تفاهم نامه‌ای با وزارت آموزش و پژوهش آغاز شود، آقای کریمی قبوسی شما درباره کارهای سلیمانی درست گفتید که خیلی جواب‌گو نیست اما در مورد کارهای ایجادی بیشتر ممکن که تا چه اندازه بازی مناسب و جذاب ارائه شده که مخاطب تواند از بازی داخلی دل بکند و به سراغ بازی خارجی برود؟ یعنی تماماً با تولید داخلی؟

بله! فرض می‌گیریم توانستیم، فرهنگ سازی را برای خانواده‌ها انجام دهیم که درجهات سنتی را در بازی‌ها لحاظ کنند، به بازی غیرقانونی روی نیاورند و غیره... اگر با همه این پیش فرض ها خانواده‌ها به سمت بازی‌هایی ممتند که بنیاد بر اساس معیارهای کیفی تولید می‌کند، آن بازی به لحاظ فرهنگی چقدر می‌تواند مقید باشد یا هست؟ وقتی آن بازی را خرد و مصرف کرد چقدر به تفعیل کوکش است و دیگر درست نیزی به بازار خارجی ندارد، بیشتر سوال م درباره باز فرهنگی بازی استه، زیبا زمانی که بازی‌هایی ایرانی را نگاه می‌کنیم یکسری اعلان‌های گل درشت، اگزجره و تا حدی ایدئولوژیک وجود دارد که باعث طرد مخاطب نسبت به آن بازی می‌شود نه اینکه کمی از آن بازی بد گوید خود بازی به لحاظ ایجادی این قابلیت را دارد، راهکار شما در این موارد چیست؟ سوال خیلی خوبی مطرح کردید، سعی می‌کنم تخصصی ترین جواب ممکن را به شما بدهم زیرا نمی‌خواهم کلی گویی کنم، اولاً باید بازاری که (ادامه دارد...)

(ادامه خبر...) بازی در آن لرائه می شود را بینیمودن نظر من بازار بازی های موبایل، کنسول و کامپیوتر است. بازار بازی های کامپیوتر به حدی عناوین پژوهش و برق در آن ها وجود دارد که هیچ وقت نمی توانیم به آن راجحتی به آن ها برسیم؛ بسیار کار سختی است. این قدر پروداکشن های بزرگ و پژوهش و برقی وجود دارد که همانند فیلم های هالیوودی است. مثلاً ما هیچ وقت نمی توانیم «ونجرز» یا «د لرد آف د رینگز» بسازیم. ما می توانیم بیشتر به سمت ساخت فیلم های اجتماعی برویم. بازار بازی های کامپیوتری عمده اش، آن فضای است این همان گل درشت هایی است که گفتگی اگر رفیع وارد پروداکشن ها شدیم احتمالاً ضرر می کنیم. كما اینکه تقریباً غیر از «گرشناس» که اولین بازی ایرانی بود، اکثر بیگ پروداکشن های بازی در ایران در بازار داخلی ماقبل خواست چرا؟ چون ما کمی رایت نداریم. علت این است که آن بازی در ایران ارزان است، آن بازی ۱۰ هزار تومان است بازی ایرانی هم ۱۰ هزار تومان است و نمی فروشد. با وجود گران شدن ارز بازی خارجی یک میلیون تومان می شود و بازی داخلی ۲ هزار تومان است و نمی فروشد. با وجود گران

و ضمیمه کشور ما این در حوزه بازی های این گونه است که بازی های موبایل ساخته شده، در بازار داخلی موفق است در بازار خارج خیلی موفق نشدند. بازی های کامپیوتری که در برخی زمانی برای بازارهای خارج ساخته می شود و اتفاقاً موفق شدند در بازار داخلی طرفدار ندارند. به دلیل تداشتن کمی رایت در زمینه بازی های کامپیوتری لطفه خوردیم و نمی توانیم با بیگ پروداکشن های مقابله کنیم؛ حرفة ای های بازی کامپیوتری اکنون بیگ پروداکشن های بازی می کنند. البته ۶ یا ۷ سال پیش در تبدیل موبایل کیوال گیمرها به بازی های کامپیوتری سوق پیدا کرده بودند که در حال حاضر کیوال گیمرها بر روی موبایل بازی می کنند زیرا هزینه های کامپیوتری بسیار بالا است پس ما در بازار بازی های موبایل می توانیم موفق عمل کنیم و سطح خود را ارتقا دهیم. اگر لیست پیروزش ها را نگاه کنید ۱۰ پیروزش اول کافه بازار ۴، ۳، ۲ بازی ایرانی در آن وجود دارد. پس در بازار موبایل می توانیم ذائقه مخاطب را در بیاوریم بازی های مانند «امپرازا»، «کویز آف کیک»، «پرسنیتی»، «هیاتلو» جزو بازی های انتخاب های اولیه مردم قرار می کنیم. در برخی بازار خارجی هم نیستند. در برخی بازار کنسول هم ما هیچ ورودی در آن تاریخ زیرا مشمول تحریم هاست و نمی توانیم برای کنسول بازی بسازیم. البته دستگاه های ساخت بازی برای کنسول باید مستقیماً توسعه سوتی و مایکروسافت فرستاده شود که دستگاه های شامل تحریم ها است و برای ایران فرستاده نمی شود. کمی هم بخواهد به ایران بیاورد با هزارتا سلام و صلوصات باید وارد کند. پس وضیعت کشور ما این است، بازی های موبایل ساخته شده، در بازار خارج خیلی موفق نشدند. بازی های کامپیوتری که در برخی زمانی برای بازارهای خارج ساخته می شود و اتفاقاً موفق شدند در بازار داخلی طرفدار ندارند.

با توجه به سوال شما که جواب دادن بسیار مفصل است باید به این موضوع هم اشاره کنم که در سال ۹۶ و ۹۴ با ریزش وحشتناک مخاطب بازی های کامپیوتری مواجه بودیم، در حال حاضر ۱۶ ادرصد گیمرها، بازی کامپیوتری می کنند باقی آن ها بازی هایشان موبایل است که این امر هم هزار دلیل دارد که یکی از اقتصادی است. شما تصویر کنید برای تهیه و بستن بازی کامپیوتری نزدیک به ۱۵ میلیون هزینه باید شود که در صورتی که با ۲ یا ۳ میلیون خرد گوشی هواوی می توان بازی روز را بر روی آن بازی کرد. بنابراین بحث معیشتی و اقتصادی در این امر دخیل است.

پس هدف شما بازی های موبایل است؟

ما معتقدیم بازار داخلی ما را بازی های موبایلی جواب می دهد، هدف ما برای بازی های کامپیوتری، تولید یک بازی مولتی پلیر آنلاین است. از نظر ما یک بازی آنلاین مولتی پلیر می تواند بازار کامپیوتری مان را جذب دهد و به دلیل هزار هزینه که دارد تمام تمرکزمان را روی این موضوع گذاشته ایم. احتمالاً سرووش در ایران و سرعت بازی کردن بیشتر است، اگر یک بازی با کیفیت مناسب مولتی پلیر، ساخته شود ما در بازار داخلی از نظر بازی های کامپیوتری دچار تحول جدی می شویم. باید بینیم سیاست های بنیاد در یک سال آینده به کجا می رسد، ما حمایت خود را از کسانی که بازی آنلاین مولتی پلیر می سازند، شروع کرده و کارهایی هم انجام شده است.



## ایران از بازار جهانی بازی سه‌م می خواهد/ تلاش برای افزایش سواد بازی - خبرگزاری مهر | اخبار ایران و جهان

۱۴۸

خبرگزاری مهر - گروه فرهنگ - بنیاد ملی بازی های ویدئویی، رایانه ای و موبایلی فعالیت دارد و به لحاظ ساختاری، مهم ترین نهاد فرهنگی کشور در زمینه بازی های رایانه است. عملکرد این نهاد در دوره های پیش از این نهاد در زمینه بازی های مختلف با نظرهای متفاوتی روپرور بوده است. گریمی قدوسی حمایت از بازی سازان، شفاف سازی و شایسته سالاری در عملکرد بنیاد را جزو سیاست های اصلی شان می داند، هر چند که کمی نایابانه معتقد است که در بازار بازی های کامپیوتری به حدی عناوین پژوهش و برق در خارج وجود دارد که هیچ وقت نمی توانیم به آن راجحتی به آن ها برسیم. گفت و گویی تفصیلی مهر با حسن گرمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه می آید:

اقای گرمی قدوسی، در اینجا از فعالیت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای بگویید. گویا در حال تحولاتی هستید و با توجه به اینکه هر همگرا یا سایت همگرا برای حمایت از بازی سازان راه اندیزی شده است در همگرا چه اتفاقاتی رخ خواهد داد و تا چه اندیزه برای بازی سازان مفید است؟

۱۰ سال پیش بنیاد ملی بازی های رایانه ای برآساس مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی تأسیس و متولی حوزه بازی های رایانه ای در داخل کشور شد. نقش بنیاد صرفاً حمایتی بود اما از سال ۱۳۹۰ مسائل حاکمیتی و موضوعات اعطای مجوزها به آن سپرده شد. به طور مشخص ۴ سوون اصلی بنیاد حمایت، نظارت، آموزش و پژوهش است، البته آموزش و هدایت فرهنگی با هم انجام می شود و بحث فرهنگ سازی که از جنس آموزش و پرورش قرار می گیرد در بنیاد سه خط شی اصلی را پیگیری می کنیم که اولین آن بحث «حمایت، شفاف سازی و شایسته سالاری» بازی سازان است. در کشور در نهادهای حاکمیتی عادت کرده بود که شفافیت و شایسته سالاری دست حمایت کنیم، با توجه به اینکه بنیاد ملی بازی های رایانه ای سعی داشت از فضاهای حایی و شفافیت این را بگیرد. شفافیت و شایسته سالاری دست حمایت کنیم، با توجه به اینکه بنیاد ملی بازی های رایانه ای سعی داشت از فضاهای حایی و شفافیت این را بگیرد. در پس آن قضیه چه مسائلی وجود دارد که در حیطه حمایتی قرار نمی گیرد؟ (دامنه دارد...)

(ادامه خبر...) یک مال و تیم پیش تصمیم گرفتیم طرحی را راه اندازی کنیم تا جنبه حمایتی برای بازی سازان داشته باشد در اینها اسم این طرح «هرم حمایت» نام گرفت اما بعد از مدتی با تغییر نام به «همگرا» فعالیت خود را گسترش داد، ساختار حمایتی همگرا چارچوبی شفاف و شایسته سالاری دارد به این معنی که همه بازی سازها و تیم های بازی سازی سالانه در این ساختار حمایتی همگرا چارچوبی شفاف و شایسته سالاری شوند و امتیازهایی می گیرند آن ها براساس این امتیازها، اعتباری کسب می کنند و بعد از آن در طول سال مثلا تزدیک به ۲۰۰ یا ۱۰۰ گزینه دریافت می کنند آن ها این مقدار بودجه را به صورت مستقیم تقدیم دریافت نمی کنند، تقریباً ۲ روزی حمایت وجود دارد که باید در زمینه ساخت بازی از آن ها استفاده کنند یا به عنوان هزینه پرستی استودیو صدا، استودیو تصویربرداری، موسیقی، خرید لایسنس یا حضور در تماشگاه داخلی و خارجی مصرف می شود. تمام این موارد به عهده مستول پروژه است که قصد دارد هزینه های دریافتی را در کدام بخش از حوزه کاری اش مصرف کند.

ما نمی توانیم با کارت شتابمان از فروشگاه های اینترنتی خارجی و جهانی خرید کنیم یعنی یک بازار داخلی برای ما شکل گرفته است که به سختی می توانیم بازی هایمان را در بازارهای جهانی منتشر کنیم. این که مقدار هزینه ها برای خلق آثار به تولید کننده ها قدر اما بولی دریافت نمی کنند یعنی چه؟ روش این را توضیح می دهید؟ البته شما بر واژه شایسته سالاری بسیار تأکید دارید این شایسته سالاری بر چه موضوعی تمرکز دارد؟

بینید یعنی ۱۰۰ میلیون بودجه متعلق به بازی ساز است اما در دست بنیاد قرار می گیرد، به عنوان مثال بازی ساز قصد دارد در استودیو صدا، موسیقی اثر خود را ضبط کند، قراردادش را می بندد و هزینه آن ۲۰ میلیون تومان است که از سقف حمایت اش بیشتر نمی شود، این هزینه پرداخت می شود، یا اینکه افرادی را برای گسترش کارش استخدام می کند اما هزینه آن ها را تاراد ما پول را به کسی می دهیم که در آن جا استخدام می شود. در نتیجه هزینه تماما در راستای ساخت بازی خرج می شود.

نکته مهمی که اینجا وجود دارد می گوییم براساس شایسته سالاری، یعنی عقبه یک شرکت یا تیم را بررسی می کنند نه یک کاغذ را، مثلا در ۴ سال گذشته تیم چه کارهایی را انجام داده است؟ چه بازی هایی را ساخته است؟ چند برسی دارد؟ مقبولیت ها روی ساخت بازی هایش چقدر بوده است؟ هدف ساختار حمایتی همگرا ارتقا دارن به شرکت های بازی ساز است زیرا هر میزان ارتفا پس از کنند حمایت بیشتری می شود. اگر علی سال ها شرکت ها ارتقا پیدا نکنند، حمایت کمتری می گیرند و اگر حمایت کمتری شوند ممکن است تا دو سال حمایت آن ها کنسل شود زیرا توансنت هیچ گونه ارتقا و رشد کاری در آثارشان داشته باشند. در کل همگرا، هدف اش ایجاد یکسری شرکت های بزرگ بازی سازی است و بیشتر برای حمایت از تیم های بازی ساز کوچک حرکت می کند، این اولین خط مشی ما در حمایت از صنعت بازی ها است. تمام این موضوعات در چارچوب همگرا قرار می گیرد و از هیچ تیم بازی سازی خارج از همگرا سفارش نخواهیم گرفت.

تماما حمایت هایی که بنیاد از بازی سازان انجام می داده در چارچوب ساختار همگرا قرار گرفته است؟ یا مسائل حمایتی با یکدیگر فرق دارد؟ به غیر بحث حمایت خط مشی و سیاست هایی که بنیاد در آن راستا برای ارتقاء بازی ها فعالیت می کند، چیست؟

همگرا یک بروزه و بزند زیر نظر بنیاد است که توسط معاونت وزارت ارشاد حمایت می شود همانند اسرا، واحد پژوهش دایرکت، TGC. همگرا هم مانند این سایت ها قصد شفاف سازی و شایسته سالاری را در حمایت ها ایجاد کرده است. گفتنی ها به این شکل خواهد بود که اگر کسی به ما نامه ای بزند و درخواست حمایت کرده باشد جواب ما به او این است که در سایت همگرا ثبت نام کنید. زمانی که در سایت همگرا ثبت نام می کنند اطلاعاتشان در سایت درج می شود تمام حمایت هایی که از بازی ها می شود در سایت قرار می گیرد و معلوم خواهد شد که همگرا از چه بازی هایی حمایت کرده است. دو مبنی هدفی که در این بخش بازی ها دنبال می کنیم؛ بحث بین المللی کردن صنعت بازی است. به صورت جدی اعتماد داریم که بازار بازی های رایانه ای یک بازار جهانی است زیرا در همه جای دنیا این مبحث جهانی شده است. البته کشور ما به واسطه یکسری تحریم ها و مشکلات از این بازار جهانی منک شده و مجبوریم گیفت کارت کوکل پلی، گیفت کارت استیم را بخریم که برای ایران نیست و برای امریکا و اروپا است. معمولا در بحث بازی پازار منطقه ای وجود ندارد و به جرات می گوییم ایران و چین در بازار منطقه ای وارد شده اند. چین به خواسته خودش وارد این بازار شده، زیرا تزدیک به ۱۰ میلیارد و خود را این جمیعت دارد و مرز را بسته است. چین بازی می سازد و نزدیک به ۲ میلیارد و خود را ای هم بوزر دارد، دیگر کشورهای تویلید کننده بازی هم باید از چین خواهش کنند تا بازی هایشان را در چین پیروشند. چین هم قواعد سیار سختی دارد که نمی گذارد شما به راحتی بازی خود را در چین پیروشید خلیل پروسه پیچیده ای دارد ایران شاید خودش نمی خواسته ولی مجبور شده بازار منطقه ای در داخل داشته باشد و بازار منطقه ما ۸۲ و ۸۳ میلیون نفر جمیعت کشور است.

هدف شما در بخش بازی سازی و حمایت از بازی سازان به چه شیوه هایی است با توجه به اینکه سیاست های بنیاد را بیان کردید، یعنی هدف گسترش بافت بازی ها در بازار خارجی است یا بازار داخلی؟ با توجه به مشکلات ایجاد شده در حوزه اقتصادی چه راهکاری در بازارهای خارجی اتخاذ شده است؟

بینید، ما نمی توانیم با کارت شتابی که داریم، از فروشگاه های اینترنتی خارجی و جهانی خرید کنیم یعنی یک بازار داخلی برای ما شکل گرفته است که به سختی می توانیم بازی هایمان را در بازارهای جهانی منتشر کنیم. بايد حتما خارج از کشور شرکت بزیم که حتی به نام ایران هم نباشد، مسائل اسقاطه مالی در آن جا وجود دارد و از این نوع مشکلات هست، اما در کشورهای در حال پیشرفت همانند ترکیه چین مفاهیم وجود ندارد که اتحادا بازی ها را در کشور خود منتشر کنند، بازی که ساخته می شود بر روی کوکل پلی، استیم، آپ استور و ... قرار می دهند مشکلی که وجود دارد، مارکت های داخلی حجم اش بزرگ نیست و سرعت رشدش هم کم است، ضمن این که با آمدن بازی های خارجی، سهم بازی سازی های خارجی را خانواده را از بازی خارجی کنند، یا فردی در گیر مسائل روزمره اش می شود و هزینه کمتری برای بازی خارج می کند در نتیجه اگر بخطا هیم تمام تمرکزمان را در بازار داخلی بگذاریم در آینده صنعت ما وضعیت خوبی نخواهد داشت. هل دادن بازی سازها به سمت بازار خارج و تسهیل فضای کسب و کارشان مسلمان کار پسیار سختی است تا بتوانند بازی های خود را به فروش پردازند اما این راهی است که لاجرم باید رفت زیرا اگر نرودیم ۳ یا ۴ سال دیگر تنها تولید کننده ای هستیم که همه چیز را خودمان می سازیم، البته وجود بازار داخل رانفی نمی کنیم در برخی اوقات هم اولین قدم است ولی نهایت امر گرفتن سهمی از بازارهای جهانی است حالا این بازار ممکن است بازار اندروید باشد، بازار کامپیوترا یا کنسول باشد. در حال حاضر ۲ یا ۳ سال است در این مسیر گام بیداشتیم، که به بازی سازهایمان تابت کنیم، شما شجاعت و توانی این را دارید که با شرکت های تاشر خارجی و بازی سازهای خارجی ارتباط بگیرید، یکی از بزرگ ترین علت های برگزاری فستیوال TGC این است که در بحث بازی ها ایزوله و منک نشیدیم، ۷۰ یا ۸۰ نفر از بهترین بازی سازهای دنیا به ایران می آیند تا بتوانیم از آن ها کسب تجربه کنیم. همچنین می توانیم بازی های خود را به آن ها ارائه دهیم، شاید بازی سازهای دنیا (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) خارجی پیدا کردن تا بازی خود را بفروشند. ما ایرانی‌ها هستیم که مجبور شدیم مدام در داخل کشور کار کنیم ولی شما به کشورهایی در حال پیشرفت و توسعه یافته بروید، می‌بینید به راحتی از یک کشور به کشور دیگر ارتباط‌های جهانی برقرار می‌کنند و اتفاق‌هایی بزرگی هم رقم می‌خورد مانند کردیم در راستای برگزاری فستیوال **TG** این گام را بردازیم استقبال بسیار خوبی هم شد آمار و ارقام آن را حتماً شنیدید. ۱۴۰۰ نفر امسال حضور داشتند هزینه‌ها کمتر و درآمدها بیشتر شد و مزایای زیادی که درین بحث نمی‌گذارد و نمی‌خواهیم به آن بردازیم، رقم خورد.

برآیند تمام این اتفاقات و رویدادها این است که برآش از وضعیت تولید بازی‌های کامپیوتر شخصی می‌بینیم، بازی‌هایی است که با هدف انتشار در بازارهای جهانی ساخته می‌شود و این خبر خیلی خوبی است. بازی‌های همانند «بیستون»، «سرنوشت»، «فرزنده مورتا» و بازی‌های دیگر مثل فیلیپ فیلیپ و بازی‌های دیگر، این‌ها سعی دارند برای بازارهای جهانی «بازی» بسازند و این خبر مثبتی است زیرا نشان دهنده سیاست‌ها و خط مشی بنیاد است که باعث شده بازی‌سازها به توانایی هایشان وقف باشند. خبر پیش‌تر این است یکی دو تا از این بازی‌ها در حال حاضر ناشر پیدا کرده‌اند یعنی این طور تیوه که بسازند و روی زمین بماند و بگوییم می‌خواهیم آن را چه کار کنیم، همچنین بازی «سرنوشت» و «فرزنده مورتا» ناشر پیدا کرده است سعی داریم به این موقوفیت ها بسند نکنیم و هدف من این است از بازی‌سازهای قفال و موفق برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی حمایت کنیم.

برنامه ریزی‌های ما در آینده ارتباط‌های بین‌المللی با شرکت‌های واسطه‌ای است و در بخش خصوصی اوردن پول در ایران را تسهیل کنند و ارزآوری در ایران صورت گیرد. گام مهم دیگری هم که دنبال می‌کنیم، کنترل بازار است اینکه کل سهم بازی‌های ما بازار بازی‌های خارجی نشود، یعنی از بازار داخلی خود هم محافظت کنیم که مدام بازی‌های خارجی بازار را پوشش ندهد و بازی‌های ایرانی هم در آن حضور داشته باشد.

کم بودن آدم مخصوص در زمینه بازی یکی از نقصان‌های موجود در حوزه بازی‌های دیگر است، بنیاد و چند ارگان دیگر جزء محدود جهانی است که در این زمینه فعالیت‌های خوبی در زمینه بازی دارند و می‌فهمند بازی چیست!

در سال گذشته بزرگترین گام را در این راستا برداشتم آن هم عوارض بازی‌های خارجی را در مجلس شورای اسلامی تصویب کردیم، پیام این عوارض هم در این بود که بازار داخلی را از ورود بازی‌های خارجی مصنوع بداریم، بخشی از فروش بازی‌های خارجی را به بازی‌سازی‌های ایرانی در ساختار همگرا پوشش پذیریم.

خیلی از نقدهای هم به بنیاد می‌شد این بود که می‌خواهید پول را بگیرید برای خود مائین، ساختمان و اموال غیرمنقول بخریداً ولی همگرا را معرفی کردیم و در شورای عالی مرکز ملی فضای مجازی هم مصوب کردیم که ریالی از این پول نباید در امورات جاری هیچ ارجانی - نه تنها بنیاد - خرج نمود و تمام هزینه‌ها باید به بازی‌سازی‌ها برسد.

با توجه به اهداف و گام‌های موثری که دنبال می‌کنید، این اهداف محقق شده است و نتایج راضی بخش است؟

بزرگ ترین آماری که نشان دهنده پیشرفت در این مدت است، ۱۱ درصد سهم بازی‌سازهای ما از بازار داخل در سال ۹۴ و تبدیل شدن آن به ۱۴ درصد در سال ۹۶ بوده است. ما ۳٪ رشد داشتیم در حالی که حجم بازار هم ۲ برابر شده است، یعنی از ۴۶۰ میلیارد تومان در سال ۹۴ به ۹۶۰ میلیارد رسیده است، هم این کیک بزرگ شده هم برش بازی‌های ایرانی از این کیک بزرگ تر شده است و عملکرد بنیاد باعث شده حداقل بازار داخل را داشته باشیم از نظر بازار خارج هم مثال زدم در حال حاضر اگر پورتfolio تولید داخل را بینشید راحت می‌توانید روی ۴ یا ۵ عنوان بازی دست بگذارید که از نظر تولید بین‌الملل مقبولیت دارد، جایزه‌های بین‌المللی دریافت کردن و ناشر خارجی پیدا کردن، همچنین در نمایشگاه‌های خارج رفتن و وضعیت صادرات ما را به پیویستی است. قطعاً حمایت‌های مالی ما از بازی‌ها بین تأثیر نموده است زیرا ما از بازی که در بازار جهانی موقوفیت کسب کرده، ۱۵۰ میلیون تومان حمایت کرده بودیم.

سعی کردیم بازی‌هایی که با محور صادرات ساخته می‌شود را حمایت کنیم و نتیجه آن موقوفیت بازی «سرنوشت» بود، این بازی جایزه صادرات محور بنیاد را به ارزش ۱۵۰ میلیون تومان گرفت، در حالی که این شرکت در شرف از هم پانزدهن بود. قطعاً اگر بنیاد آن را شناسایی و به آن کمک نمی‌کرد این شرکت توانایی بازارسازی مجدد خود را نداشت اما با حمایت‌ها بازی خود را ساخت می‌کند وقت پیش با ناشر اروپایی قرارداد بست و بازی آن ها تا ۳ یا ۴ ماه دیگر در بازارهای جهانی منتشر می‌شود در واقع حمایت‌های هدفمند بنیاد متعج به سمت تولید داخل برای خارج از کشور شده است.

هدف اصلی شما این است که بیشتر بازی‌ها جهانی شود؟ یعنی قرار نیست در زمینه بازی‌ها به بومی سازی برسیم؟ هدف غایبی شدن بازی‌ها است؟ بلطفاً هدف غایبی ما گرفتن سهم بیشتری از بازارهای جهانی برای بازی‌های داخلی است، در این هدف تولیدکننده یک بازی ممکن است در مسیرش برای تولید داخل اثری را رساند و بد در بازار خارجی هم ورود پیدا کند، ولی یک بازی هم ممکن است تها هدف این بازار خارجی باشد، هر دو مسیر وجود دارد.

یعنی این طور نیست به طور قطع بگوییم بازی را برای این کشور سازیم، واقعیت بازار گواه این موضوع است، بازی‌هایی که در داخل ساخته می‌شود، به سختی در خارج به فروش می‌رسند، نه به این خاطر که ایرانی هستند بلکه این‌ها این در بازی به کار رفته که تنها برای ملائق ایرانی‌ها ساخته شده است و آن مفاهیم و اینان‌ها در بازار خارج گنج و میهم است. لازم نیست طراحی خیلی بزرگ برای یک بازی اتجام دهید، برخی اوقات با آنها و لیاس قویت های ایرانی و نیسان آنی، گیم داخلی کشور از بازی به وجود می‌آید، اما فرد خارجی با دیدن بازی متوجه نمی‌شود و برایش معنای خاصی ندارد.

وضعیت بازی‌ها به گونه‌ای است که بازی‌هایی برای بازارهای بین‌الملل ساخته می‌شوند، فروششان در بازار ایران زیاد نموده است و بازی‌هایی که در داخل ایران فروش زیادی داشتند در بازار خارجی موقوفیت خاصی برایش رخ نداده است و این اتفاقات عجیب وجود دارد. در بحث بازی‌هایی در بازار رقابتی قرار گرفته ایم که با شرایط ارزی موجود در کشور همه چیز تغییر پیدا کرده است، به طور کلی صادرات خیلی میهم است زیرا با بالا رفتن قیمت ارز، هزینه تولید در ایران غیر از خرید کامپیوتر تأثیر دیگری در قیمت ارز بر روی آن ندارد. بتایر این اگر بتوانیم تولید خوب داشته باشیم و درآمد ارزی کسب کنیم، به تعیق ما خواهد بود.

با توجه به شرایط کنونی و مسائل بیش آمده ارزی در جامعه به لحاظ حمایتش چه کمبودها و نقصان‌هایی وجود دارد چه در روش، فرم و مواجهه بنیاد با بازی‌سازان! بالآخره دشواری‌هایی در سییر اهداف شما وجود دارد با توجه به این که در بازار جهانی می‌بینیم خارجی‌ها سابقه بیشتری به لحاظ کیفیت و تکنیک دارند و پیشرفت‌های تر از ما هستند، برای رفع این موانع و برداشتن نقطه ضعف ها چه راهکاری اتخاذ کردید؟

کم بودن آدم مخصوص در زمینه بازی یکی از نقصان‌های موجود در حوزه بازی‌های رایانه‌ای در سازمان‌ها و ارگان‌های دیگر است، بنیاد و چند ارگان دیگر جزء محدود جهانی است که در این زمینه فعالیت‌های خوبی در زمینه بازی دارند و می‌فهمند بازی چیست! معمولاً زمانی که زنگ ارگان‌های دیگر را می‌زنیم یا از بازی سرنشته‌ای ندارند یا آن را سیار کلی و کوچک می‌پندازند یا تنها جبهه‌های سلیمانی را می‌زنند، در کل نگاه خوبی به بازی‌سازی (ادامه دارد...).

(ادامه خبر ...) و من گویند «لوه بازی!» زمانی به سازمانی رفته بودم که جایگاه مهمی هم داشتند قصد داشتیم آن ها را بازی همکاری و کمک به بازی سازان آشنا کنیم فردی که به عنوان مسئول در آن جا حضور داشت، گفت «اگر به من بود کلا جلوی هر چه بازی چه ایرانی و خارجی را می گرفتو، زیرا بازی پجه ها را از زندگی می اندازد و مشکلات فراوانی ایجاد می کند و نفس آن بد است».

بزرگترین مشکل دیگر این است که بازی یک مستله چندوجهی در دنیا است و باید حوزه های مختلف به کمک آن بیاند. البته وزیر ارشاد شورای هماهنگی تشکیل داده که در این شورا ۲۲ نهاد حضور دارند، هدف بنیاد و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای تشکیل این شورا شکستن این مشکل است که آگاهی نداشتن را جایگزین آگاهی بخسی کنند. اگر سازمانی یا تهادی قصد دارد مشکلی از مبحث بازی را حل کند در اینجا باید اطلاعات کامل از حوزه بازی و مشکلات و راهکارها داشته باشد. یعنی حکایت آن فیل در اتاق خاموش نباشد، یکی پایش را می بیند، یکی خروم و یکی عاجش را، این بازی است با همه شکل و شما یاش، قسمتی از آن آموزش و پرورش است قسمتی از آن مستله فرهنگی است، قسمتی از آن صنعت کارآفرینی و مواردی دیگر. یعنی تمام مجموع این موارد دست به دست هم می دهد و بازی را می آفریند. تبادل تها که ای از آن را دید، شما فرض کنید اگر به سمت آموزش و پرورش برویم می گویند بازی برای کودکان است، اگر با گیمرها صحبت کنیم می گویند بازی فقط برای بزرگ ترها است، در درجه اول باید بازی را به طور درست و کامل به همه ارگان ها معرفی کنیم بعد براساس برنامه هایی که داریم همه کارهایی که باید انجام شود را پایی یک میز مشترک بیاوریم و هم گزایی در این زمینه داشته باشیم. مشکل دیگر اینکه در مسیری که می خواهیم به سمت چهانی کردن بازی پیش برویم، کار خیلی سختی داریم تحریم های امریکا و مسالی که حول و حوش این موضوع شکل می گیرد. دیگر بحث اختیارات است این اختیارات بنیاد در سال تقریباً به ۱۰ میلیارد می رسد، ۱۰ میلیون تومان به حوزه بازی در کشور اختصاص داده می شود، با اختساب هزینه های جاری بنیاد که به طور متوسط در طول سال، ۴۰ تا ۵۰ میلیارد تومان را می گیرد و ۵۰ درصد دیگر می هاند، برای اینکه حمایت کنید تعايشگاه برگزار کنید، تبلیغات کنید، بازی رده بندی سنتی کنید، پژوهش داشته باشید، بازی سازها را آموزش دهید. اما این اهداف با درآمد ها نمی خواهد و کاف نمی دهد برای همین به دنبال حمایت های دیگر ارگان ها برویم، اما می بینیم عزم بسیار جدی در حوزه بازی در کشور وجود ندارد تا بازی سرمایه گذاری کنند. انتشار کشور مشکلات دیگری دارد و فرضت رسیدگی به حوزه بازی ها را تدارد، ما تزدیک به ۶ یا ۷ سال است که بر روی بازی ها رده بندی سنتی را درج می کنیم در حالی که، هیچ نهاد دیگری در کشور پیدا نمی کنید که این همه محصول را رده بندی سنتی کند پس بنیاد وظیفه خود را انجام می دهد و آن بررسی بازی ها و رده بندی سنتی است. چرا خانواده ها از رده بندی سنتی مطلع نیستند؟ چون فرهنگ سازی نشده است، چه کسی باید برای این فرهنگ سازی فعالیت داشته باشد؟ سازمان ها و ارگان های دولتی همانند شهرداری، صنایع سیما و ... اگر هم نمی خواهند فعالیت داشته باشند باید سرمایه گذاری کنند و هزینه آن را پیردازند تا این فرهنگ سازی در جامعه ایجاد شود. دیگر از توان بنیاد برتری آید که بخواهد از بازی ساز حمایت کند، رده بندی سنتی را لحاظ کند، پژوهش داشته باشد، آموزش به بازی سازان بدهد، پول هم خرج کند تا رده بندی سنتی را به خانواده ها معرفی کند. نمی توان تمام این ها را با هم انجام داد بنیاد نمی داند به کدام موضوع باید بیشتر پیردازد.

به دلیل نداشتن کمی رایت در زمینه بازی های کامپیوترا لطعم خود دیگر و نمی توانیم با یک پروداکشن ها بازار جهانی مقابله کنیم، عموماً یک نگاه صنعتی، تجاری و اقتصادی به نگاه فرهنگ غالب است، اما فرآیند نظارت ها، راهکارها و آن کارکردی که به لحاظ فرهنگی بر روی بازی ها انجام می شود، به چه شیوه ای است و آن نگاه نظارتی در مخصوص فرهنگ است به چه صورت اعمال می شود؟

همان طور که گفتم بنیاد یکی از واحدهایش بحث نظارت و یک واحد دیگر آموزش و فرهنگ سازی است. این دو بخش هستند که در گیر آن دغدغه هایی هستند که شما ذکر کردیدا اگر آمار و ارقامی توضیح بدهم، شاید تا به امروز ۱۰ هزار بازی را رده بندی سنتی کردیم، رده بندی سنتی یعنی معلوم کنیم بازی مجاز یا غیرمجاز است یا اگر مجاز است رده ای خواهد بود مثلاً برای مثبت ۳ سال خوب است ۱۵، ۱۲، ۷ یا ۱۸ سال خوب است، بنیاد در واقع کار نظارتی ارتقاء فرهنگ عمومی را انجام می دهد.

در این یک سال و نیم گذشته، فقط به رده بندی سنتی اکتفا نکردیم مایا ۶ تا عنوان برای هر بازی درآوردیم که می گوییم خشونت یک بازی، ۲ از ۵ است، ترنس ۲ از ۵ است مصرف مول مخدوش ۱ از ۵ است، مهارت بازی این ۵ از ۵ است. هر چه این ۵ به سمت ۵ بروند یعنی این بیشتر است، خشونت ۳ از ۵ است یعنی تقریباً بازی خشنی محاسب می شود اگر خشونت ۱ از ۵ است بازی در رده خشونت حساب نمی شود. اگر بازی هایی که با جزو بنیاد هولوگرام دارند و در مقایسه ها به قروش می رساند، کاپر بازی را برگزداید این ۵ علامت را آن پایین می بینید که ما به آن پیکتogram می گوییم. این ارتقاء بحث سود بازی است، اما در حوزه سلی اعتقداد دارم این مستله ۱۰۰ درصد در کشور ما جواب نداده و نمی دهد، شما بیشیند برای فیلتر کردن فضای مجازی هیچ گونه اتفاقی صورت نگرفت یعنی ما با یستن و فیلتر کردن چیزی نمی توانیم جلوی آن را بگیریم مگر آن که فرهنگ سازی درست در آن مخصوص انجام شود، پس هدف ما موضوعات سلی نیست! ولی بنیاد هر هفته در بازار است و به کمک نیروی انتظامی، بازی های غیرمجاز را جمع می کند و هر روز در حال رصد کردن لینک های غیرمجاز است و اگر محتوای نامناسبی در آن وجود داشته باشد با آن برخورد می شود.

بنارید مثالی بزنم در آمریکا هیچ گونه الزامی برای رده بندی سنتی وجود ندارد، حتی مجوز بازی هم اجرای نیست، بازی را می سازد و می فروشد حالا اگر رده بندی سنتی نداشته باشد مردم اعتماد نمی کنند و آن محصول را به هیچ وجه نمی خرند زیرا خانواده ها یاد گرفتند محصولی را برای کودکان شان بخرند که رده بندی سنتی دارد، ولی در ایران ۵ درصد خانواده ها به رده بندی سنتی توجه می کنند ۵ درصد دیگر هیچ توجه ای به این موضوع ندارند، این بر اساس آخرين پیمایشی است که پارسال انجام دادیم، ما باید چه کار کنیم؟ باید ۲ کار انجام دهیم یک - ایزار مناسب را در اختیار خانواده ها قرار دهیم که انتخاب هوشمندانه داشته باشد، ایزار مناسب یعنی رده بندی سنتی، سایتی که همه بازی هایی که رده سنتی در آن قرار گرفتند، وجود داشته باشد و ایلیکیشن آن در دسترس باشد، البته زیر اطلاعات رده بندی سنتی در سایت «اسرا گیمز» وجود دارد، دو آگاه سازی بجهة ها در مدارس است در این زمینه تفاهم نامه ای با وزارت آموزش و پرورش امضاء شده، که یکسری کانون در سراسر کشور وجود دارد، این کانون ها را می خواهیم پایلوت در تهران فعال کنیم تا در حوزه بازی هم ورود کنند، از هر مدرسه یک دانش آموز انتخاب کردیم تا او پیام رسان بازی های مناسب در مدرسه برای ما باشد و اسم آن را «سپاهان بازی» در مدرسه گذاشیم، آقای کریمی قبوسی شما درباره کارهای سلی درست گفتید که خیلی جوابگو نیست اما در مورد کارهای ایجادی بپرسیم که تا چه اندازه بازی مناسب و جذاب ارائه شده که مخاطب تواند از بازی داخلی دل بکند و به سراغ بازی خارجی برود؟ یعنی تماماً با تولید داخلی؟ [ادامه دارد ...]

(ادامه خبر ...) بله! فرض می‌گیریم توانتیم، فرهنگ سازی را برای خاتواده‌ها انجام دهیم که درجات سنی را در بازی‌ها لحاظ کنند، به بازی غیرقانونی روی نیاورند و غیره... اگر با همه این پیش‌فرض هایخاتواده‌ها به سمت بازی‌هایی آمدند که بنیاد بر اساس معیارهای کیفی تولید می‌کنند، آن بازی به لحاظ فرهنگی چقدر می‌تواند مفید باشد یا هست؟ وقتی آن بازی را خرد و مصرف کرد چقدر به نفع کودکش است و دیگر تیاری به بازار خارجی ندارد، پیشتر سوالی درباره باز فرهنگی بازی است، زیرا زمانی که بازی‌های ایرانی را نگاه می‌کنم یکسری اعلان‌های گل درشت، اگرچه و تا حدی ایندوپلوزیک وجود دارد که باعث طرد مخاطب نسبت به آن بازی می‌شود نه اینکه کسی از آن بازی بدیگوی خود بازی به لحاظ ایجابی این قابلیت را دارد راهکار شما در این موارد چیست؟

سؤال خوبی مطرح کردید، سعی می‌کنم تخصصی ترین جواب ممکن را به شما بدهم زیرا نمی‌خواهم کلی گویی کنم، اولاً باید بازی‌های که بازی در آن ارائه می‌شود را بینیمود منظر من بازار بازی‌های موبایل، کنسول و کامپیوتر است، بازار بازی‌های کامپیوتر به حدی عناوین پرزدق و برق در آن ها وجود دارد که هیچ وقت نمی‌توانیم به آن راحتی به آن ها برسیم، بسیار کار سختی است، این قدر پروداکشن‌های بزرگ و پرزدق و برقی وجود دارد که همانند فیلم‌های هالیوودی است، مثلًا ما هیچ وقت نمی‌توانیم «اوتجز» یا «لد آف د رینگ» بسازیم، ما می‌توانیم بیشتر به سمت ساخت فیلم‌های اجتماعی برویم، بازار بازی‌های کامپیوتری عمده‌اش، آن فضای است این همان گل درشت‌هایی است که گفتگید اگر رفیم وارد پروداکشن‌ها شدیم احتمالاً شرور می‌گیم، کما اینکه تقریباً غیر از «گرنساب» که اولین بازی ایرانی بود، اکثر بیگ پروداکشن‌های بازی در بازار داخل مافروخت چرا؟ چون ما کمی رایت تاریخی، علت اش این است که آن بازی در ایران ارزان است، آن بازی ۱۰ هزار تومان است بازی ایرانی هم ۱۰ هزار تومان است و نمی‌فروشد، با وجود گران شدن از بازی خارجی یک میلیون تومان می‌شود و بازی داخلی ۲۰ هزار تومان، بدون شک بازی داخلی می‌فروشد.

و ضمیم کشور ما این در حوزه بازی‌ها این گونه است که بازی‌های موبایلی ساخته شده، در بازار داخل موفق است در بازار خارج خوبی موفق شدند، بازی‌های کامپیوتری که در برده زمانی برای بازارهای خارج ساخته می‌شود و اتفاقاً موفق شدند در بازار داخل طرفدار ندارند، دلیل تداشتن کمی رایت در زمینه بازی‌های کامپیوتری لطفه خوردیم و نمی‌توانیم با بیگ پروداکشن‌ها مقابله کنیم، حرقه‌ای های بازی کامپیوتری اکثر بیگ پروداکشن بازی می‌گذند، البته ۶ یا ۷ سال پیش در تبدیل موبایل کزوال گیمرها به بازی‌های کامپیوتری سوق پیدا کرده بودند که در حال حاضر کزوال گیمرها بر روی موبایل بازی می‌گذند زیرا هزینه‌های کامپیوتری بسیار بالا است پس ما در بازار بازی‌های موبایلی می‌توانیم موفق عمل کنیم و سطح خود را ارتقا دهیم، اگر لیست پر فروش‌ها را نگاه کنید ۱۰ پر فروش اول کافه بازار، ۴ بازی ایرانی در آن وجود دارد، پس در بازار موبایل می‌توانیم دالله مخاطب را در پیاویم بازی‌های مانند «آلبرزا»، «کویز اف کینگ»، «پرسیتی»، «هیاکلو» جزء بازی‌های اولیه مردم قرار می‌گیرد و محصول خارجی هم نیستند، درباره بازار کنسول هم ما هیچ ورودی در آن تاریخ زیرا مشمول تحریم هاست و نمی‌توانیم برای کنسول بازی بسازیم، البته دستگاه‌های ساخت بازی کنسول باید مستقیماً توسط سونی و مایکروسافت فرستاده شود که دستگاه‌ها شامل تحریم هاست و برای ایران فرستاده نمی‌شود، کمی هم بخواهد به ایران بیاورد با هزارتا سلام و صلوات باید وارد کند، پس وضیم کشور ما این است، بازی‌های موبایلی ساخته شده، در بازار خارج خوبی موفق شدند، بازی‌های کامپیوتری که در برده زمانی برای بازارهای خارج ساخته می‌شود و اتفاقاً موفق شدند در بازار داخل طرفدار ندارند.

با توجه به سوال شما که جواب دادن بسیار مفصل است باید به این موضوع هم اشاره کنم که در سال ۹۴ و ۹۶ با ریزش وحشتناک مخاطب بازی‌های کامپیوتری مواجه بودیم، در حال حاضر ۱۶ درصد گیمرها، بازی‌های کامپیوتری می‌گذند باقی آن ها بازی‌هایشان موبایلی است که این امر هم هزار دلیل دارد که یکیش اقتصادی است، شما تصور کنید برازی تهیه و بستن بازی کامپیوتری نزدیک به ۱۵ میلیون هزینه باید شود که در صورتی که با ۲ یا ۳ میلیون خرد گوشی هوایی می‌توان بازی روز را بر روی آن بازی کرد بنابراین بحث معیشتی و اقتصادی در این درخیل است.

پس هدف شما بازار بازی‌های موبایلی است؟

ما معتقدیم بازار داخلی ما را بازی‌های موبایلی جواب می‌دهد، هدف ما برای بازی‌های کامپیوتری، تولید یک بازی مولتی پلیر آنلاین است، از نظر ما یک بازی آنلاین مولتی پلیر می‌تواند بازار کامپیوتری مان را نجات دهد و به دلیل هزار مزیتی که دارد تمام تمرکزمان را روی این موضوع گذاشته ایم، احتمالاً سروش در ایران و سرعت بازی کردنی بهتر است، اگر یک بازی با کیفیت مناسب مولتی پلیر، ساخته شود ما در بازار داخل از نظر بازی‌های کامپیوتری دچار تحول جدی می‌شویم، باید بینیم سیاست‌های بنیاد در یک سال آینده به کجا می‌رسد، ما حمایت خود را از کسانی که بازی آنلاین مولتی پلیر می‌سازند، شروع کردیم و کارهایی هم انجام شده است.

## قانون

### ایران از بازار جهانی بازی سه‌می خواهد (۰۷۰۴-۰۷۰۷/۰۷/۰۷)

حسن کریمی قدوسی، مدیر عامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه می‌گوید: زمانی که در خصوص بازی از ارگان‌های دولتی درخواست همکاری کردیم، گفتند اگر به ما باشد جلوی تمام بازی‌های خارجی و ایرانی را می‌گیریم.

قانون حسن کریمی قدوسی، مدیر عامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه می‌گوید: زمانی که در خصوص بازی از ارگان‌های دولتی درخواست همکاری کردیم، گفتند اگر به ما باشد جلوی تمام بازی‌های خارجی و ایرانی را می‌گیریم، بنیاد ملی بازی‌های رایانه ای نزدیک به ۱۰ سال است که در حوزه بازی‌های ویدیویی، رایانه ای و موبایلی فعالیت دارد و به لحاظ ساختاری، مهم ترین نهاد فرهنگی کشور در زمینه بازی‌های پرآرائه است، عملکرد این نهاد در دوره‌های مختلف با نظرهای متفاوتی روبرو بوده است، کریمی قدوسی حمایت از بازی‌سازان، شفاف سازی و شایسته سالاری در عملکرد بنیاد را جزء سیاست‌های اصلی شان می‌داند، هر چند که کمی تأمیناتی معتقد است که در بازار بازی‌های کامپیوتری به حدی عناوین پرزدق و برق در خارج وجود دارد که هیچ وقت نمی‌توانیم به آن راحتی به آن ها برسیم، گفت و گوی تفصیلی مهر با حسن کریمی (ادامه دارد...).

(ادامه خبر ...) قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه می آید: آقای کریمی قدوسی، در ابتدا از فعالیت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای بگویند: گویا در حال تحولاتی هستید و با توجه به اینکه هرم همگرا با سایت همگرا برای حمایت از بازی سازان راه اندازی شده است در همگرا چه اتفاقاتی رخ خواهد داد و تا چه اندازه برای بازی سازان مفید است؟

۱۰ سال پیش بنیاد ملی بازی های رایانه ای براساس مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی تأسیس و متولی حوزه بازی های رایانه ای در داخل کشور شد. نقش بنیاد صرفاً حمایتی بود اما از سال ۱۳۹۰ مسائل حاکمیتی و موضوعات اعطای مجوزهاهم به آن سپرده شد. به طور مشخص ۴ ستون اصلی بنیاد حمایت، نظارت، آموزش و پژوهش است، البته آموزش و هدایت فرهنگی با هم انجام می شود و بحث فرهنگ سازی که از جنس آموزش است، در حوزه آموزش و پژوهش قرار می گیرد در بنیاد سه خط مشی اصلی را پیگیری می کنیم که اولین آن بحث «حمایت، شفاف سازی و شایسته سازی» بازی سازها است. در کشور در نهادهای حاکمیتی عادت کردیم روی طرح، کاغذ، حرف، سفارش و مسائل از این دست حمایت کنیم. با توجه به اینکه بنیاد ملی بازی های رایانه ای سعی داشت از فضاهای حایشی ای به دور باشد اما همیشه شک، شبهه و شایله های وجود داشت که اگر به برخی تولیدکننده ها حمایت هایی تعلق می گیرد چرا به عده ای دیگر این حمایت ها صورت نمی گیرد، در پس آن قضیه چه مسائلی وجود دارد که در جیمه حمایتی قرار نمی گیرد؟

یک سال و نیم پیش تصمیم گرفتیم طرحی را راه اندازی کنیم تا جنبه حمایتی برای بازی سازان داشته باشد در ابتدا اسم این طرح «هرم حمایت» نام گرفت اما بعد از مدتی با تغییر نام به «همگرا» فعالیت خود را گسترش داد، ساختار حمایتی همگرا، چارچوبی شفاف و شایسته سازی دارد به این معنی که همه بازی سازها و تیم های بازی سازی سالیانه در این ساختار حمایتی همگرا ثبت نام می کنند تا براساس پارامترهای مختلف ارزیابی شوند و امتیازهایی می گیرند آن ها براساس این امتیازها، اعتباری کسب می کنند و بعد از آن در طول سال مثلاً تزدیک ۲۰۰ یا ۱۰۰ گزینه دریافت می کنند آن ها این مقادیر بودجه را به صورت مستقیم تقدیم دریافت نمی کنند، تقریباً ۲ ردیف حمایتی وجود دارد که باید در زمینه ساخت بازی از آن ها استفاده کنند یا به عنوان هزینه پرستی، استودیو صدا، استودیو تصویربرداری، موسیقی، خرید لایشن یا حضور در نمایشگاه داخلی و خارجی مصرف می شود. تمام این موارد به عهده مستول پروژه است که قصد دارد هزینه های دریافتی را در کدام بخش از حوزه کاری اش مصرف کند.

این که مقدار هزینه ها برای خلق آثار به تولیدکننده ها قرار می گیرد اما یولی دریافت نمی کنند یعنی چه؟ روش این را توضیح می دهید؟ البته شما بر واله شایسته سالاری بسیار تاکید دارید این شایسته سالاری بر چه موضوعی تمکن کرد؟

بیبنید یعنی ۱۰۰ میلیون بودجه متعلق به بازی ساز است اما در دست بنیاد قرار می گیرد، به عنوان مثال بازی ساز قصد دارد در استودیو صدا، موسیقی اثر خود را ضبط کند، قراردادش را می بندد و هزینه آن ۲۰ میلیون تومان است که از سقف حمایت اش بیشتر نمی شود، این هزینه پرداخت می شود، یا اینکه افرادی را برای گسترش کارش استخدام می کند اما هزینه آن ها را تاریف می کنند و باید در آن جا استخدام می شود. در نتیجه هزینه تماماً در راستای ساخت بازی خرج می شود.

نکته مهمی که اینجا وجود دارد می گوییم براساس شایسته سالاری، یعنی عقبه یک شرکت یا تیم را بررسی می کنند نه یک کاغذ را، مثلاً در ۲ یا ۴ سال گذشته تیم چه کارهایی را انجام داده است؟ چه بازی هایی را ساخته است؟ چند پرستی دارد؟ مقبولیت ها روی ساخت بازی هایش چقدر بوده است؟ هدف ساختار حمایتی همگرا ارتفا دادن به شرکت های بازی ساز است زیرا هر میزان ارتفا پیدا کنند حمایت بیشتری می شوند. اگر طی سال ها شرکت ها ارتقا پیدا نکنند، حمایت کمتری امیزند و اگر حمایت کمتری شوند ممکن است تا دو سال حمایت آن ها کنسل شود زیرا توансنت هیچ گونه ارتفا و رشد کاری در آثارشان داشته باشند. در کل همگرا، هدف این ایجاد یکسری شرکت های بزرگ بازی سازی است و بیشتر برای حمایت از تیم های بازی ساز کوچک حرکت می کند، این اولین خط مشی ما در حمایت از صنعت بازی ها است. تمام این موضوعات در چارچوب همگرا قرار می گیرد و از هیچ تیم برای سازی خارج از همگرا سفارش نخواهیم گرفت.

تماماً حمایت هایی که بنیاد از بازی سازان انجام می داده در چارچوب ساختار همگرا قرار گرفته است؟ یا مسائل حمایتی با یکدیگر فرق دارد؟ به غیر بحث حمایت خط مشی و سیاست هایی که بنیاد در آن راستا برای ارتفا بازی ها فعالیت می کند، چیست؟

همگرا یک پروژه و برند زیر نظر بنیاد است که توسط معاونت وزارت ارشاد حمایت می شود همانند اسرا، واحد پژوهش دایرکت، TGC. همگرا هم مانند این سایت ها قصد شفاف سازی و شایسته سالاری را در حمایت ها ایجاد کرده است. گفتنم ها به این شکل خواهد بود که اگر کسی به ما نامه ای بزند و درخواست حمایت کرده باشد جواب ما به او این است که در سایت همگرا ثبت نام کنید. زمانی که در سایت همگرا ثبت نام می کنند اطلاعاتشان در سایت درج می شود تمام حمایت هایی که از بازی ها می شود در سایت قرار می گیرد و معلوم خواهد شد که همگرا از چه بازی هایی حمایت کرده است. دو مین هدفی که در این بخش بازی ها دنبال می کنیم؛ بحث بین المللی کردن صنعت بازی است. به صورت جدی اعتقاد داریم که بازار بازی های رایانه ای یک بازار جهانی است زیرا در همه جای دنیا این مبحث جهانی شده است. البته کشور ما به واسطه یکسری تحریم ها و مشکلات از این بازار جهانی منک شده و محروم گیفت کارت گوگل پلی، گیفت کارت استیم را بخریم که برای ایران نیست و برای امریکا و اروپا است. معمولاً در بحث بازار منطقه ای وجود ندارد و به جرات می گوییم ایران و چین در بازار منطقه ای وارد شده اند. چن به خواسته خودش وارد این بازار شده، زیرا تزدیک به ۲ میلیارد و خرد ای جمعیت دارد و مرز را بسته است چین بازی می سازد و نزدیک به ۲ میلیارد و خوده ای هم بوزر دارد، دیگر کشورهای تولیدکننده بازی هم باید از چین خواهش کنند تا بازی هایشان را در چین بفروشند. چین هم قواعد بسیار سختی دارد که نمی گذارد شما به راحتی بازار شده، زیرا تزدیک به ۲ میلیارد خلیلی بروسه پیچیده ای دارد. ایران شاید خودش نمی خواسته ولی مجبور شده بازار منطقه ای در داخل داشته باشد و بازار منطقه ما ۸۲ و ۸۳ میلیون نفر جمعیت کشور است.

هدف شما در بخش بازی و حمایت از بازی سازان به چه شیوه هایی است با توجه به اینکه سیاست های بنیاد را بیان کردید، یعنی هدف گسترش بافن بازی ها در بازار خارجی است یا بازار داخل؟ با توجه به مشکلات ایجاد شده در حوزه اقتصادی چه راههایی در بازارهای خارجی اتخاذ شده است؟ بیبنید، ما نمی توانیم با کارت شتابی که داریم، از فروشگاه های اینترنتی خارجی و چهانی خرید کنیم یعنی یک بازار داخلی برای ما شکل گرفته است که به سختی می توانیم بازی هایمان را در بازارهای چهانی منتشر کنیم. باید حتماً خود را در چین بفروشید خلیلی بروسه پیچیده ای دارد. ایران شاید خود مننشر کند، بازی که ساخته می شود بر روی گوگل پلی، استیم، آب استور و... قرار می دهد، مشکلی که وجود دارد، مارکت های داخلی هجوم اش (ادامه دارد...).

(ادامه خبر ...) بزرگ نیست و سرعت رشدش هم کم است، ضمن این که با آمدن بازی های خارجی، سهم بازی سازی های داخلی ما را کم می کند یا مسائل اقتصادی که امروزه مردم با آن دست و پنجه نرم می کنند ممکن است سبد محصول خانواده را بازی خالی کنند، یا فردی درگیر مسائل روزمره اش می شود و هزینه کمتری برای بازی خرچ می کند در نتیجه اگر بخواهیم تمام تمرکزمان را در بازار داخلی بگذاریم در آینده صفت ما وضعیت خوبی نخواهد داشت. هل دارم بازی سازها به سمت بازار خارج و تسهیل فضای کسب و کارشان مسلماً کار بسیار سختی است تا بتوانند بازی های خود را به فروش برسانند اما این راهی است که لاجرم باید رفت زیرا اگر نرودیم ۳ یا ۴ سال دیگر تها تولید کننده ای هستیم که همه چیز را خودمان می سازیم، البته وجود بازار داخل را نمی کنیم در برخی اوقات هم اولین قدم است ولی نهایت امر گرفتن سهمی از بازارهای جهانی است حالا این بازار ممکن است بازار اندوید باشد، بازار کامپیوتر یا کنسول باشد در حال حاضر ۲ یا ۳ سال است در این مسیر گام برداشتهایی که به بازی سازهای این ثابت کنیم، شما شجاعت و توانایی این را درآورد که با شرکت های ناشر خارجی و بازی سازهای خارجی ارتباط بگیرید یکی از بزرگ ترین علت های برگزاری **TGC** این است که در بحث بازی های ایزوله و منعک تقدیم، ۷ یا ۸۰ نفر از بهترین بازی سازهای دنیا به ایران می آیند تا بتوانیم از آن ها کسب تجربه کنیم، همچنین می توانیم بازی های خود را به آن ها ارائه دهیم، شاید بازی سازهای ناشر خارجی پیدا کردد تا بازی خود را پیغامبریم. ما ایرانی ها هستیم که مجبور شدیم منام در داخل کشور کار کنیم ولی شما به کشورهای در حال پیشرفت و توسعه باخته بروید، من بینند به راحتی از یک کشور به کشور دیگر ارتباط های جهانی برقرار می کنند و اتفاق های بزرگی هم رقم می خورد، ما سعی کردیم در راستای برگزاری **TGC** این گام را برداریم استقبال بسیار خوبی هم شد آمار و ارقام آن را حتماً شنیدید، ۱۵۰۰ نفر امسال حضور داشتند، هزینه ها کمتر و درآمد های بیشتر شد و مزایای زیادی که درین بحث بازی های ایزوله و منعک تقدیم به آن بپردازیم، رقم خورد

برآیند تمام این اتفاقات و رویدادها این است که برش از وضعیت تولید بازی ها روی بازی های کامپیوتر شخصی می بینیم، بازی هایی است که با هدف انتشار در بازارهای جهانی ساخته می شود و این خبر خیلی خوبی است، بازی هایی همانند «بیستون»، «سنروشت»، «فرزنده مورتا» و بازی های دیگر مثل فلیپین فلیپ و بازی های دیگر، این ها سعی دارند برای بازارهای جهانی «بازی» پسازند و این خبر مثبتی است زیرا نشان دهنده سیاست ها و خط مشی بنیاد است که باعث شده بازی سازها به توانایی هایشان واقعیت پاشند. خبر پهلوش این است یکی دو تا از این بازی ها در حال حاضر ناشر پیدا کرده یعنی این طور تبوده که پسازند و روی زمین بماند و بگوییم آن را چه کار کنیم، همچنین بازی «سنروشت» و «فرزنده مورتا» ناشر پیدا کرده است سعی داریم به این موقیت ها بسته نکنیم و هدف من این است از بازی سازهای فعال و موفق برای حضور در نمایشگاه های بین المللی حمایت کنیم.

برنامه ریزی های ما در آینده ارتباط های بین المللی با شرکت های واسطه ای است و در بعضی خصوصی اوردن پول در ایران را تسهیل کنند و ارزآوری در ایران صورت گیرد. گام مهم دیگری هم که بنیاد می کنیم، کنترل بازار است اینکه کل سهم بازی های خارجی نشود، یعنی از بازار داخلی خود هم محافظت کنیم که منام بازی های خارجی بازار را پوشش ندهد و بازی های ایرانی هم در آن حضور داشته باشد.

در سال گذشته بزرگترین گام را در این راستا برداشتم آن هم عوارض بازی های خارجی را در مجلس شورای اسلامی تصویب کردیم، پیام این عوارض هم در این بود که بازار داخلی را از ورود بازی های خارجی مصون بداریم، بخشی از فروش بازی های خارجی را به بازی سازی های ایرانی در ساختار همگرا پوشش پذیریم.

خیلی از نقدهای هم به بنیاد می شد این بود که من خواهید بول را بگیرید برای خود مائیش، ساختمان و اموال غیرمنقول بخریداً ولی همگرا را معرفی کردیم و در شورای عالی مرکز ملی فضای مجازی هم مصوب کردیم که ریالی از این پول نباید در امورات جاری هیچ ارجانی - نه تنها بنیاد - خرج شود و تمام هزینه ها باید به بازی سازی ها برسد.

با توجه به اهداف و گام های موثری که بنیاد می کنید، این اهداف محقق شده است و تابع راضی بخشن است؟

بزرگ ترین آماری که نشان دهنده پیشرفت در این مدت است، ۱۱ درصد سهم بازی سازهای ما از بازار داخل در سال ۹۴ و تبدیل شدن آن به ۱۴ درصد در سال ۹۶ بوده است، ما ۳٪ رشد داشتیم در حالی که ججم بازار هم ۲ برابر شده است، یعنی از ۴۶۰ میلیارد تومان در سال ۹۴ به ۹۲۰ میلیارد رسیده است، هم این کیک بزرگ شده هم برش بازی های ایرانی از این کیک بزرگ تر شده است و عملکرد بنیاد باعث شده حقوق بازار داخل را داشته باشیم از نظر بازار خارج هم مثال زدم در حال حاضر اگر پورتفولیو تولید داخل را بینند و راحت می توانید روحی ۴ یا ۵ عنوان بازی دست بگذارید که از نظر تولید بین المللی مقبولیت دارد، جایزه های بین المللی دریافت کردد و ناشر خارجی پیدا کرددند، همچنین در نمایشگاه های خارج رفتد و وضعیت صادرات ما را به پیویستی امتداد می کند.

قطعماً حمایت های مالی ما از بازی ها بی تأثیر نبوده است زیرا ما از بازی که در بازار جهانی موقوفیت کسب کرده، ۱۵۰ میلیون تومان حمایت کرده بودیم، سعی کردیم بازی هایی که با محور صادرات ساخته می شود را حمایت کنیم و نتیجه آن موقوفیت بازی «سنروشت» بود، این بازی جایزه صادرات محور بنیاد را به ارزش ۱۵۰ میلیون تومان گرفت، در حالی که این شرکت در شر夫 از هم پاشیدن بود قطعاً اگر بنیاد آن را شناسایی و به آن کمک نمی کرد این شرکت توانایی بازسازی مجدد خود را نداشت اما با حمایت های بازی خود را ساخت همین چند وقت پیش با ناشر اروپایی قرارداد بست و بازی آن ها تا ۳ یا ۴ ماه دیگر در بازارهای جهانی منتشر می شود در واقع حمایت های هدفمند بنیاد منتج به سمت تولید داخل برای خارج از کشور شده است.

هدف اصلی شما این است که بیشتر بازی های جهانی شود؟ یعنی قرار تیست در زمینه بازی های بومی سازی بررسی؟ هدف غایی جهانی شدن بازی ها است؟ بلطفاً هدف غایی ما گرفتن سهم بیشتری از بازارهای جهانی برای بازی های داخلی است، در این هدف تولیدکننده یک بازی ممکن است در مسیرش برای تولید داخل اتری را پسازد و بعد در بازار خارجی هم ورود پیدا کند، ولی یک بازی هم ممکن است تها هدف اش بازار خارجی باشد، هر دو مسیر وجود دارد.

یعنی این طور نیست به طور قطعی بگوییم بازی را برای داخل و بعد برای خارج از کشور بسازید، واقعیت بازار گواه این موضوع است، بازی هایی که در داخل ساخته می شود، به سختی در خارج به فروش می رسد، نه به این خاطر که ایرانی هستند بلکه ایلان هایی در بازی به کار رفته که تنها برای مطلق ایرانی ها ساخته شده است و آن مفاهیم و علمن ها در بازار خارج گنج و مبهم است، لازم نیست طراحی خیلی بزرگ برای یک بازی اتجام دهید، برخی اوقات با آنها و لیسان قومیت های ایرانی و تیسان آنی، گیم داخلی کشور از بازی به وجد می آید، اما فرد خارجی با دیدن بازی متوجه نمی شود و براش معنای خاصی ندارد و وضعیت بازی ها به گونه ای است که بازی هایی برای بازارهای بین المللی ساخته می شوند، فروشان در بازار ایران زیاد نبوده است و بازی هایی که در داخل ایران فروش زیادی داشتند در بازار خارجی موقوفیت خاصی برایش رخ نداده است و این اتفاقات عجیب وجود دارد، در بحث بازی ها در بازار رقبای قرار گرفته ایم که با شرایط ارزی موجود در کشور همه چیز تغییر پیدا کرده است، به طور کلی صادرات خیلی مهم است زیرا با بالا رفتن قیمت ارز، هزینه تولید (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در ایران غیر از خرید کامپیوتر تأثیر دیگری در قیمت لرز بر روی آن ندارد. بنابراین اگر بتوانیم تولید خوب داشته باشیم و درآمد ارزی کسب کنیم، به نفع ما خواهد بود.

با توجه به شرایط کنونی و مسائل پیش آمده ارزی در جامعه به لحاظ حمایتش چه کمبودها و نقصان هایی وجود دارد چه در روش، فرم و مواجهه بنیاد با بازی سازان! بالآخره دشواری هایی در مسیر اهداف شما وجود دارد با توجه به این که در بازار جهانی من بینهم خارجی ها سابقه بیشتری به لحاظ کیفیت و تکنیک دارند و پیشفرته تر از ما هستند، برای رفع این موانع و برداشتن نقطه ضعف ها چه راهکاری اتخاذ کردید؟

کم بودن ادم مخصوص در زمینه بازی یکی از نقصان های موجود در حوزه بازی های رایانه ای در سازمان ها و ارگان های دیگر است، بنیاد و چند ارگان دیگر جزء محدود چاهایی است که در این زمینه فعالیت های خوبی در زمینه بازی دارند و من فهمند بازی دارند و من فهمند! معمولاً زمانی که زنگ ارگان های دیگر را می زنیم یا از بازی سرگشته ای ندارند یا آن را بسیار کلی و کوچک می پندازند یا تهیه چیزهای سلیمانی را می نگرند در کل نگاه خوبی به بازی تدارند و من گویند «اوه بازی!» زمانی به سازمانی رفته بودم که جایگاه مهمی هم داشتند قصد داشتند آن ها را برای همکاری و کمک به بازی سازان آشنا کنیم فردی که به عنوان مستول در آن جا حضور داشت، گفت «اگر به من بود کلا جلوی هر چه بازی چه ایرانی و خارجی را من گرفتم، زیرا بازی بهم ها را از زندگی می اندازد و مشکلات فرداشی ایجاد می کند و نفس آن بد است».

بزرگترین مشکل دیگر این است که در این زمینه یک مسئله چندوجهی در دنیا است و باید حوزه های مختلف به کمک آن بایند. البته وزیر ارشاد شورای هماهنگی تشکیل داده که در این شورا ۲۲ تهداد حضور دارند، هدف بنیاد و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای تشکیل این شورا شکستن این مشکل است که آگاهی تداشتن را جایگزین آگاهی بخشی کنند. اگر سازمانی یا تهادی قصد دارد مشکلی از مبحث بازی را حل کند در اینجا باید اطلاعات کامل از حوزه بازی و مشکلات راهکارها داشته باشد. یعنی حکایت آن فیل در اتاق خاموش نباشد، یکی پایش را می بینند، یکی خرطوم و یکی عاجش را. این بازی است با همه شکل و شما بشناس، قسمتی از آن آموزش و پرورش است قسمتی از آن صنعت، کارآفرینی و مواردی دیگر. یعنی تمام مجموع این موارد دست به دست هم می دهد و بازی را می آفریند. تبادل تها تکه ای از آن را دید، شما فرض کنید اگر به سمت آموزش و پرورش برویم می گویند بازی برای کودکان است، اگر با گیمزها صحبت کنیم می گویند بازی فقط برای بزرگ ترها است، در درجه اول باید بازی را به طور درست و کامل به همه ارگان ها معرفی کنیم بعد براساس برنامه هایی که داریم همه کارهایی که باید انجام شود را پایی یک میز مشترک بیاوریم و هم گرامی و هم افزایی در این زمینه داشته باشیم. مشکل دیگر اینکه در مسیری که می خواهیم به سمت چهانی کردن بازی پیش برویم، کار خیلی سختی داریم تحریم های امریکا و مسلطی که حول و حوش این موضوع شکل می گیرد. دیگر بحث اختیارات است این اختیارات بنیاد در سال تقریباً ۱۰ میلیارد می رسد. ۱۰ میلیون تومان به حوزه بازی در کشور اختصاص داده می شود، با احتساب هزینه های جاری بنیاد که به طور متوسط در طول سال، ۴۰ تا ۵۰ میلیارد تومان را می گیرد و ۵۰ درصد دیگر می ماند. برای اینکه حمایت کنید نمایشگاه برگزار کنید، تبلیغات کنید، بازی رده بندی سنتی کنید، پژوهش داشته باشید، بازی سازها را آموزش دهید. اما این اهداف با درآمدها نمی خواهد و کافی نمی دهد برای همین به دنبال حمایت های دیگر ارگان ها برویم. اما می بینیم عزم بسیار جدی در حوزه بازی در کشور وجود ندارد تا برای بازی سرمایه گذاری کنند. انکار کشور مشکلات دیگری دارد و فرست رسانیدگی به حوزه بازی ها را ندارد، ما نزدیک به ۶ یا ۷ سال است که بر روی بازی ها رده بندی سنتی را درج می کنیم در حالی که، هیچ نهاد دیگری در کشور پیدا نمی کنید که این همه محصول را دهد. کنده پس بنیاد وظیفه خود را انجام می دهد و آن برسی بازی ها و رده بندی سنتی است. چرا خاتمده ها از رده بندی سنتی مطلع نیستند؟ چون فرهنگ سازی نشده است. چه کسی باید برای این فرهنگ سازی فعالیت داشته باشد؟ سازمان ها و ارگان های دولتی شهرداری، صداوسیما ... اگر هم نمی خواهند فعالیت داشته باشند باید سرمایه گذاری کنند و هزینه آن را بپردازند تا این فرهنگ سازی در جامعه ایجاد شود. دیگر از توان بنیاد برتری اید که بخواهد از بازی ها را ندارد، ما نزدیک به ۶ یا ۷ سال است که بر روی بازی را العاظم کن، پژوهش داشته باشد، آموزش به بازی سازان بدهد، بول هم خرج کند تا رده بندی سنتی را به خاتمده ها معرفی کنند. نمی توان تمام این ها را با هم انجام دادا بنیاد نمی داند به کلام موضوع باید بیشتر بپردازد.

عموماً یک نگاه صنعتی، تجاری و اقتصادی به نگاه فرهنگی غالب است، اما فرآیند نظارت ها، راهکارها و آن کارکردی که به لحاظ فرهنگی بر روی بازی ها انجام می شود، به چه شیوه ای است و آن نگاه نظارتی در خصوص فرهنگ است به چه صورت اعمال می شود؟

همان طور که گفتم بنیاد یکی از واحدهایی بحث نظارت و یک واحد دیگر آموزش و فرهنگ سازی است. این دو بخش هستند که در گیر آن دغدغه هایی هستند که شما داریم اگر آمار و ارقامی توضیح بدهم، شاید تا امروز ۱۰ هزار بازی را رده بندی سنتی کردیم. رده بندی سنتی یعنی معلوم کنیم بازی هایی هستند غیرمجاز است یا اگر مجاز است رده سنتی آن مناسب چه رده ای خواهد بود مثلاً برای مدت ۳ سال خوب است ۱۵، ۱۲، ۷ یا ۱۸ سال خوب است. بنیاد در واقع کار نظارتی ارتقاء فرهنگ عمومی را انجام می دهد.

در این یک سال و نیم گذشته، فقط به رده بندی سنتی اکتفا نکردیم ما ۵ یا ۶ تا عنوان برای هر بازی درآوردیم که می گوییم خشونت یک بازی، ۲ از ۵ است. ترسن ۳ از ۵ است مصرف مول مخدوش ۱ از ۵ است، مهارت بازی اش ۵ از ۵ است. هر چه این ۵ به سمت ۵ بروند یعنی این بیشتر است. خشونت ۳ از ۵ است یعنی تقریباً بازی خشنی محسوب می شود اگر خشونت ۱ از ۵ است بازی در رده خشونت حساب نمی شود. اگر بازی هایی که با جزوی بنیاد هوکوگرم دارند و در مقابله ها به فروش می رسد، کاوش بازی را برگزار نماید این ۵ علامت را آن پایین می بینید که ما به آن پیکتوگرام می گوییم. این ارتقاء بحث سواد بازی است. اما در حوزه سلیمانی اعتقاد دارم این مسئله ۱۰۰ درصد در کشور ما جواب نداده و نمی دهد، شما ببینید برای فیلتر کردن فضایی مجازی هیچ گونه اتفاقی صورت نگرفت یعنی ما با سیستم و فیلتر کردن چیزی نمی توانیم جلوی آن را بگیریم مگر آن که فرهنگ سازی درستی در آن خصوص انجام شود، پس هدف ما موضوعات سلیمانی نیست! ولی بنیاد هر هفته در بازار است و به کمک نیروی انتظامی، بازی های غیرمجاز را جمع می کند و هر روز در حال رصد کردن لینک های غیرمجاز است و اگر محتوای نامناسبی در آن وجود داشته باشد با آن برخورد می شود.

بناراید مثالی بزنم در امریکا هیچ گونه الزامی برای رده بندی سنتی وجود ندارد حتی مجوز بازی هم اجباری نیست، بازی را می سازد و می فروشد حالا اگر رده بندی سنتی تداشته باشد مردم اعتماد نمی کنند و آن محسوب را به هیچ وجه نمی خونند زیرا خاتمده ها یاد گرفتند مخصوصی را برای کودکان شان بخواهند که رده بندی سنتی دارد، ولی در ایران ۵ درصد خاتمده ها به رده بندی سنتی توجه می کنند ۵ درصد دیگر هیچ توجه ای به این موضوع ندارند. این بر اساس اخرين پيمايش است که پارسال انجام داديم، ما باید چه کار کنیم؟ باید ۲ کار انجام دهیم یک - ایزار مناسب را در اختیار خاتمده ها قرار دهیم که (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) انتخاب هوشمندانه داشته باشدند. ابزار مناسب یعنی رده پندي سهی، سایتی که همه بازی هایی که رده سنی در آن قرار گرفتند، وجود داشته باشد و اپلیکیشن آن در دسترس باشد. البته زیر اطلاعات رده پندي سهی در سایت «سرا گیمز» وجود دارد، دو آگاه سازی بجهه ها در مدارس است در این زمینه تفاهم نامه ای با وزارت آموزش و پرورش امضاء شده، که یکسری کانون در سراسر کشور وجود دارد این کانون ها را می خواهیم پایلوت در تهران فعال کنیم تا در حوزه بازی هم ورود کنند. از هر مدرسه یک دانش آموز انتخاب کردیم تا او پیام رسان بازی های مناسب در مدرسه برای ما باشد و اسم آن را «سقیران بازی» در مدرسه گذشتیم.

اقای گریمی قوسی شما درباره کارهای سلی درست گفتید که خیلی جوابگو نیست اما در مورد کارهای ایجادی بپرسیم که تا چه اندازه بازی مناسب و جذاب ارائه شده که مخاطب تواند از بازی داخلی دل یکنند و به سراغ بازی خارجی برود؟ یعنی تماماً با تولید داخل؟

بله! فرض می گیریم تواستیم، فرهنگ سازی را برای خانواده ها انجام دهیم که درجات سنی را در بازی ها لحاظ کنند، به بازی غیرقانونی روی نیاورند و غیره... اگر با همه این پیش فرض هایانواده ها به سمت بازی هایی آمدند که بنیاد بر اساس معیارهای کیفی تولید می کنند، آن بازی به لحاظ فرهنگی قدر می تواند مقید باشد یا هست؟ وقتی آن بازی را خرید و مصرف کرد چقدر به تنخ کوکش است و دیگر نیازی به بازار خارجی ندارد، بیشتر سوالات درباره باز فرهنگی بازی است، زیرا زمانی که بازی های ایرانی را نگاه می کنیم یکسری اغانی های گل درشت، اگزجزه و تا حدی اینتلوزیک وجود دارد که باعث طرد مخاطب نسبت به آن بازی می شود نه اینکه کسی از آن بازی بد گوید خود بازی به لحاظ ایجادی این قابلیت را دارد، راهکار شما در آین موارد چیست؟

سوال خوبی خوبی مطرح کردید، می می کنم تخصصی ترین جواب ممکن را به شما بدهم زیرا نمی خواهیم کلی گویی کنم، اولاً باید بازی ارائه می شود را بینیم و مدنظر من بازار بازی های موبایل، کنسول و کامپیوتراست، بازار بازی های کامپیوترا به حدی عناوین پرزق و پررق در آن ها وجود دارد که هیچ وقت نصی توانیم به این راحتی به آن ها برسیم، بسیار کار سخت است، این قدر پروداکشن های بزرگ و پرزق و پررق وجود دارد که همانند فیلم های هالیوودی است، مثلاً ما هیچ وقت نصی توانیم «اوتنجر» یا «لد اف د رینگ» بازی را در این موارد چیست؟

کامپیوترا عمده اش، آن فضای این همان گل درشت هایی است که گفتید اگر رفته وارد پروداکشن ها شدیم احتمالاً ضرر می کنیم، کما اینکه تغیریاً غیر از «گرشناس» که لوین بازی ایرانی بود، اکثر بیگ پروداکشن هایی بازی در ایران در بازار داخل ما نفوخت چرا؟ چون ما کمی رایت نداریم، علت این است که آن بازی در ایران ارزان است، آن بازی ۱۰ هزار تومان است بازی ایرانی هم ۱۰ هزار تومان است و نمی فروشد، با وجود گران شدن از بازی خارجی یک میلیون تومان می شود و بازی داخلی ۲۰ هزار تومان، بدون شک بازی داخلی می فروشد.

به دلیل نداشتن کمی رایت در زمینه بازی های کامپیوترا لعله خودیم و نمی توانیم با بیگ پروداکشن ها مقابله کنیم، حرفة ای های بازی کامپیوترا اکثراً بیگ پروداکشن بازی می کنند البته ۶ یا ۷ سال پیش در نبود موبایل کزوال گیمرها به بازی های کامپیوترا سوق پیدا کرده بودند که در حال حاضر کزوال گیمرها بر روی موبایل بازی می کنند زیرا هزینه های کامپیوترا با این سیاست پس ما در بازار بازی های موبایلی می توانیم موفق عمل کنیم و سطح خود را ارتقا دهیم، اگر لیست پرفروش ها را نگاه کنید ۱۰ پرفروش اول کافه بازی ۳ ۴ بازی ایرانی در آن وجود دارد پس در بازار موبایل می توانیم دلخواه مخاطب را در پیاویر بازی هایی مانند «امیرزاده»، «کوییز آف کینگ»، «پرسیتی»، «باقلوا»، «جزء بازی های اولیه مردم فراز می گیرد و محصول خارجی هم نیستند دریاره بازار کنسول هم ما هیچ ورودی در آن نداریم زیرا شمول تحریم هاست و نمی توانیم برای کنسول بازی پسازیم، البته دستگاه های ساخت بازی برای کنسول باید مستقیماً توسط سونی و مایکروسافت فرستاده نمی شود، کسی هم بخواهد به ایران بیاورد با هزارتا سلام و صلوت باید وارد کند پس وضعیت کشور ما این است، بازی های موبایلی ساخته شده، در بازار داخل موفق است در بازار خارج خیلی موفق نشدن، بازی های کامپیوترا که در برهه زمانی برای بازارهای خارج ساخته می شود و اتفاقاً موفق شدند در بازار داخل طرفدار ندارند.

با توجه به سوال شما که جواب دادن سیار مفصل است باید به این موضوع هم اشاره کنم که در سال ۹۴ و ۹۶ با ریزش وحشتناک مخاطب بازی های کامپیوترا مواجه بودیم، در حال حاضر ۱۶ درصد گیمرها، بازی کامپیوترا می کنند باقی آن ها بازی هایشان موبایلی است که این امر هم هزار دلیل دارد که یکپیش اقتصادی است، شما تصور کنید برای تهیه و بیش بازی کامپیوترا نزدیک به ۱۵ میلیون هزینه باید شود که در صورتی که با ۲ یا ۳ میلیون خرید گوشی هوآوی می توان بازی روز را بر روی آن بازی کرد بنابراین بحث معیشتی و اقتصادی در این امر دخیل است.

پس هدف شما بازار بازی های موبایلی است؟

ما معتقدیم بازار داخل ما را بازی های موبایلی جواب می دهد، هدف ما برای بازی های کامپیوترا، تولید یک بازی مولتی پلیر آنلاین است، از نظر ما یک بازی آنلاین مولتی پلیر می تواند بازار کامپیوترا مان را نجات دهد و به دلیل هزار میلی که دارد تمام تعریک مان را روی این موضوع گذاشته ایم، احتمالاً مروج شد در ایران و سرعت بازی کردنی بیشتر است، اگر یک بازی با کیفیت مناسب مولتی پلیر، ساخته شود ما در بازار داخل از نظر بازی های کامپیوترا دچار تحول جدی می شویم، باید بینیم سیاست های بنیاد در یک سال آینده به کجا می رسد، ما حمایت خود را از کسانی که بازی آنلاین مولتی پلیر می سازند، شروع کردیم و کارهایی هم انجام شده است.



## پوشش خبری جلسه ساختار حمایتی «همگرا»

صبح امروز، جلسه ساختار حمایتی همگرا در تهران، ساختمان بنیاد ملی بازی های رایانه های برگزار شد. با پوشش خبری کامل این جلسه با گیمشات همراه باشید.

علی فخار، مدیر روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در اینجا شروع به صحبت می کند. فخار توضیح می دهد که بنیاد همیشه از بازی های ویدیویی ایرانی و بازی سازان عزیز کشورمان حمایت کرده اما این حمایت همیشه ساختارمند و با سازمان دهنده خاصی نبوده است. همین موضوع (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) باعث شده تا شک و شبیه ها و اعتراضاتی به تعویه حمایت بنیاد شود و همه از این حمایت راضی و خشنود نباشند. حال، با برترانه همگرا، بنیاد قصد دارد به صورت تیمی و سازمان دهی شده، به بازی سازان از هر نظر کمک کند.

پس از آقای فخار، مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، یعنی آقای حسن کریمی قدوسی توضیحاتی را ارایه می دهد. کریمی قدوسی توضیح می دهد که بنیاد همیشه قصد حمایت از بازی سازان و بازی های ویدیویی ایرانی را داشته اما شاید این حمایت، در ابتدا تیمی و ساختاری نبوده است. ایشان اشاره می کند که با پیروزه همگرا که از سال ۱۳۹۶ کار خود را آغاز کرده، بهترین حمایت از پیشین تیم ها و بازی سازان انجام می شود.

آقای متین ایزدی، معاول حمایت بنیاد ملی، بازی های رایانه ای به صورت مفصل و دقیق به توضیح و تعریف همگرا می پردازد. شمار همگرا این است که تیم های بازی سازی بدون در نظر گرفتن پیروزه ها و بازی های آن ها، از آن ها حمایت شود. ابتدا تیم ها باید وارد برنامه همگرا شوند و حمایت های گوناگونی را دریافت نمایند. متین ایزدی اشاره می کند که همگرا از تمام تیم های بازی سازی حمایت می کند اما این تیم ها حداقل باید در چهار سال اخیر، دو بازی منتشر شده داشته باشند. روند همگرا به این صورت است که تیم های بازی سازی در آن ثبت نام می کنند، طبق داوری ها، رتبه بندی می شوند و بسته به تشخیص همگرا، کمک دریافت می کنند.

حال، برای انتخاب این بازی ها و سازنده ها، چه شاخص هایی مورد نظر است؟ اولین شاخص، موقفيت بازی در عرصه داخلی و بین المللی است؛ دومین شاخص، موقفيت و توأمتدی استودیو های بازی سازی بوده است که مثلاً چه کارهای انجام داده اند یا در کدام مراسم ها و نمایشگاه های داخلی و خارجی حاضر بوده اند. همچنین شاخص های فرهنگی و شبکه ای نیز در رتبه های بعدی قرار می گیرند و طبق آن ها، امتیاز می گیرند.

همگرا از بازی سازان داخلی می خواهد که بازی منتشر شده خود را برای همگرا پفرستند یا همچنین یک تمونه اولین یا پروتوتایپ را به دست همگرا برسانند. تجربه اتر گذاری را نیز به مجموع شاخص ها اضافه کنید تا به نتیجه ی شاخص های همگرا برسیم.

۷۴ تیم و ۳۴ شرکت در ثبت نام اولیه همگرا تیم کردند که از بین تعداد، تیم ها و شرکت های کمتری مدارک و شروط اولیه را داشته اند. در انتهای، تعداد تیم های انتخاب شده ۲۲ تیم و تعداد شرکت های انتخاب شده ۵۰ بوده اند در بین تیم ها، ۵۹ بازی به ثبت رسیده و این در حالی است که در بین شرکت ها، ۵۲ بازی به ثبت رسیده است. متین ایزدی اشاره می کند که اصول و قواعد پیچیده و مفصل برای انتخاب عنوانی وجود داشته است.

در ادامه توضیح داده می شود که رتبه بندی های مختلف خواهد بود. این جایگاه ها شامل سیمیرغ و هما و قفنوس و شیربال و هدیوش و غزال و یوز می شود که هر کدام، کمک هایی متفاوتی را به بازی سازان خواهد داد و تیاز های متفاوتی را رفع می کنند. متین ایزدی اشاره می کند که ارزیابی مجدد برای کسانی که نسبت به نتیجه نهایی که برای بازی سازان فرستاده می شود، اعتراض دارند، انجام خواهد شد که چند روز به طول می انجامد. نسخه نهایی اعتبار نامه تیم ها نیز در هفته آینده برای بازی سازان فرستاده خواهد شد.

از جمله زمینه های حمایتی همگرا می توان به بخش های موشن کپچر، تامین سخت افزاری و نرم افزاری، استقرار و یا تامین فضا، سرور های صنایعی و رندرینگ و... اشاره کرد. یکی دیگر از جایزه های همگرا، موفق بودن بازی در بازار و پرداخت درصد تشویقی به بازی سازان است. حمایت همگرا به سه بخش بنیاد، همکاران حمایتی و همکاران بین دستگاهی تقسیم می شود و هدف اصلی این است که همه این عوامل برای رسیدن به نتیجه ای دلخواه بازی سازان، همگرا یا همصدأ شوند. برای حمایت در بخش های مختلف، بنیاد ملی بازی هایی با طرف های متفاوتی تفاهم نامه امضا کرده است که شامل موسیقی و سرور و... می شوند.

بخش پرسش و پاسخ:

در مورد سقف تسهیلات و حمایت های همگرا از متین ایزدی و کریمی قدوسی سوال پرسیده شد که متین ایزدی توضیح داد که بازی ساز در هر رده و زمینه ای که کمک و حمایت نیاز دارد، می تواند ۵ درصد مبلغی که طرف مقابل طلب می کند را دریافت نمایند.

در مورد خواسته های بنیاد از بازی سازان سوال پرسیده می شود که کریمی قدوسی اشاره می کند که هیچ چیزی از بازی سازان دریافت نمی شود و حتی نمی خواهیم که لوگوی بنیاد را درون بازی ها قرار دهند. کریمی قدوسی توضیح می دهد که تمام مسائل فرهنگی و کیفی پیش از این که هزینه ای به بازی ساز داده شود، بررسی شده است و ما هیچ چیزی از بازی سازان نمی خواهیم.

در مورد بودجه کلی همگرا، کریمی قدوسی توضیح می دهد که برترانه اولیه برای بودجه، ۱ میلیارد تومان بوده است که قرار است به ۲ میلیارد نیز برسد. او اشاره می کند که از بودجه بنیاد نیز برای این طرح کتاب گذاشته شده است. او در ادامه توضیح می دهد که بنیاد قصد تدارد حمایت شرکت های مختلف و متفرقه را به نام خود تمام کند بلکه قصد دارد تا این پشتیبانی را به صورت یک سو و همگرا، به بازی سازان برساند یا به اصطلاح، مواری کاری نشود و در پایان، یک نتیجه مشخص و روشن به دست بیاید و خلاصه این که همه این حمایت ها، هدفمند شود.

## جزئیات

### کریمی قدوسی در نشست خبری ساختار همگرا: یک میلیارد سرمایه گذاری ساختار همگرا برای بازی سازان رایانه ای (۱۳۹۶-۰۷-۱۷)

حسن کریمی قدوسی گفت: بنیاد ملی بازی های رایانه ای یک میلیارد از بودجه خود را برای ساختار همگرا سرمایه گذاری کرده است.

به گزارش خبرنگار مهر، نشست خبری ساختار حمایتی همگرا بنیاد ملی بازی های رایانه ای امروز صبح ۲۲ مهرماه با حضور حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد برگزار شد.

کریمی قدوسی در این نشست درباره گام هایی که در ساختار همگرا باید برداشته، گفت: همگرا جای کار زیادی دارد و این ساختار به (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) دنبال این است که سازمان های بازی مالی مختلف را ارتقا دهد. لذا هدف ما بهتر کردن سازمان های بازی ساز است. او ادامه داد: همگرا به دنبال هم افزایی سازمان ها هم است تا بتوانند حمایت های خوبی از بازی ها شود این هم افزایی همگرا باعث می شود شایسته سالاری در حوزه بازی بهتر اجام شود.

به گفته ای، حمایت های مالی سقفی دارد تجهیزات، سرور و... بودجه ای را تامین می کند و در آین نامه ریز این حمایت ها عنوان شده است، بنیاد بخشی از بودجه خود را تزدیک به یک میلیارد در این زمینه هزینه کردم و سعی کردم به دو میلیارد هم بررسیم.

متن ایزدی معاون حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای هم در ادامه نشست عنوان کرد: همگرا با اهداف شفاف سازی و شایسته سالاری ایجاد شده است و شعارش بر ارتقا دادن سازمان ها و شرکت های بازی ساز است.

او در ادامه افزود: حمایت های همگرا برای تیم های بازی ساز و شرکت های بازی ساز است. آنها با ارائه مدارک و نیازمندی از سوی همگرا می توانند همگرا شوند. ما چهار شاخص برای سنجیده تیم پاشرکت ها داریم که اول کیفیت بازی است، بعد وضیعت حقوقی و افتخارها بوده، شاخص های فرهنگی تا چه اندازه نهادینه شدند همکاری های شرکت هم در این زمینه مهم بوده است.

ایزدی درباره شاخص کیفیت های بازی اشاره کرد و گفت: این بازی تست استاندارد و تجربه ارزگاناری بازی مهم بوده است و تیم های فرهنگی شاخص های فرهنگی را ارزیابی کردند و امتیازها را دادند. ۷۴ تیم بست نام کردند که ۵۰ تیم فرآیند بست نام را کامل کردند. شرکت ها هم تزدیک به ۳۲۴ آتا بست نام کردند.

او با اشاره به رتبه پندی همگرا اظهار کرد: مواردی همچون سیمرغ، هما، ققنوس، شیرдал، هدیوش، یوز، غزال به عنوان امتیاز انتخاب شده اند و به تیم ها و بازی سازان در این رتبه پندی قرار می گیرند.

ایزدی درباره حمایت های همگرا گفت: علاوه بر زیرساخت ها، زیر صدا، سرور، رترینگ، تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، تامین فضا، خدمات تست بازی، فرآیند تبلیغاتی و رسانه ای و پرداخت درصد تشویقی و توسعه و تسریع فرآیند رشد و ارتقا شرکت است.

## یک میلیارد سرمایه گذاری ساختار همگرا برای سازان رایانه ای (۱۴۰۰-۰۷-۰۸)

اقتصاد ایران: حسن کریمی قدوسی گفت: بنیاد ملی بازی های رایانه ای یک میلیارد از بودجه خود را برای ساختار همگرا سرمایه گذاری کرده است.

به گزارش خبرنگار مهر، نشست خبری ساختار حمایتی همگرا بنیاد ملی بازی های رایانه ای امروز صبح ۲۲ مهرماه با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد برگزار شد.

کریمی قدوسی در ابتدای این نشست درباره گام هایی که در ساختار همگرا باید بردازند، گفت: همگرا جای کار زیادی دارد و این ساختار به دنبال این است که سازمان های بازی ساز مختلف را ارتقا دهد. لذا هدف ما بهتر کردن سازمان های بازی ساز است.

او ادامه داد: همگرا به دنبال هم افزایی سازمان ها هم است تا بتوانند حمایت های خوبی از بازی ها شود این هم افزایی همگرا باعث می شود شایسته سالاری در حوزه بازی بهتر اجام شود.

به گفته ای، حمایت های مالی سقفی دارد تجهیزات، سرور و... بودجه ای را تامین می کند و در آین نامه ریز این حمایت ها عنوان شده است، بنیاد بخشی از بودجه خود را تزدیک به یک میلیارد در این زمینه هزینه کردم و سعی کردم به دو میلیارد هم بررسیم.

متن ایزدی معاون حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای هم در ادامه نشست عنوان کرد: همگرا با اهداف شفاف سازی و شایسته سالاری ایجاد شده است و شعارش بر ارتقا دادن سازمان ها و شرکت های بازی ساز است.

او در ادامه افزود: حمایت های همگرا برای تیم های بازی ساز و شرکت های بازی ساز است. آنها با ارائه مدارک و نیازمندی از سوی همگرا می توانند همگرا شوند. ما چهار شاخص برای سنجیده تیم پاشرکت ها داریم که اول کیفیت بازی است، بعد وضیعت حقوقی و افتخارها بوده، شاخص های فرهنگی تا چه اندازه نهادینه شدند همکاری های شرکت هم در این زمینه مهم بوده است.

ایزدی درباره شاخص کیفیت های بازی اشاره کرد و گفت: این بازی تست استاندارد و تجربه ارزگاناری بازی مهم بوده است و تیم های فرهنگی شاخص های فرهنگی را ارزیابی کردند و امتیازها را دادند. ۷۴ تیم بست نام کردند که ۵۰ تیم فرآیند بست نام را کامل کردند. شرکت ها هم تزدیک به ۳۲۴ آتا بست نام کردند.

او با اشاره به رتبه پندی همگرا اظهار کرد: مواردی همچون سیمرغ، هما، ققنوس، شیرдал، هدیوش، یوز، غزال به عنوان امتیاز انتخاب شده اند و به تیم ها و بازی سازان در این رتبه پندی قرار می گیرند.

ایزدی درباره حمایت های همگرا گفت: علاوه بر زیرساخت ها، زیر صدا، سرور، رترینگ، تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، تامین فضا، خدمات تست بازی، فرآیند تبلیغاتی و رسانه ای و پرداخت درصد تشویقی و توسعه و تسریع فرآیند رشد و ارتقا شرکت است.

## مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای مطرح کرد؛ دسته بندی بازی ها به منظور دریافت کمک های مالی و خدماتی

(۰۹۱۸-۹۷/۰۸/۲۲)

رتبه بندی بازی سازان به منظور ارائه حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای انجام می گیرد

به گزارش خبرنگار اینلا، حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای انجام می گیرد  
بازی سازان انجام می پذیرد برای دومن سال متولی اتفاق می افتد و نام این پروژه همگرا است.

وی افزود: حمایت های مالی، زیرساختی، آموزش و آماده سازی تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری بخشی از خدماتی است که به بازی سازان ارائه خواهد شد  
کریمی با اینکه کمک های مالی ارائه شده به طور وام پرداخت خواهد شد اظهار کرد: با توجه به رتبه بندی ای که توسط بنیاد صورت می گیرد بخش قابل

توجهی از این کمک های مالی بدون پرداخت خواهد بود.  
به گفته کریمی حدود یک میلیارد تومان از بودجه بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای پروژه همگرا در نظر گرفته شده است که ما تلاش می کنیم این عدد را

به ۲ میلیارد تومان برسانیم.

وی ادامه داد در نظر داریم تا با عوارضی که از بازی سازان خارجی دریافت می کنیم مقدار حمایت های مالی را به عدد مورد نظر برسانیم.  
مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به اینکه تعاملات خوبی با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و معاونت علمی ریاست جمهوری صورت گرفته

است گفت: رتبه بندی های انجام شده در پروژه همگرا می تواند عامل موثری در میزان حمایت ها توسط نهادهایی مثل وزارت ارتباطات از بازی سازان باشد.

وی درباره تحوه ارزیابی بازی ها گفت: این کار به وسیله تیمی از کارشناسان صورت می گیرد و این ارزیابی به طور سالیانه انجام می پذیرد.

۵۹



## دسته بندی بازی ها به منظور دریافت کمک های مالی و خدماتی

رتبه بندی بازی سازان به منظور ارائه حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای انجام می گیرد

به گزارش خبرنگار اینلا، حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اگفت: این رده بندی که با هدف شفاقت ارائه خدمات و حمایت ها به  
بازی سازان انجام می پذیرد برای دومن سال متولی اتفاق می افتد و نام این پروژه همگرا است.

وی افزود: حمایت های مالی، زیرساختی، آموزش و آماده سازی تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری بخشی از خدماتی است که به بازی سازان ارائه خواهد شد  
کریمی با اینکه کمک های مالی ارائه شده به طور وام پرداخت خواهد شد اظهار کرد: با توجه به رتبه بندی ای که توسط بنیاد صورت می گیرد بخش قابل

توجهی از این کمک های مالی بدون پرداخت خواهد بود.  
به گفته کریمی حدود یک میلیارد تومان از بودجه بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای پروژه همگرا در نظر گرفته شده است که ما تلاش می کنیم این عدد را به

۲ میلیارد تومان برسانیم.

وی ادامه داد در نظر داریم تا با عوارضی که از بازی سازان خارجی دریافت می کنیم مقدار حمایت های مالی را به عدد مورد نظر برسانیم.  
مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به اینکه تعاملات خوبی با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و معاونت علمی ریاست جمهوری صورت گرفته

است گفت: رتبه بندی های انجام شده در پروژه همگرا می تواند عامل موثری در میزان حمایت ها توسط نهادهایی مثل وزارت ارتباطات از بازی سازان باشد.

وی درباره تحوه ارزیابی بازی ها گفت: این کار به وسیله تیمی از کارشناسان صورت می گیرد و این ارزیابی به طور سالیانه انجام می پذیرد.

## مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ سرمایه گذاری یک میلیاردی برای حمایت همگرا از بازی سازان رایانه ای

(۰۹۱۸-۹۷/۰۸/۲۲)

تهران (پانا) - مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای از هزینه یک میلیارد تومانی برای حمایت همگرا از بازی سازان رایانه ای خبر داد

نشست خبری ساختار حمایتی همگرا در بنیاد ملی بازی های رایانه ای امروز سه شنبه ۲۲ مهرماه ۹۷ با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای برگزار شد.(ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) کریمی قدوسی در ابتدای این نشست درباره گام هایی که در ساختار حمایت همگرا از بازی سازان بازی های رایانه ای باید برداشته، گفت: همگرا جایی کار زیادی دارد و این ساختار به دنبال این است که سازمان های بازی ساز مختلف را ارتقا دهد لذا هدف ما بهتر کردن سازمان های بازی ساز است. او ادامه داد: همگرا به دنبال هم افزایی سازمان ها باهم است تا بتوانند حمایت های خوبی از بازی ها شود این هم افزایی همگرا باعث می شود شایسته سalarی در حوزه بازی بهتر انجام شود. به گفته لو، حمایت های مالی سقفی دارد تجهیزات، سرور و... بودجه ای را تامین می کند و در آین نامه ریز این حمایت ها عنوان شده است. بنیاد بخشی از بودجه خود را نزدیک به یک میلیارد تومان در آین زمینه هزینه کردم و سعی کردم به دو میلیارد هم برسانیم. متین ایزدی معاون حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای هم در ادامه نشست عنوان کرد: همگرا با اهداف شفاف سازی و شایسته سalarی ایجاد شده است و شمارش بر ارتقا دارن سازمان ها و شرکت های بازی ساز است. او در ادامه افزود: حمایت های همگرا برای تیم های بازی ساز و شرکت های بازی ساز است. آنها با ارائه مدارک و نیازمندی از سوی همگرا می توانند همگرا شوند. ما چهار شاخص برای سنجیدن تیم ها یا شرکت های داریم که اول کیفیت بازی استه، بعد وضعیت حقوقی و افتخارها است، نهادن شدن شاخص های فرهنگی و همکاری های شرکت نیز در آین زمینه مهم بوده است. متین ایزدی معاون حمایت بنیاد بازی های رایانه ای درباره شاخص کیفیت های بازی اشاره کرد و گفت: در این بازی ها تست استاندارد و تجربه اثرباری بازی مهم بوده است و تیم های فرهنگی شاخص های فرهنگی را ارزیابی کرددند و امتیاز دادند. ۷۴ تیم در ساختار حمایت همگرا ثبت تام کرددند که ۵۰ تیم فرآیند ثبت نام را کامل کردند. نزدیک به ۳۴ شرکت نیز ثبت تام کرددند. او با اشاره به رتبه بندی همگرا اظهار کرد: مواردی همچون سیمرغ، هما، قتوس، شیرال، هدیوش، بوز، غزال به عنوان امتیاز انتخاب شده اند و تیم ها و بازی سازان در آین رتبه بندی قرار می گیرند.

## نتیجه های

### حمایت از ۵۶ بازی ساز و ۱۰۲ بازی در نخستین سال فعالیت سامانه همگرا

اولین نشست خبری ساختار حمایتی همگرا امروز (۲۲ آبان) در بنیاد ملی بازی های رایانه ای با حضور حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، و متین ایزدی، معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای برگزار شد براساس گفته های متین ایزدی در نخستین سال فعالیت سامانه همگرا در مجموع ۵۶ تیم و ۱۰۲ بازی حمایت می شوند و این تیم ها و شرکت های ۱۵ روز دیگر می توانند از حمایت های این سامانه استفاده کنند. در این نشست حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، در مرور هدف از راه انتازی این سامانه گفت: «ما به دنیال شفاف سازی و شایسته سalarی و تجمیع حمایت های بنیاد بودیم. پیش از آن ما از تیم ها حمایت می کردیم اما نمی دانستیم نتیجه این حمایت ها چه می شود و یکپارچگی نداشت.» او با اشاره به اینکه همگرا به دنبال همگرایی در حمایت از بازی سازان استه، بیان کرد: «نهادهای سیاری وجود دارند که از بازی سازان حمایت می کنند. اما کاه این حمایت ها هم پوشاکی دارند و یک تیم از جند نهاد حمایت دریافت می کند ما قادر هستیم تا اینکاری در اختیار نهادها قرار دهیم تا وحدت رویه داشته باشدند.»

همچنین به گفته کریمی قدوسی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در مذاکره با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، برای تخصیص وام های وجوده اداره شده به بازی سازان از طریق این سامانه اعلام آمادگی کرده اند. در ادامه متین ایزدی، معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای در مورد اینکه چه شرکت های و تیم هایی می توانند در این سامانه ثبت تام کنند، بیان کرد: «شرکت های و تیم هایی که در چهارسال گذشته یک یا دو بازی مستشر شده داشته باشند امکان ثبت نام در این سامانه را دارند. بنابراین با توجه به کارهایشان در این سامانه رده بندی خواهد شد و با توجه به این رده بندی، از حمایت های گوتانگون بهره مند می شوند.» ایزدی در توضیح این حمایت ها گفت: «این حمایت ها شامل تامین زیرساخت، تجهیزات، امکانات و محل استقرار، تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، خدمات تست بازی، تبلیغات و بازاریابی و توسعه بازار، تامین آموزش و ارتقای نیروی انسانی، پژوهش درصد تشویقی به ازای فروش بازی های موفق، توسعه و تسریع فرایند رشد و ارتقا است.»

به گفته معاون حمایت بنیاد ملی بازی های این حمایت ها از سمت خود بنیاد همکاران حمایتی و همکاران بین دستگاهی در اختیار بازی سازان قرار می گیرد و بنیاد ملی با هر کدام از این نهادها مذاکره و قراردادهایی را منعقد کرده است. بازی سازان پس از دریافت اعتبار تصمیم می گیرند که از کدام خدمات استفاده کنند. براساس اظهارات ایزدی با پایان ارزیابی تیم های بازی سازی در این سامانه ظرف چند روز آینده جزئیات امتیازها، تمرات و اعتبارنامه یک ساله بازی سازان برای آنها ارسال خواهد شد و آنها یک هفته فرصت دارند تا اعتراض خود در مورد نتیجه را اعلام کنند.



۱۰ نا ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات بلاعوض؛ حمایت‌های مالی از بازی‌سازان ایرانی (۹۷/۰۸/۰۱-۹۷/۰۸/۳۱)

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های ریانه ای گفت: طرح حمایت همگرا از همه شرکت های سازنده بازی های ریانه ای داخلی را از پائزدهم آذر آغاز می کنیم که شرکت ها مر توانند از ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات بلاعوض دریافت کنند.

حسن کریمی قدوسی در مصاحبه اختصاصی با خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما، در حالتیه نشست حمایت همگرا از بازی های رایانه ای ایرانی افزود: تمام تیم های بازی ساز داخلی می توانند از این حمایت ها بهره ببرند، این حمایت ها در ۱۴ شاخه عرضه می شود که شامل مواردی مانند کمک هزینه اجاره محل کار، خرید تجهیزات استودیو بازی سازی و تامین نقدینگی برای شرکت هاست.

وی گفت: شرکت هایی که متقاضی استفاده از این تسهیلات بودند در سایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای ثبت تقاضا کرده اند و از فردا نتایج لرزیابی ها به شرکت ها اعلام می شود که هر شرکت بر اساس امتیاز و میزان تولیداتش می تواند از این حمایت ها بهره ببرد.

صدریم عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای افزود: یک ساختار شفاف ایجاد کرده ایم که هر شرکت در طول سال بسته به امتیازاتش بتواند از حمایت ها استفاده کند تا پتانیم از این طریق به صنعت بازی سازی در داخل کشور کمک کنیم و شرکت ها ما بتوانند در سطح جهانی رقابت کنند.



گریمی قدوسی: حمایت از بازسازان همسو پا نیازشان / تسهیل تولیدات بومی منطبق با فرهنگ ایرانی-اسلامی

114 of 114

گروه فناوری اطلاعات — مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به آغاز فعالیت مجموعه «همگرا» با هدف حمایت از بازسازان و تیم ها و شرکت های فعال در این حوزه، همسو با نیاز آن ها گفت: این پروردگار تولیدات بومی منطبق با فرهنگ ایرانی-اسلامی را حمایت و توزیع و تولید آن ها را تسهیل می کند.

به گزارش خبرنگار ایکنا؛ نشست خبری ساختار حمایتی همگرا توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای صبح امروز ۲۲ آبان ماه با حضور حسن کریمی قدوسی مدیر عامل این بنیاد و مثنی ایزدی معاون حمایتی آن برگزار شد.

کریمی قدوسی در انتدای این نشست، با اشاره به اینکه مجموعه «همگرا» متمرکز از شاخص ها و روش های است که منتج به ارایه حمایت های مشخص به تولید کنندگان بازی های رایانه ای می شود، گفت: هدف اصلی همگرا شفاف سازی، رعایت عدالت و هدفمند کردن حمایت های بنیاد ملی بازی ها و تمامی نهاد هایی است که در این عرصه فعالیت می کنند.

وی با بیان اینکه فکر اولیه ایجاد ساختار همگرا به دلیل شفاف سازی عملکرد ها و همچنین ارائه بسته های حمایتی پیدا شد، افزود: بنیاد ملی بازی های رایانه ای در حقیقت به دنبال فراهم کردن زیر ساخت ها و یکپارچه کردن حمایت ها از بازی سازان و بحث آموزش و ارائه وام و سایر حمایت ها در پیروزه همگراست.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره گام هایی که در ساختار همگرا یابید بردارند، گفت: همگرا جای کار زیادی دارد و این ساختار به دنبال این است که سازمان های بازی ساز مختلف را ارتقا دهد؛ البته حمایت های مالی همگرا سقف مشخصی دارد و از طریق این حمایت ها تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری، سرویس و تجهیزات لازمه را ابزار می کند.

کریمی قووسی در پاسخ به سوال خیرنگار ایکنا مبینی بر سقف بودجه همگرا و چگونگی انتخاب شرکت‌ها و بازی‌سازان برای حمایت در این پروژه گفت: بنیاد از محل اعتبارات خود بیش از یک میلیارد تومان بودجه برای ساختار همگرا اختصاص داده است که تا پایان سال به بازی‌سازان اعطا می‌شود اما تلاشمن این است که این بودجه را به ۲ میلیارد تومان افزایش دهیم. جدا از این مسئله چند سال است که بنیاد با تصویب قانون اخذ عوارض از بازی‌های رایانه‌ای خارجی، در آمد حاصل از این قانون را به ساختار همگرا تعلق خواهد داد تا بودجه‌های این بخش، نیز به صورت شفاف در این جوهره هزینه شود.

شورایی عالی انقلاب فرهنگی و درصد کارآمدی بازی است.

امتنان ایزدی، معاون حمایتش بنیاد ملی بازاری های رایانه ای تیز در ادامه این نشست با بیان اینکه همگرا با اهداف شفاف سازی و شایسته سالاری ایجاد شده است و شمارش بر ارتفا دادن سازمان ها و شرکت های بازاری ساز است. این ها با ارائه مدارک و نیازمنجی از سوی همگرا می توانند عضوی از همگرا باشند. وسیع با اشاره به اینکه ۷۴ تیم تاکنون در همگرا ثبت نام کرده اند گفت: در حال حاضر ۵۰ تیم فرآیند ثبت نام را کامل کرده و نزدیک به ۳۶ شرکت هم ثبت نام کرده اند. رتبه پندي تیم هایی که در همگرا ثبت نام می کنند نیز با مواردی همچون سیمرغ، همه، قلتوس، شیردال، هدیوش، یوز و غزال است که به عنوان امتیاز به گروه ها داده می شود تا تیم ها و بازاری سازان در این رتبه پندي قرار گیرند.

(ادامه خبر ...) معاون حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: همه حمایت های بازی سازان در این پروژه بعد از ثبت نام زیر این محور بر مبنای شایسته سalarی، رتبه بندی می شود و امتیاز می گیرند که بر اساس آن امتیاز تا سقف مشخصی حمایت خواهد شد که در ۲۰ تا ۳۰ ردیف حمایت وجود دارد و خرید تجهیزات، استقرار کار، پیمایه تبرو های کمکی مشاور و گرفتن برنده شامل می شود.

وی اضافه کرد: حمایت های همگرا به تیم های فعال حتی با یک نفر عضو و شرکت های بازی سازی تعلق می گیرد که در چهار سال گذشته حداقل دو بازی یا یک بازی و یک نمونه اولیه از بازی تولید کرده باشند. بازی سازان می توانند در پورتال همگرا ثبت نام کنند و پس از ارزیابی بر اساس شاخص های مختلف و دریافت رتبه بر مبنای این شاخص ها حمایت دریافت کنند.

ایزدی ادامه داد: بخش قابل توجهی از حمایت های همگرا بدون بازپرداخت هستند و این حمایت ها شامل تجهیزات، امکانات و محل استقرار، پشتیبانی و آزمون در تولید و تشریف بازی، جذب تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، مشاوره تخصصی و توسعه ساختاری، تبلیغات، بازاریابی و توسعه بازار، آموزش و تسریع فرآیند رشد شرکت هستند؛ ساختار حمایتی همگرا از ۲۸ مرداد کار خود را آغاز کرده و تیم ها و شرکت های متقاضی باید برای دریافت این خدمات در پورتال همگرا ثبت نام کنند.

معاون حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: فرآیند ارزیابی بازی ها حداقل ۴۵ روز طی خواهد شد و بعد از آن رتبه ها اعلام و انتخاب و تخصیص حمایت ها آغاز می شود. بدینه است بازی سازانی که در اولین سال حمایتی همگرا ثبت نام کنند، با توجه به محدود بودن زمان ثبت نام باید تا شروع سال حمایتی آتی و باز شدن فرآیند ثبت نام سال آینده منتظر بمانند.

انتهای پیام

## اصح ارتباط

### سامانه جدید بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای ارزیابی و حمایت بازی سازان معرفی شد: شروع به کار ساختار حمایتی همگرا

اولین نشست خبری ساختار حمایتی همگرا که با هدف ارایه حمایت های همسو با نیازهای بازی سازان راه اندازی شده در بنیاد ملی بازی های رایانه ای برگزار شد.

به گزارش خبرنگار عصر ارتباط، در این نشست حسن کریمی قدوسی رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: از این پس بنیاد تمامی حمایت های خود از بازی سازان را از طریق سامانه "همگرا" انجام خواهد داد با استفاده از این ساختار بنیاد قصد دارد علاوه بر ایجاد شفافیت و شایسته سالار شدن حمایت ها، شرکت های این حوزه را به رده های بالاتر تشویق کند. همگرا درواقع ساختاری تیم محور و شرکت محور است و لذا هدف ما بهتر کردن شرکت ها و تیم های بازی سازی است و بر این اساس به هر میزان که شرکت ها ارتقا یافته و بهتر شوند در سال آتی حمایت بیشتری دریافت خواهند کرد.

رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای افزود: ساختار همگرا به دنبال ایجاد همگرایی در حمایت ها در کشور نیز هست تا بتواند که حمایت هایی که از بازی سازان توسط معاونت علمی ریاست جمهوری، وزارت ارتباطات و دیگر تهاده ها صورت می گیرد را یکپارچه کند و این ایزار را در اختیار تهاده های دیگر قرار می دهد که حمایت های خود از بازی سازان را از طریق سامانه همگرا انجام دهند.

در ادامه این جلسه متن ایزدی معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای سامانه همگرا را تیجه یک فرآیند فکری سه ساله معرفی کرد که دارای یکسری شاخص های ارزیابی است و براساس این شاخص ها بازی سازان ارزیابی و درجه بندی شده و بر همین مبنای مورد حمایت قرار می گیرند.

ایزدی در خصوص شرایط ثبت نام و دریافت حمایت ها که برای این سامانه در نظر گرفته شده ایراز داشت: هم تیم هایی بازی ساز و هم شرکت های بازی ساز می توانند در همگرا ثبت نام کنند اما تیم هایی که در ۴ سال گذشته بازی رونمایی شده نداشته باشند نمی توانند در همگرا ثبت نام کنند در خصوص شاخص های رتبه بندی نیز باید بگوییم که ما چهار شاخص را در نظر گرفته ایم که شامل کیفیت بازی، توانمندی تیم یا شرکت، شاخص های فرهنگی بازی و شاخص های همکاری شبکه ای (فعالیت انجام شده تا چه میزان به صورت بازی سازی کمک می کند) هستند و این شاخص ها در خصوص متقاضیان توسط تیم ارزیابی بررسی می شوند.

معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای در خصوص چند جون حمایت هایی که به بازی سازان ارایه می شود نیز گفت: همگرا علاوه بر تأمین زیرساخت، تجهیزات، امکانات و محل استقرار خدمات دیگری نیز به بازی سازان براساس رتبه بندی انجام شده ارایه می دهد.

از جمله این امکانات می توان به تأمین نرم افزار و لاینسن، ارایه خدمات تست بازی، تسهیلات مالی، تبلیغات بازاریابی و توسعه بازار و پرداخت تسهیلات تشویقی به ازای فرتوش، توسعه و تسریع فرآیند رشد اشاره داشت.

وی در خاتمه خاطرنشان ساخت: امسال ۷۴ تیم و ۳۴ شرکت در سامانه همگرا ثبت نام کرده اند که پس از انجام بررسی و عبور از فیلترها در نهایت ۵۵ متقاضی پرونده حمایتی برایشان در نظر گرفته شده است.



## در نشست خبری عنوان شد؛ جزیات ساختار حمایتی همگرا تشریح شد/ به دنبال تقویت شرکت‌ها هستیم

۰۷/۰۷/۱۷ - ۰۶/۲۲

ریس بنیادملی بازیهای رایانه ای تاکید کرد: همگرا شفاف ترین ساختاری است که شکل گرفته چرا که ما می‌توانیم ثبت نام کرده و از مجموعه‌های مورد نظر حمایت کنیم؛ ولی اگر آینه نامه را منتشر کرده ایم نشان دهنده این است که به دنبال شفافیت بوده ایم.

به گزارش خبرنگار سرویس فرهنگی خبرگزاری موج، نشست خبری ساختار حمایتی همگرا بنیاد ملی بازی‌های رایانه ای صبح امروز ۲۲ مهرماه، با حضور حسن کریمی قوسمی مدیرعامل و متین ایزدی معاون حمایتی بنیاد ملی بازی‌های رایانه ای برگزار شد.

در ابتدای این نشست کریمی قوسمی گفت: من بعد تمام حمایت‌های بنیاد بازی‌های رایانه ای در قالب ساختار همگرا انجام می‌دهد. هدف از این کار شفاف سازی و رعایت شایسته سالاری در حمایت‌ها است و در نظر داریم تا با حمایت از شرکت‌ها در ارتقاء تدبیجی آنها موثر باشیم. گرچه ممکن است این ساختار در پدید امر در ساختارهاییش تغییراتی ایجاد شود.

وی در مورد شفاف سازی حمایت‌ها تشریح کرد: میزان حمایت دریافتی شرکت‌ها از سازمانهای حامی شرکت‌ها می‌باشد. ضمن اینکه ما نمی‌دانیم حمایت‌ها به چه ترتیب ای می‌رسد. از سویی دیگر حمایت‌ها تا کنون محصول محور و ته تیم محور بود. درین رویکرد جدید حمایت‌ها تیم محور و در ترتیبی شرکت‌ها و تیم‌ها تقویت می‌شوند و سازمان‌ها در حمایت‌هایی که از بازی‌سازان انجام می‌دهند از خلوفیت همگرا استفاده می‌کنند.

ریس بنیاد ملی بازی‌های رایانه ای افزود: به عنوان مثال معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری مجموعه‌ای دارد به عنوان حمایت از شرکت‌های خلاق که ما برای پرهیز از مواری کاری با آنها مکاتبه کردیم تا حمایت‌ها هوشمتدانه شود. وزارت ارتباطات ساختار همگرا را قبول دارد و آمادگی دارد تا وام‌ها را به شرکت‌های معروف شده مانعطا کند.

همگرا شفاف ترین ساختاری حمایتی شکل گرفته

مدیر عامل بنیاد بنیادملی بازیهای رایانه ای تاکید کرد: همگرا شفاف ترین ساختاری است که شکل گرفته چرا که ما می‌توانیم ثبت نام کرده و از مجموعه‌های مورد نظر حمایت کنیم؛ ولی اگر آینه نامه را منتشر کرده ایم نشان دهنده این است که به دنبال شفافیت بوده ایم. بر همین اساس گرچه در سال اول بنابر ملاحظاتی که به منافع و جایگاه شرکت‌ها بر می‌گردد، گردید شرکت‌ها اعلام نمی‌شود؛ اما میزان حمایت‌ها را به طور ماهیانه یا فصلی اعلام می‌شود.

قوسمی با بیان اینکه آینه نامه پیچیده‌ای داریم که از چهارسال پیش در سال ۹۳ و دوره سه معاون حمایت در دست تکمیل است اما از یک سال و نیم پیش به طور متمرکز روی آن کار شده است. گفت: همگرا در ۱۴ شاخه خدمات حمایتی به بازی‌سازان ارائه می‌کند که دو محدودیت سقف تعیین شده برای هر شاخه و سقف میزان اعتبار سالیانه تعلق گرفته به هر رتبه بازی‌سازی دارد اما تصمیم‌گیری در مورد نوع خدمات دریافتی به انتخاب بازی‌ساز است.

حمایت بدون توقع

وی تاکید کرد: در ازای حمایت‌ها هیچ توقیف از بازی‌سازان نداریم حتی پرداخت محور نیست چرا که بازی‌ساز را بر اساس موفقیت‌های قبلی ارزیابی می‌شود. اما شرکت‌ها در صورت افت گردید از ساختار همگرا خارج می‌شوند. به همین دلیل بر اساس آینه نامه، ارزیابی اولیه در سال اول ثبت نام انجام می‌شود و ارزیابی ناتوانه مربوط به گردیدنی سال‌ها بعد است.

ازیابی کیفی بر اساس کاربرگ‌ها

کریمی قوسمی در مورد نحوه بررسی موارد کیفی ارزیابی گفت: ارزیابی بازی بر اساس کاربرگ‌های قابل انتشار انجام خواهد شد. قطعاً برخی از این ارزیابی‌ها کارشناس محور است. اما برای اینکه سلیقه فردی اعمال نشود ما برای این امتیازات داده شده توسط چند کارشناس را برای هر بازی در نظر می‌گیریم. وی در بخشی از سخنانش اظهار داشت: با قاطعیت می‌توانم بگویم که مجموعه‌های حمایتی خارجی بنایه شرایط اقتصادی هر کشور نوع حمایت را تعیین می‌کند اما در هیچ کدام منع برای حمایت از شرکت‌های بزرگ وجود ندارد بلکه اتفاقاً حمایت‌های زیادی هم می‌کنند.

بودجه حمایتی از تاحیه عوارض بازی‌های دیجیتال

قوسمی تصریح کرد: بخشی از بودجه همگرا که معادل یک میلیارد تومان است، از محل بودجه های بنیاد تأمین می‌شود و بخش هم از عوارضی که از بازی‌های خارجی گرفته می‌شود تاکید می‌کنم که این عوارض شامل بازی‌های ارジمند و کنسولی نمی‌شود چون به دنبال آن هستیم که قاچاق ریشه کن شود؛ اما عوارض بازی‌های دیجیتالی که به طور رسمی در ایران عرضه می‌شوند را شامل می‌شود.

شرایط ثبت نام در همگرا

در ادامه این نشست معاون حمایت بنیاد بازی‌های رایانه ای به ویژگی‌های شرکت‌ها و تیم‌های بازی‌سازی که می‌توانند در همگرا ثبت نام کنند اشاره کرد و گفت: شرکت‌های توییم هایی که در ۴ سال گذشته یک یا دو بازی امتیاز شده ساخته باشند می‌توانند در همگرا ثبت نام کنند. روند به مردمی از طرح همگرا با ثبت نام آغاز شده و پس از تکمیل مدارک، ارزیابی، رتبه بندی و سپس دریافت حمایت باقی مراحل را شامل می‌شود.

متین ایزدی با اشاره به اینکه ۴ شاخص اصلی برای ارزیابی همگرا وجود دارد و ما هیچ گونه هیأت انتخابی که به طور سلیقه‌ای برخوردار نکند تداریم؛ بیان کرد این شاخص‌ها در چهار حوزه توافقی، کیفیت و ارگاناری بازی، مولفه‌های فرهنگی بازی و مولفه‌های تایپ‌گذاری در صنعت بازی دسته بندی می‌شوند.

وی افزود: برای هر شاخص تیمی وجود دارد که بازی‌ها را ارزیابی می‌کند به عنوان مثال یک تیم فرهنگی بازی‌ها را بر اساس شاخص‌های ۱۲ گانه معرفی شورای عالی انقلاب فرهنگی ارزیابی می‌کند و به آنها امتیاز می‌دهد. ارزیابی شاخص همکاری شیکه‌ای دارای دو بخش پژوهش و کارآموزی است که این امتیاز امسال به دلیل اینکه اولین سال همگراست به کسی تعلق نمی‌گیرد و ما به تمام شرکت‌کنندگان امتیاز کامل را در این بخش می‌دهیم.

ایزدی تصریح کرد: ثبت نام از لواخر مرداد صورت گرفت و ۱۷ شهریور تمام شد. بیست و شش شرکت به دیپرخانه مراجعت کردند که ۲۳ شرکت قابل ارزیابی بودند. پنجماه تیم هم ثبت نام کردند که سی و سه تیم قابل ارزیابی بودند. ۹۲ بازی توسط تیم‌ها به دیپرخانه ارسال شد که ۵۹ بازی شرایط آینه نامه را داشتند.

همگرا تاکید دارد که رده بندی توصیفی باشد نه عددی (آدامه دارد...)

(ادامه خبر) – معاون حمایت بنیاد بازی های رایانه ای گفت: در واقع سال اول همگرا را با ۵۶ متفاضلی بستیم و ۱۰۲ بازی هم مورد ارزیابی قرار گرفت. هفت رده مختلف را نیز در نظر گرفتیم که حمایت ها بر اساس این رده ها صورت می گیرد. همگرا تاکید دارد که رده پندی توصیفی باشد ته عددی، بنابراین عنوان رتبه ها مواردی همچون سیمرغ، هما، ققنوس، شیرдал، هدیوش، یوز، غزال به عنوان امتیاز انتخاب شده اند و به تیم ها و بازی سازان تعیین شده اند.

از اواخر شهریور ارزیابی شروع شد و ۱۲ آبان ارزیابی ها تکمیل شد و در حال حاضر آماده ارسال اعتبارنامه ها به تیم ها و شرکت ها هستیم. از امروز با شرکت های واحد شرایط تماس گرفته می شود و از هفته آینده معتبرین می توانند اعتراض خود را به سازگاری پر کردن یک فرم الکترونیک درخواست ارزیابی مجدد داشته باشند.

حمایت هایی که تعلق می گیرد از فرآیند تیازسنجی خود بازی سازان استخراج شده است. جدای از تامین فضا، حمایت های سخت افزاری و نرم افزاری، تسهیل در پذست از در تمهیلات مالی، تبلیغات، تست بازی، سرویس های آموزشی، جذب کارآموز، پرداخت درصد تشویقی فروش در بازی ها در بازارهای داخلی از جمله حمایت های همگرا است.

شرکت های بزرگ نمی توانند گرفت بگیرند ایزدی در بخش دیگری از ساختارش به تغیرات رویکردی در حمایت ها هم اشاره کرد و گفت: به عنوان مثال ما هیچ وقت از بازی سازانی که به دنبال جذب مخاطب بودند حمایت نکرده بودیم اما الان میستیم بی آر و تبلیغات را تدقیک کرده و گسترش داده ایم. شرکت های بزرگ نمی توانند گرفت بگیرند بلکه از تمهیلات بیمه مند می شوند و شرکت های کوچک وام نمی توانند بگیرند چون توان بازپرداخت نخواهند داشت اما می توانند از گرفت بگیرند همگرا پرخوردار شوند. همگرا با پارتnerهای حمایتی مختلف وارد مکاره در حوزه های مختلف مانند آموزش یا تست بازی، صداگذاری، رندرینگ و یا خدمات دیگر می شود و از این طریق با تخفیف بیشتر خدماتی به بازی سازان به انتخاب خود آنها و برآسان گردید بندی یک اعتبار حمایتی در سال دریافت می کنند. حتی برخی از مجموعه های آموزشی همکار، با تخفیف ارائه خدمات می دهند.



## حمایت از بازی سازان شفاف و شایسته سالار می شود همگرا؛ مسیر توامندسازی شرکت ها و تیم های بازی سازی بازی ایزدی ارزیابی ۵۶ تیم / شرکت و ۱۰۲ بازی ایرانی در سال نخست همگرانه حمایت های همگرا برآسان نیاز

[۱۴۰۷-۰۸/۰۸/۰۱]

نشست خبری ساختار حمایتی جدید همگرا صبح امروز سه شنبه ۲۲ آبان با حضور حسن کریمی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، مبنی ایزدی معاون حمایت بنیاد و با حضور اهالی رسانه برگزار شد در نشست خبری امروز جدیدترین و مهیج ترین اطلاعات مربوط به این ساختار حمایتی، برنامه ها و تصمیم های اتخاذ شده پیرامون آن و تشریح گام های آتی در اختیار رسانه ها قرار گرفت.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره این ساختار حمایتی جدید گفت: هدف بنیاد از ایجاد ساختار حمایتی همگرا شفاف، کردن، ساختارمند کردن و توجه به حمایت برآسان شایسته سالاری است. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اعلام کرد تمامی حمایت های آتی بنیاد از این پس از طریق ساختار حمایتی همگرا صورت خواهد گرفت.

همگرا؛ مسیر توامندسازی شرکت ها و تیم های بازی سازیه گفته کریمی در کنار پیگیری اهدافی چون شفاقت و ساختارمندی که توسط بنیاد دنبال می شود خود ساختار حمایتی همگرا تلاش می کند از طریق حمایت ها، گام های مهمی را در راستای توامندسازی و ارتقای شرکت های بازی سازی برگزارد.

بنابر گفته های مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، همگرا ساختاری تیم محور و شرکت محور است و همچون گذشته صرف نگاهی محصول محور ندارد به این ترتیب هدف ارتقای تیم ها و شرکت ها و بهبود شرایط کلی صنعت بازی و کسب و کار این حوزه است.

کریمی در پایان ساختارش به این نکته نیز اشاره کرد که همگرا همانطور که از تام آن برمی آید به دنبال ایجاد نوعی همگرایی در حمایت ها در داخل کشور نیز

هست تا حمایت هایی که سازمان هایی در کشور انجام می دهند در قالب یک سیستم واحد انجام شوند.

در ادامه نشست خبری ساختار حمایتی همگرا مبنی ایزدی معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای مهیم ترین اطلاعات را درباره شرایط فعلی ساختار جدید

همگرا در اختیار رسانه ها قرار داد. مبنی ایزدی مهم ترین نکات را درباره چرا بیان آن، شیوه ارزیابی، آمار و عملکرد نوع حمایت ها، همکارهای

حمایتی و فرآیند تخصیص حمایت ها برای بازی سازان بیان کرد.

بنابر اطلاعاتی که معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای در اختیار اهالی رسانه قرار داد همگرا از اوایل آذرماه حمایت های خود را در اختیار متفاضلین قرار خواهد داد.

ساختار همگرا در قالب چهار بخش تبت تام، ارزیابی، رتبه بندی و دریافت حمایت ساختار یافته است. «شخص کیفیت بازی»، «شخص توامندی تیم / شرکت

«شخص های فرهنگی بازی» و «شخص های همکاری شبکه ای» چهار شاخص ارزیابی همگرا هستند که به ترتیب ۴۹ درصد، ۳۰ درصد، ۱۰ درصد و ۱۱ درصد ارزیابی را تشکیل می دهند.

ارزیابی ۶۸ تیم / شرکت و ۱۰۲ بازی ایرانی در سال نخست همگرا گفته ایزدی در بخش آمار عملکرد همگرا ۷۴ تیم و ۳۴ شرکت در این ساختار حمایتی تبت

نام کرده اند. از میان این تیم ها و شرکت ها ۲۲ تیم و ۲۳ شرکت از فیلتر دیرخانه عبور کرده و قابل ارزیابی تشخیص داده شدند. همچنین ۹۲ بازی توسعه تیم

ها و ۵۲ بازی توسعه شرکت ها ارسال شدند که از میان آن ها ۵۹ بازی تیم ها و ۴۳ بازی شرکت ها قابل ارزیابی شناخته شدند. به این ترتیب در مجموع ۵۶

متفاضل (ترکیب تیم ها و شرکت ها) و ۱۰۲ بازی توسعه ساختار حمایتی همگرا مورد ارزیابی قرار گرفتند (ادامه دارد ...).

(ادامه خبر ...) معاون حمایت بنیاد ضمن اشاره به امکان ارزیابی مجدد فرصت اعتراض به ارزیابی قابلی را تا پایان هفته جاری عنوان کرد. بازی سازن می‌تواند تا پایان این هفته در صورت اعتراض به ارزیابی صورت گرفته که تا فردا برای آن‌ها ارسال خواهد شد درخواست ارزیابی مجدد کنند. در صورت درخواست ارزیابی مجدد، هفته آینده ارزیابی توسط یک تیم ارزیاب مقاولات انجام خواهد شد.

تنوع حمایت‌های همگرا براساس نیاز بازی سازمان حمایت‌های همگرا براساس نیاز‌سنجی‌های صورت گرفته از بازی سازن طراحی شده‌اند. به طور کلی حمایت‌های چون «پرداخت درصد تشویقی به ارزی فروش»، «تبیینات»، «بازاریابی و توسعه بازار»، «تامین، آموزش و ارتقای نیروی انسانی»، «توسعه و تسريع فرایند رشد و ارتقاء»، «تامین زیرساخت، تجهیزات، امکانات و محل استقرار»، «تسهیلات مالی و سرمایه‌گذاری» و «خدمات پشتیبانی، آزمون در تولید و نشر بازی» سرفصل‌های حمایت‌های همگرا هستند.

معاون حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در پایان به فرآیند تخصیص حمایت همگرا نیز اشاره کرد. بنابراین توفیقات، فرآیند تخصیص از طریق ورود اعضا به پورتال، بررسی حمایت‌ها و همکاران حمایتی همگرا براساس رتبه، انتخاب، شرح و ثبت در خواست براساس نیاز شرکت‌آئی، سقف حمایتی و میزان اعتبار حمایتی مراحلی هستند که باید از طریق بازی ساز طی شوند. نهایتاً درخواست‌ها توسط دبیرخانه بررسی شده و در صورت تایید دبیرخانه تخصیص حمایت آغاز خواهد شد.



## گزارش نشست خبری همگرا

حمایت از بازی سازن شفاف و شایسته سalar می‌شود

۶۵

نشست خبری ساختار حمایتی جدید همگرا صبح امروز سه شنبه ۲۲ آبان با حضور حسن کریمی مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، متین ایزدی معاون حمایت بنیاد و باحضور اهالی رسانه برگزار شد. در نشست خبری امروز جدیدترین و مهم ترین اطلاعات مربوط به این ساختار حمایتی، برنامه‌ها و تصمیم‌های اتخاذ شده پیرامون آن و تشریح گام‌های آتی در اختیار رسانه‌ها قرار گرفت. مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای درباره این ساختار حمایتی جدید گفت: هدف بنیاد از ایجاد ساختار حمایتی همگرا شفاف کردن، ساختارمندکردن و توجه به حمایت براساس شایسته سازی است. مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای اعلام کرد تمامی حمایت‌های آتی بنیاد از این پس از طریق ساختار حمایتی همگرا صورت خواهد گرفت.

همگرا! مسیر توانمندسازی شرکت‌ها و تیم‌های بازی سازی به گفته کریمی در کنار پیگیری اهدافی چون شفاقت و ساختارمندی که توسط بنیاد دنبال می‌شود، خود ساختار حمایتی همگرا تلاش می‌کند از طریق حمایت‌های، گام‌های مهمی را در راستای توانمندسازی و ارتقای شرکت‌های بازی سازی بردارد. بنابر گفته‌های مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، همگرا ساختاری تیم محور و شرکت محور است و همچون گذشته صرفاً نگاهی محصول محور ندارد. به این ترتیب هدف ارتقای تیم‌ها و شرکت‌ها و بهبود شرایط کلی صنعت بازی و کسب و کار این حوزه است. کریمی در پایان سخنرانی به این نکته نیز اشاره کرد که همگرا همانطور که از نام آن برمی‌آید به دنبال ایجاد نوعی همگرایی در حمایت‌ها در داخل کشور نیز هست تا حمایت‌هایی که سازمان‌های مختلف در کشور انجام می‌دهند در قالب یک سیستم واحد انجام شوند. در ادامه نشست خبری ساختار حمایتی همگرا متین ایزدی معاون حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای مهم ترین اطلاعات را درباره شرایط فعلی ساختار جدید همگرا در اختیار رسانه‌ها قرار داد. متین ایزدی مهم ترین نکات را درباره چارچوب تولد همگرا، سازوکار آن، شیوه ارزیابی، آمار و عملکرد نوع حمایت‌ها، همکارهای حمایتی و فرآیند تخصیص حمایت‌ها برای بازی سازان بیان کرد. بنابر اطلاعاتی که معاون حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در اختیار اهالی رسانه قرار داد همگرا از اوایل آذرماه حمایت‌های خود را در اختیار متقاضیان قرار خواهد داد. ساختار همگرا در قالب چهار بخش بست نام، ارزیابی، رتبه بندی و دریافت حمایت ساختار یافته است. «شاخص کیفیت بازی»، «شاخص توانمندی تیم/شرکت»، «شاخص‌های فرهنگی بازی» و «شاخص‌های همکاری شbekه‌ای» چهار شاخص ارزیابی همگرا هستند که به ترتیب ۴۹ درصد، ۳۰ درصد، ۱۰ درصد و ۱۱ درصد ارزیابی را تشکیل می‌دهند.

ارزیابی ۵۶ تیم شرکت و ۱۰۲ بازی ایرانی در سال نخست همگرا به گفته ایزدی در بخش آمار عملکرد همگرا، ۷۴ تیم و ۲۴ شرکت در این ساختار حمایتی ثبت تام کرده‌اند از میان این تیم‌ها و شرکت‌ها ۲۲ تیم و ۲۲ شرکت از فیلتر دبیرخانه عبور کرده و قابل ارزیابی تشخیص داده شدند. همچنین ۹۲ بازی توسعه تیم‌ها و ۵۲ بازی توسعه شرکت‌ها از ارسال شدند که از میان آن‌ها ۵۹ بازی تیم‌ها و ۴۳ بازی شرکت‌ها قابل ارزیابی شناخته شدند. به این ترتیب در مجموع ۵۶ متقاضی (ترکیب تیم‌ها و شرکت‌ها) و ۱۰۲ بازی توسعه ساختار حمایتی همگرا مورد ارزیابی قرار گرفتند.

معاون حمایت بنیاد ضمن اشاره به امکان ارزیابی مجدد فرصت اعتراض به ارزیابی قابلی را تا پایان هفته جاری عنوان کرد. بازی سازن می‌تواند تا پایان این هفته در صورت اعتراض به ارزیابی صورت گرفته که تا فردا برای آن‌ها ارسال خواهد شد درخواست ارزیابی مجدد کنند. در صورت درخواست ارزیابی مجدد، هفته آینده ارزیابی توسط یک تیم ارزیاب مقاولات انجام خواهد شد.

تنوع حمایت‌های همگرا براساس نیاز بازی سازن حمایت‌هایی های صورت گرفته از بازی سازن طراحی شده‌اند. به طور کلی حمایت‌های چون «پرداخت درصد تشویقی به ارزی فروش»، «تبیینات»، «بازاریابی و توسعه بازار»، «تامین، آموزش و ارتقای نیروی انسانی»، «توسعه و تسريع فرایند رشد و ارتقاء»، «تامین زیرساخت، تجهیزات، امکانات و محل استقرار»، «تسهیلات مالی و سرمایه‌گذاری» و «خدمات پشتیبانی، آزمون در تولید و نشر بازی» سرفصل‌هایی حمایتی همگرا هستند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان به فرآیند تخصیص حمایت همگرا نیز اشاره کرد بنابراین توضیحات، فرآیند تخصیص از طریق ورود اختصاری همگرا به پورتال، بررسی حمایت ها و همکاران حمایتی همگرا براساس رتبه، انتخاب، شرح و ثبت در خواست براساس نیاز شرکت ایتم، سقف حمایتی و میزان اعتبار حمایتی مراحلی هستند که باید از طریق بازی ساز طی شوند. نهایتاً درخواست ها توسط دیرخانه بررسی شده و در صورت تایید دیرخانه تخصیص حمایت آغاز خواهد شد.

## قاآنیوز

### دسته بندی بازی ها به منظور دریافت کمک های مالی و خدماتی (۱۳۹۴-۰۷-۲۲)

رتبه بندی بازی سازان به منظور ارائه حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای انجام می گیرد به گزارش قاآنیوز به نقل از ایلنا، حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: این رده بندی که با هدف شفاقت ارائه خدمات و حمایت ها به بازی سازان انجام می پذیرد برای دومین سال متوالی اتفاق می افتد و تام این پروژه همگرا است. وی افزود: حمایت های مالی، زیرساختی، آموزش و آماده سازی تجهیزات ساخت افزاری و نرم افزاری بخشی از خدماتی است که به بازی سازان ارائه خواهد شد. کریمی با این اینکه کمک های مالی ارائه شده به طور وام پرداخت خواهد شد اظهار کرد: با توجه به رتبه بندی ای که توسط بنیاد صورت می گیرد بخش قابل توجهی از این کمک های مالی بدون بازپرداخت خواهد بود. به گفته کریمی حدود یک هیلیارد تومان از بودجه بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای پروژه همگرا در نظر گرفته شده است که ما تلاش می کنیم این عدد را به ۲ میلیارد تومان برسانیم.

وی ادامه داد در نظر داریم تا با عوارضی که از بازی سازان خارجی دریافت می کنیم مقدار حمایت های مالی را به عدد مورد نظر برسانیم. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به اینکه تعاملات خوبی با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و معاونت علمی ریاست جمهوری صورت گرفته است گفت: رتبه بندی های انجام شده در پروژه همگرا می تواند عامل مؤثری در میزان حمایت ها توسط نهادهایی مثل وزارت ارتباطات از بازی سازان باشد. وی درباره تحوله ارزیابی بازی ها گفت: این کار به وسیله تیمی از کارشناسان صورت می گیرد و این ارزیابی به طور سالیانه انجام می پذیرد.

## خبرنگار

### حمایت تاسیف ۲۰۰ میلیون تومان از بازی سازان (۱۳۹۴-۰۷-۰۸)

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: طرح حمایت همگرا از همه شرکت های سازنده بازی های رایانه ای داخلی را از پانزدهم آذر آغاز می کنیم که شرکت ها می توانند از ۱۰ تا ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات بلاعوض دریافت کنند. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: طرح حمایت همگرا از همه شرکت های سازنده بازی های رایانه ای داخلی را از پانزدهم آذر آغاز می کنیم که شرکت ها می توانند از ۱۰ تا ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات بلاعوض دریافت کنند.

حسن کریمی قدوسی افزود: تمام تیم های بازی ساز داخلی می توانند از این حمایت ها بهره ببرند این حمایت ها در ۱۴ شاخه عرضه می شود که شامل مواردی مانند کمک هزینه اجراء محل کار، خرید تجهیزات استودیو بازی سازی و تامین نقدینگی برای شرکت هاست. وی گفت: شرکت هایی که متقاضی استفاده از این تسهیلات بودند در سایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای بست تقاضا کرده اند و از فردا نتایج ارزیابی ها به شرکت ها اعلام می شود که هر شرکت بر اساس امتیاز و میزان تولیداتش می تواند از این حمایت ها بهره ببرد. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای افزود: یک ساختار شفاف ایجاد کرده ایم که هر شرکت در طول سال بسته به امتیازاتش بتواند از حمایت ها استفاده کند تا بتوانیم از این طریق به صنعت بازی سازی در داخل کشور کمک کنیم و شرکت ها ما بتوانند در سطح جهانی رقابت کنند.

## رسالت

### در نشست خبری رونمایی از ساختار حمایتی همگرا مطرح شد: حمایت شفاف و شایسته سالار از بازی سازان

نشست خبری ساختار حمایتی جدید همگرا با حضور حسن کریمی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای و مثنی ایزدی معاون حمایت بنیاد و با حضور اهالی رسانه برگزار شد. در نشست خبری جدیدترین و مهم ترین اطلاعات مربوط به این ساختار حمایتی، برنامه ها و تصمیم های اتخاذ شده پیرامون آن و تشریح گام های آتی در اختیار رسانه ها قرار گرفت. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره این ساختار حمایتی جدید گفت: هدف بنیاد از ایجاد ساختار حمایتی همگرا شفاف کردن، ساختارمند کردن و توجه به حمایت براساس شایسته سالاری است. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اعلام کرد تماشی (ادامه دارد ...)

## رسالت

(دامنه خبر ...) حمایت های آتی بنیاد از این پس از طریق ساختار حمایتی همگرا صورت خواهد گرفت. به گفته کریمی در کنار پیگیری اهدافی چون شفاقت و ساختارمندی که توسط بنیاد دنبال می شود، خود ساختار حمایتی همگرا نلایش می کند از طریق حمایت ها، گام های مهندسی را در راستای توامندسازی و ارتقای شرکت های بازی سازی برداشت. بنابر گفته های مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، همگرا ساختاری تیم محور و شرکت محور است و همچون گذشته صرفاً نگاهی محصول محور ندارد.

## صد تهمه

### ۱۰ تا ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات بلاعوض؛ حمایت های مالی از بازی سازان ایرانی

خبرگزاری صدا و سیما - حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نشست حمایت همگرا از بازی های رایانه ای ایرانی گفت: طرح حمایت همگرا از همه شرکت های سازنده بازی های رایانه ای داخلی را از ابتدادهای آنرا آغاز می کنیم که شرکت ها می توانند از ۱۰ تا ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات بلاعوض دریافت کنند.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای افزود: تمام تیم های بازی ساز داخلی می توانند از این حمایت ها بهره ببرند، این حمایت ها در ۱۴ شاخه عرضه می شود که شامل موادی مانند کمک هزینه اجاره محل کار، خرید تجهیزات استودیو بازی سازی و تامین نقidenگی برای شرکت هاست. وی گفت: شرکت هایی که متقاضی استفاده از این تسهیلات بودند در سایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای تبت تقاضا کرده اند و از قردا تابع ارزیابی ها به شرکت ها اعلام می شود که هر شرکت بر اساس امتیاز و میزان توابیداش می تواند از این حمایت ها بهره ببرد. مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای افزود: یک ساختار شفاف ایجاد کرده ایم که هر شرکت در طول سال بسته به امتیازاتش بتواند از حمایت ها استفاده کند تا بتوانیم از این طریق به صفت بازی سازی در داخل کشور کمک کنیم و شرکت های ما بتوانند در سطح جهانی رقابت کنند.



### کریمی قدوسی در نشست خبری ساختار حمایتی همگرا بیان کرد: همگرا شفاف ترین ساختاری است که شکل گرفته است / ارزیابی بازی بر اساس کاربرگ های قابل انتشار انجام خواهد شد (۱۳۹۴-۰۷-۰۸/۰۷)

رئيس بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: از این بعد تمام حمایت های بنیاد بازی های رایانه ای در قالب ساختار همگرا انجام می شود. هدف از این کار شفاف سازی و رعایت شایسته سالاری در حمایت ها است و در نظر داریم تا با حمایت از شرکت ها در ارتقاء تدریجی آنها موثر باشیم.

به گزارش خبرنگار فرهنگی کافله داشن، نشست خبری ساختار حمایتی همگرا، صبح امروز ۲۲ مهرماه، با حضور حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، متنین ایزدی معاون حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای و جمیع از اصحاب رسانه، در سالن جلسات بنیاد ملی بازی های رایانه ای برگزار شد.

حسن کریمی قدوسی، مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در مورد شفاف سازی حمایت های بنیاد بازی های رایانه ای در قالب ساختار همگرا انجام می شود. هدف از این کار شفاف سازی و رعایت شایسته سالاری در حمایت ها است و در نظر داریم تا با حمایت از شرکت ها در ارتقاء تدریجی آنها موثر باشیم. گرچه ممکن است این ساختار در بدو امر در ساختارهایش تغییراتی ایجاد شود.

وی در مورد شفاف سازی حمایت های تشریح کرد: میزان حمایت های شرکت های بازی ساز مشخص نبود. ضمن اینکه ما نمی دانستیم حمایت های به چه ترتیب ای می رسد از سویی دیگر حمایت های تا کنون محصور و ته تیم محور بود. در این رویکرد جدید حمایت های تیم محور و در ترتیب شرکت های و تیم های تقویت می شوند و سازمان های در حمایت هایی که از بازی سازان انجام می دهند از ظرفیت همگرا استفاده می کنند.

رئيس بنیاد ملی بازی های رایانه ای افزود: به عنوان مثال معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری مجموعه ای دارد به عنوان حمایت از شرکت های خلاق که ما برای پژوهیز از مواردی کاری با آنها مکاتبه کردیم تا حمایت های هوشمندانه شود. وزارت ارتباطات ساختار همگرا را قبول دارد و آمادگی دارد تا وام های را به شرکت های معروف شده مهاعطا کند.

کریمی قدوسی، تاکید کرد: همگرا شفاف ترین ساختاری است که شکل گرفته چرا که ما می توانستیم تبت نام کرده و از مجموعه های مورد نظر حمایت کنیم؛ ولی اگر آین نامه را منتشر کرده ایم نشان دهنده این است که به دنبال شفاقت بوده ایم. بر همین اساس گرچه در سال اول بنابر ملاحظاتی که به منافع و جایگاه شرکت های بر می گردد، گرید شرکت های اعلام نمی شود؛ اما میزان حمایت های را به طور ماهیانه یا فصلی اعلام می شود.

وی در ادامه گفت: آین نامه پیچیده ای داریم که از چهار سال پیش در سال ۹۳ و دوره سه معاون حمایت در دست تکمیل است؛ اما از یک سال و تیم پیش به طور متمرکز روی آن کار شده است.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، اظهار داشت: همگرا در ۱۴ شاخه خدمات حمایتی به بازی سازان ارائه می کند که دو محدودیت سقف تعیین شده برای هر شاخه و سقف میزان اعتبار سالیانه تعلق گرفته به هر رتبه بازی سازی دارد؛ اما تصمیم گیری در مورد نوع خدمات دریافتی به انتخاب بازی ساز (دامنه دارد ...).



(ادامه خبر...) است کریمی قدوسی، تاکید کرد: در ازای حمایت‌ها هیچ توقیعی از بازی سازان نداریم حتی پروژه محور نیست چرا که بازی ساز را براساس موقفیت‌های قبلي ارزیابی می‌شود. اما شرکت‌ها در صورت افت گرید از ساختار همگرا خارج می‌شوند به همین دلیل بر اساس آینین نامه، ارزیابی اولیه در سال اول ثبت نام انجام می‌شود و ارزیابی تأثیب مربوط به گردیدنی سال‌ها بعد است.

وی در مورد تحوهه بررسی موارد کیفی ارزیابی گفت: ارزیابی بازی بر اساس کاربرگ‌های قابل انتشار انجام خواهد شد. قطعاً برخی از این ارزیابی‌ها کارشناس محور است. اما برای اینکه سلیقه فردی اعمال نشود ما برایند امتیازات داده شده توسط چند کارشناس را برای هر بازی در نظر می‌گیریم. مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، در بخشی از سخنرانی اظهار داشت: با قاطعیت من توانم بگویم که مجموعه‌های حمایت‌خواهی بنایه شرایط اقتصادی هر کشور نوع حمایت را تعیین می‌کند اما در هیچ کدام منع برای حمایت از شرکت‌های بزرگ وجود ندارد بلکه اتفاقاً حمایت‌های زیادی هم می‌کنند. کریمی قدوسی، تصریح کرد: بخشی از بودجه همگرا که معادل یک میلیارد تومان است، از محل بودجه های بنیاد تامین می‌شود و بخشی هم از عوارضی که از بازی‌های خارجی گرفته می‌شود تاکید می‌کنم که این عوارض شامل بازی‌های ارجیوال و کنسولی نمی‌شود چون به دنبال آن هستیم که قاچاق ریشه کن شود؛ اما عوارض بازی‌های دیجیتالی که به طور رسمی در ایران عرضه می‌شوند را شامل می‌شود.

متبین ایزدی، معاون حمایت بنیاد بازی‌های رایانه‌ای در ادامه این نشست خبری گفت: معاون حمایت بنیاد بازی‌های رایانه‌ای به ویژگی‌های شرکت‌ها و تیم‌های بازسازی که می‌توانند در همگرا ثبت نام کنند اشاره کرد و گفت: شرکت‌های تیم های که در ۴ سال گذشته یک یا دو بازی منتشر شده ساخته باشند می‌توانند در همگرا ثبت نام کنند. روند بهترمندی از طرح همگرا با ثبت نام آغاز شده و پس از تکمیل مدارک، ارزیابی، رتبه بندی و سپس دریافت حمایت‌پذیری مراحل را شامل می‌شود.

وی با اشاره به اینکه ۴ شاخص اصلی برای ارزیابی همگرا وجود دارد و ما هیچ گونه هیات انتخابی که به طور سلیقه ای برخورده کند نداریم، بیان کرد: این شاخص‌ها در چهار حوزه توانمندی، کیفیت و اثرگذاری بازی، مولفه‌های فرهنگی بازی و مولفه‌های تایپ‌گذاری در صفت‌بندی دسته باشند می‌شوند. معاون حمایت بنیاد بازی‌های رایانه‌ای افزود: برای هر شاخص تیمی وجود دارد که بازی‌ها را ارزیابی می‌کند به عنوان مثال یک تیم فرهنگی بازی‌ها را بر اساس شاخص‌های ۱۲ گانه مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی ارزیابی می‌کند و به آنها امتیاز می‌دهد. ارزیابی شاخص همکاری شبکه ای دارای دو بخش پژوهش و کارآموزی است که این امتیاز امسال به دلیل اینکه اولین سال همگراست به کسی تعلق نمی‌گیرد و ما به تمام شرکت‌کنندگان امتیاز کامل را در این بخش می‌دهیم.

ایزدی تصریح کرد: ثبت نام از لواخر مرداد صورت گرفت و ۱۷ شهریور تمام شد. بیست و شش شرکت به دیرخانه مراجعت کردند که ۲۳ شرکت قابل ارزیابی بودند. پنجماه تیم هم ثبت نام کردند که سی و سه تیم قابل ارزیابی بودند. ۹۲ بازی توسط تیم‌ها به دیرخانه ارسال شد که ۵۹ بازی شرایط آینین نامه را داشتند.

وی بیان داشت: در واقع سال اول همگرا را با ۵۶ متقاضی بستیم و ۱۰۲ بازی هم مورد ارزیابی قرار گرفت. هفت رده مختلف را تیز در نظر گرفتیم که حمایت‌ها بر اساس این رده‌ها صورت می‌گیرد. همگرا تاکید دارد که رده بندی توصیفی باشد ته عددی. بنابراین عنوان رتبه‌ها مواردی همچون سیمرغ، همه، ققنوس، شیرالال، هدیوش، یوز، غزال به عنوان امتیاز انتخاب شده اند و به تیم‌ها و بازی‌سازان تعیین شده‌اند.

معاون حمایت بنیاد بازی‌های رایانه‌ای، به تیم‌های روبکردی در حمایت‌ها اشاره کرد و گفت: به عنوان مثال ما هیچ وقت از بازی سازانی که به دنبال جذب مخاطب بودند حمایت نکرده بودیم؛ اما الان سیستم بی‌آر و تبلیقات را تفکیک کرده و گسترش داده ایم.

**خبرنگار: کوروش جم**



## گزارش تصویری نشست خبری ساختار حمایتی همگرا بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای – بخش دوم

کافه دانش: نشست خبری ساختار حمایتی همگرا صبح امروز ۹۲ مهرماه ۹۷ با حضور حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، متبین ایزدی معاون حمایتی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و جمعی از اصحاب رسانه، در سالن جلسات بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برگزار شد.

حسن کریمی قدوسی رئیس بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای گفت: از این بعد تمام حمایت‌های بنیاد بازی‌های رایانه‌ای در قالب ساختار همگرا انجام می‌شود. هدف از این کار شفاف سازی و رعایت شایسته سالاری در حمایت‌ها است و در نظر داریم تا حمایت‌ها در ارتقاء تدریجی آنها موثر باشیم. تصاویر نشست خبری عکس: کوروش جم



## گزارش تصویری نشست خبری ساختار حمایتی همگرا بنیاد ملی بازیهای رایانه‌ای - بخش اول (۱۴۰۰-۰۷-۲۷)

کافه دانش: نشست خبری ساختار حمایتی همگرا صبح امروز ۲۲ مهرماه ۹۷ با حضور حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازیهای رایانه‌ای، متین ایزدی معاون حمایتی بنیاد ملی بازیهای رایانه‌ای و جمعی از اصحاب رسانه، در سالن جلسات بنیاد ملی بازیهای رایانه‌ای برگزار شد.

حسن کریمی قدوسی رئیس بنیاد ملی بازیهای رایانه‌ای گفت: از این بعد تمام حمایت‌های بنیاد بازی‌های رایانه‌ای در قالب ساختار همگرا انجام می‌شود. هدف از این کار شفاف سازی و رعایت شایسته سالاری در حمایت‌ها است و در تظری داریم تا با حمایت‌های شرکت‌ها در ارتقاء تدریجی آنها موتور باشیم.

تصاویر نشست خبری  
عکس: کوروش جم



## آخرین آمار بازی‌های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟ (۱۴۰۰-۰۷-۲۷)

از جامعه بازیکنان بازی‌های رایانه‌ای در ایران، اکثر کسانی که بازی‌های موبایلی را تجربه می‌کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی‌های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت و در بین بازی‌های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش ایسنا، رشد روزافزون بازار بازی‌های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی‌های موبایل در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی‌های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی‌ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغ» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی‌های نیز رسیده‌اند. به شکلی که تایم بازیکنان بازی‌های موبایلی ایران با چه سلیقه‌ای و چگونه بازی می‌کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه‌ای-خوشه‌ای چندمرحله‌ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه‌های مرحله‌ی اول شامل تمام استان‌های کشور و خوشه‌های مرحله‌ی بعد، شهرستان‌ها، شهر و روستاهای را شامل می‌شوند.

اکثریت کسانی که بازی‌های موبایلی را تجربه می‌کنند برای بازی کردن از گوشی‌های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت‌ها، که رقمی برایر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می‌دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم‌ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی‌ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می‌کنند) سرانجام این شکل از سرگرمی نرفته‌اند. به شکل دقیق‌تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی‌های موبایلی از گوشی‌های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت‌ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می‌کنند. ۴۶ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می‌گیرد.

۴۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی‌های موبایلی است و نه بازی‌های کنسولی یا رایانه‌های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی‌های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی‌کننده‌هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته‌اند و بیش تر بازی‌های انتخابی شان در چند ژانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی‌های در سه گهی معماهی، سکوی بازی ادونده، آرکید، راندگی و ورزشی را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده‌اند.

در صورت نگاه دقیق‌تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی‌ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی‌های باقلوا، بیو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده‌اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تفکیک رده بندی بازی‌های محبوب، در سایر پخش‌های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بداتیم که سیستم عامل‌های پرطرفدار کشور چه سیستم‌هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی‌های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از OS آن و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل‌ها مانند ویندوزفون استفاده می‌کنند.

با آگاهی از این آمار می‌شود بازی‌های برتر و پرطرفدار روی این سیستم‌های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل OS آن سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی‌های انجام داده‌اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی‌های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می‌پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه‌ی مخاطبان است که البته دلیل موجی مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل‌ها دارد (ادامه دارد...).

(ادامه خبر ...) کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار ماتن سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقیق خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی ها نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه ای جمی در مورد زانهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشی را در درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه ای جمی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پر طرفدار باشند تا کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

انتهای پیام



## دیجیات

### ساختم حمایت همگرا رونمایی شد؛ حمایت از بازی سازان شفاف می شود؟

امروز نشست خبری ساختار حمایتی جدید بنیاد ملی بازی های رایانه ای با نام همگرا برگزار شد. از قول این نهاد همگرا مجموعه ای متمرکز از شاخص ها و روش های هستند که منتج به حمایت های مشخص از تولید کنندگان بازی های ویدیویی ایرانی می شود. حمایت از بازی سازان یکی از وظایف اصلی بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان متولی ویدیو گیم در کشور است. طی سال های اخیر این بنیاد ملی بازی ها با استفاده از روش های متعددی از بازی سازان حمایت کرده که قرار است همه آن ها تحت ساختار همگرا یک دست شوند. طبق گفته های حسن کریمی قلوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی های همگرا نه از یک محصول خاص بلکه مختص به تیم یا شرکت بازی سازی خواهد بود که اثر مثبت ساختارمند تری را روی آینده بازی سازی در داخل کشور خواهد گذاشت. جدا از مورد ذکر شده، کمک به یک محصول خاص شک در مورد دخالت بنیاد ملی بازی ها در مورد آن عنوان را به وجود می آورد که به گفته کریمی با ساختار حمایت از تیم به جای حمایت از بازی در همگرا، این مشکل هم رفع خواهد شد.

تیم ها و شرکت های بازی سازی برای بهره مند شدن از حمایت های همگرا در المان هایی نظیر «شاخص کیفیت بازی»، «شاخص توانمندی تیم اشرکت»، «شاخص های فرهنگی بازی» و «شاخص های همکاری شبکه ای» منجذبه خواهند شد که هر کدام از آن ها به ترتیب ۱۰، ۲۰، ۴۹ و ۱۱ درصد ارزیابی در تبیچه تهابی تأثیر خواهند داشت.

از این نکته هم نایاب غافل شد که بر اساس اعلام مدیرعامل بنیاد ملی بازی ها، شرکت های بزرگ هم حتی با وجود گردش مالی بالا نیز می توانند از همگرا استفاده کنند و محدودیتی در این مورد وجود ندارد. او برای مثال به دریافت حمایت از سمت سوپرسل به عنوان سازنده بازی هایی همچون Clash of Clans و Clash Royale حتی پس از موقوفیت های بزرگش اشاره کرده.

با در نظر گرفتن این موارد، به گفته همین ایزدی، معاونت حمایت در بنیاد ملی بازی ها، ۷۴ تیم و ۳۴ شرکت در این ساختار حمایتی تبت نام کرده اند که از میان آن ها ۲۳ تیم و ۲۳ شرکت از فیلتر دیپرگانه عبور کرده اند.

چه تیم هایی که تا کنون مجاز به استفاده از حمایت های همگرا شده اند و چه آن هایی که در ادامه به این ساختار حمایتی اضافه خواهند شد، در چند سطح دسته بندی شده و بر اساس امکاناتی که دریافت می کنند، میزان حمایت متفاوتی را دریافت خواهند نمود.

در کل، حمایت های همگرا شامل مواردی مثل «پروندهای دریافت شویقی به ازای فروش»، «تبليغات»، «تامین، آموزش و ارتقای تیروی انسانی»، «توسعه و تسریع فرایند رشد و ارتقاء»، «تامین زیرساخت، تجهیزات، امکانات و محل استقرار»، «تسهیلات مالی و سرمایه گذاری» و «خدمات پشتیبانی»، آزمون در تولید و نشر بازی» می شوند.

در حال حاضر و طبق اعلام بنیاد ملی بازی های رایانه ای این نهاد بودجه ۱ میلیارد تومانی برای همگرا در نظر گرفته که قصد افزایش آن به ۲ میلیارد تومان علی آینده ای نزدیک را دارد. یکی از منابع تامین هزینه های همگرا دریافت عوارض از بازی های خارجی محسوب می شود که ظاهرا شامل بازی های کنسولی نخواهد شد.

در تهابی برای دریافت جزیبات بیشتر از ساختار همگرا و تبت نام در آن می توانید به این لینک مراجعه کنید.



## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟ (۱۳۹۵-۱۳۹۴)

اقتصاد ایران؛ از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پر طرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش ایسنا، رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغ» زوررسی در تعیین و شناختن سلیقه ای خود در انتخاب بازی ها نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می توانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای-چند رحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند، برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که وقوع برایر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

در واقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سرانجام این شکل از سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۶۰ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازی هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان موبایلی ایرانی در چند ژانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی

در سبک های معمایی، سکویازی (دونده، آرکید، راندگی و ورزشی) را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پر طرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان تن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود: سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، باقلوا و باقلوا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پر طرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پر طرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجعی مانند بردن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقیع خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند (لين درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی های نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه ای جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه ای راه درستی بیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خالق شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه ای جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پر طرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

انتهای پیام



## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش آرمان اقتصادی، رشد روزانه بازار بازی های موبایل که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهیج در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایل در ایران داشته و باشد و همه گیر شدن بازی های موبایل در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلاغ» زودرسی در تبیین و شناختن سلیقه های خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران را چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از تموئه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند پایه دیجیتال به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراگت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

در واقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴٪ از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹٪ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند: به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۶٪ درصد از درآمد حاصل از درآمد متفاوت از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین مس انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه های خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زان به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی در سبک های معمایی، سکویایی ادونده، آرکید، رانندگی و روزشی را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند. در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب: کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود: سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند: ۹۵٪ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از OS ز و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را تبیخ به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران سیستم عامل OS ز بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ابل استفاده می کنند. نرخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳٪ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹٪ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹٪ درصد کاربران بازی های آفلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی های نیستند و آفلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه های جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشاع آن در بازار و تغییر سلیقه های جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

انتهای پیام

## ایران از بازار جهانی بازی سهم می خواهد/ قلans برای افزایش سواد بازی

خبرگزاری مهر - گروه فرهنگ - بنیاد ملی بازی های رایانه ای نزدیک به ۱۰ سال است که در حوزه بازی های ویدئویی، رایانه ای و موبایلی فعالیت دارد و به لحاظ ساختاری، مهم ترین نهاد فرهنگی کشور در زمینه بازی های رایانه است. عملکرد این نهاد در دوره های مختلف با نظرهای متفاوتی روپرور بوده است. کریمی قدوسی حمایت از بازی سازان، شفاف سازی و شایسته سالاری در عملکرد بنیاد را جزء سیاست های اصلی شان می داند، هر چند که کمی نامبدانه معتقد است که در بازار بازی های کامپیوتری به حدی عناوین پرزق و برق در خارج وجود دارد که هیچ وقت نمی توانیم به این راحتی به آن ها برسیم، گفت و گوی تفصیلی مهر با حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در ادامه می آید:

اقای کریمی قدوسی، در ابتداء از فعالیت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای بگویید: گویا در حال تحولاتی هستید و با توجه به اینکه هر ممکرا با سایت همگرا برای حمایت از بازی سازان راه اندیزی شده است در همگرا چه اتفاقاتی رخ خواهد داد و تا چه اندیزه برای بازی سازان مفید است؟

۱۰ سال پیش بنیاد ملی بازی های رایانه ای براساس مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی تأسیس و متولی حوزه بازی های رایانه ای در داخل کشور شد. نقش بنیاد صرفاً حمایتی بود اما از سال ۱۳۹۰ مسائل حاکمیتی و موضوعات اعطای مجوزها هم به آن سپرده شد. به طور مشخص<sup>۴</sup> سنتون اصلی بنیاد نظارت، امورش و پژوهش است، البته آموزش و هدایت فرهنگی با هم انجام می شود و بحث فرهنگ سازی که از جنس آموزش است، در حوزه آموزش و پژوهش قرار می گیرد در بنیاد سه خط مشی اصلی را پیگیری می کنیم که اولین آن بحث «حمایت، شفاف سازی و شایسته سالاری» بازی سازها است. در کشور در نهادهای حاکمیت عادت کردیم روح طرح، کاغذ حرف، سفارش و مسائل از این دست حمایت کنیم، با توجه به اینکه بنیاد ملی بازی های رایانه ای سعی داشت از فضاهای حائزه ای به دور باشد اما همیشه شک، شبهه و شایله های وجود داشت که اگر به برخی تولیدکننده ها حمایت هایی تعلق می گیرد چرا به عده ای دیگر این حمایت ها صورت نمی گیرد، در پس آن قضیه چه مسائلی وجود دارد که در جیوه حمایتی قرار نمی گیرد؟

یک سال و نیم پیش تصمیم گرفتیم طرح را راه اندیزی کنیم تا جنبه حمایت برای بازی سازان داشته باشد در ابتداء اسم این طرح «هرم حمایت» تام گرفت اما بعد از مدتی با تغییر نام به «همگرا» فعالیت خود را گسترش داد، ساختار حمایتی همگرا، چارچوبی شفاف و شایسته سالاری دارد به این معنی که همه بازی سازها و تیم های بازی سازی سالیانه در این ساختار حمایتی همگرا تیم نام می کنند تا براساس پارامترهای مختلف ارزیابی شوند و امتیازهایی می گیرند آن ها براساس این امتیازها، اعتباری کسب می کنند و بعد از آن در طول سال مثلاً نزدیک به ۲۰۰ یا ۱۰۰ گرفت دریافت می کنند اما بین های متفاوت بودجه را به صورت مستقیم تقدی دریافت نمی کنند، تقریباً ۲ ردیف حمایت وجود دارد که باید در زمینه ساخت بازی از آن ها استفاده کنند یا به عنوان هزینه پرستی، استودیو صدا، استودیو تصویربرداری، موسیقی، خرید لایسنس یا حضور در نمایشگاه داخلی و خارجی مصرف می شود. تمام این موارد به عهده مستول پروژه است که قصد دارد هزینه های دریافتی را در کنام بخش از حوزه کاری اش مصرف کند.

ما نمی توانیم با کارت شتابمان از فروشگاه های اینترنتی خارجی و جهانی خرید کنیم یعنی یک بازار داخلی برای ما شکل گرفته است که به سختی می توانیم بازی هایمان را در بازارهای جهانی منتشر کنیم که مقدار هزینه ها برای خلق آثار به تولیدکننده ها قرار می گیرد اما بولی دریافت نمی کنند یعنی چه؟ روش این را توضیح می دهید؟ البته شما بر واژه شایسته سالاری بسیار تأکید دارید این بسیار بودجه را به مصرف کند

بیبینید یعنی ۱۰۰ میلیون بودجه متعلق به بازی ساز است اما در دست بنیاد قرار می گیرد، به عنوان مثال بازی ساز قصد دارد در استودیو صدا، موسیقی اثر خود را ضبط کند، قراردادش را می بندد و هزینه آن ۲۰ میلیون تومان است که از سقف حمایت اش بیشتر نمی شود، این هزینه پرداخت می شود، یا اینکه افرادی را برای گسترش کارشناسی استخدام می کند اما هزینه آن ها را تابود ما پول را به کسی می دهیم که در آن جا استخدام می شود در تیجه هزینه تماماً در راستای ساخت بازی خود می شود

نکته مهمی که اینجا وجود دارد می گوییم براساس شایسته سالاری، یعنی عقبه یک شرکت یا تیم را بررسی می کنند نه یک کاغذ را، مثلاً در ۲ یا ۴ سال گذشته تیم چه کارهایی را انجام داده است؟ چه بازی هایی را ساخته است؟ چند پرستل دارد؟ مقبولیت ها روی ساخت بازی هایش قدر بوده است؟ هدف ساختار حمایتی همگرا ارتقا دادن به شرکت های بازی ساز است زیرا هر میزان ارتقا پیانا کنند حمایت بیشتری می شوند. اگر طی سال ها شرکت ها ارتقا پیدا نکنند، حمایت کمتری می گیرند و اگر حمایت کمتری شوند ممکن است تا دو سال حمایت آن ها کنسل شود زیرا توانستند هیچ گونه ارتقا و رشد کاری در آثارشان داشته باشند. در کل همگرا، هدف اش ایجاد یکسری شرکت های بزرگ بازی سازی است و بیشتر برای حمایت از تیم های بازی ساز کوچک گردد می کند، این اولین خط مشی ما در حمایت از صنعت بازی ها است. تمام این موضوعات در چارچوب همگرا قرار می گیرد و از هیچ تیم برای بازی سازی خارج از همگرا سفارش نخواهیم گرفت.

تماماً حمایت هایی که بنیاد از بازی سازان انجام می داده در چارچوب ساختار همگرا قرار گرفته است؟ یا مسائل حمایتی را یکدیگر فرق دارند؟ به غیر بحث حمایت خط مشی و سیاست هایی که بنیاد در آن راستا برای ارتقاء بازی های فعالیت می کند، چیست؟

همگرا یک پروژه و برنز زیر نظر بنیاد است که توسط معاونت وزارت ارشاد حمایت می شود همکاری اسرا، واحد پژوهش دایرکت، TGC. همگرا هم ماتنده این سایت ها قصد شفاف سازی و شایسته سالاری را در حمایت های ایجاد کرده است. گفتن های این شکل خواهد دارد که اگر کسی به ما نامه ای بزند و درخواست حمایت کرده باشد جواب مایه او این است که در سایت همگرا تیم نام کنید. زمانی که در سایت همگرا تیم نام می شود همکاری اسرا، واحد اطلاعاتشان در سایت درج می شود تمام حمایت هایی که از بازی ها می شود در سایت قرار می گیرد و معلوم خواهد شد که همگرا از چه بازی هایی حمایت کرده است. دو میهن هدفی که در این پیشنهاد بازی های دنیا این مبحث جهانی شده است. البته کشور ما به واسطه یکسری تحریم ها و مشکلات از این بازار جهانی منک شده و مجبوریم گفت کارت کوکل پلی، گیفت کارت استیم را بخریم که برای ایران نیست و برای امریکا و اروپا است. معمولاً در بحث بازی پazar منطقه ای وجود ندارد و به جرات می گوییم ایران و چین در بازار منطقه ای وارد شده اند چنین به خواسته خودش وارد این بازار شده، زیرا نزدیک به ۲ میلیارد خود را بسته است، چنین بازی می سازد و نزدیک به ۲ میلیارد و خود را ای هم بوزر دارد، دیگر کشورهای تویلیدکننده بازی هم باید از چین خواهش کنند تا بازی هایشان را در چین پیشنهاد کنند، چین هم قواعد سیاست سختی دارد که نمی گذارد شما به راحتی بازی خود را در چین بفروشید خیلی بروسه پیچیده ای دارد ایران شاید خودش نمی خواسته ولی مجبور شده بازار منطقه ای در داخل داشته باشد و بازار منطقه ما ۸۲ و ۸۳ میلیون تنر جمعیت کشور است (ادامه دارد...)

## دروگسترو

(ادامه خبر...) هدف شما در بخش بازی سازی و حمایت از بازی سازان به چه شیوه هایی است با توجه به اینکه سیاست های بنیاد را بیان کردید، یعنی هدف گسترش یافتن بازی ها در بازار خارجی است یا بازار داخل؟ با توجه به مشکلات ایجاد شده در حوزه اقتصادی چه راهکاری در بازارهای خارجی اتخاذ شده است؟ بینندگان نمی توانیم با کارت شتابی که داریم، از فروشگاه های اینترنتی خارجی و چهانی خرید کنیم یعنی یک بازار داخلی برای ما شکل گرفته است که به سختی می توانیم بازی هایمان را در بازارهای جهانی منتشر کنیم، باید حتماً خارج از کشور شرکت بینیم که حتی به نام ایران هم نباشد، مسائل استفاده مالی در آن جا وجود دارد و از این نوع مشکلات هست، اما در کشورهایی در حال پیشرفت همانند ترکیه چنین مفاهیم وجود ندارد که اختصاراً بازی ها را در کشور خود منتشر کنند، بازی که ساخته می شود بر روی گوگل پلی، اسپی، آپ استور و ... قرار می دهدند مشکلی که وجود دارد، مارکت های داخلی حجم اش بزرگ نیست و سرعت رشدش هم کم است، ضمن این که با آمدن بازی های خارجی، سهم بازی سازی های داخلی ما را کم می کند یا مسائل اقتصادی که امروزه مردم با آن دست وینجه نرم می کنند ممکن است سبد محصول خاتمه داده را از بازی خالی کنند، یا فردی در گیر مسائل روزمره اش می شود و هزینه کمتری برای بازی خرج می کند در نتیجه اگر بخواهیم تمام تمرکزمان را در بازار داخلی بگذاریم در آینده صنعت ما وضعیت خوبی نخواهد داشت، هر دادن بازی سازها به سمت بازار خارج و تسهیل فضای کسب و کارشان مسلماً کار سپار سختی است تا بتوانند بازی های خود را به فروش برسانند اما این راهی است که لاجرم باید رفت زیرا اگر نرווیم ۳ یا ۴ سال دیگر تنها تولید کننده ای هستیم که همه چیز را خودمان می سازیم، البته وجود بازار داخل را نمی کنیم در برخی اوقات هم اوین قدم است ولی تهای این گرفتن سهمی از بازارهای جهانی است حالا این بازار ممکن است بازار اندروید باشد، بازار کامپیوتر یا کنسول باشد، در حال حاضر ۲ یا ۳ سال است در این مسیر گام برداشتیم، که به بازی سازهایمان تابت کنیم، شما شجاعت و توانایی این را دارید که با شرکت های ناشر خارجی و بازی سازهای خارجی ارتباط پکنید، یکی از بزرگ ترین علت های برگزاری **TGC** فستیوال این است که در بحث بازی های ایزووله و منطق نشیدیم، ۷۰ یا ۸۰ نفر از پیشین بازی سازهای دنیا به ایران می آیند تا بتوانیم از آن ها کسب تجربه کنیم، همچنین می توانیم بازی های خود را به آن ها ارائه دهیم، شاید بازی سازها ناشر خارجی پیدا کردن تا بازی خود را بفروشند، ما ایرانی ها هستیم که مجبور شدیم مدام در داخل کشور کار کنیم ولی شما به کشورهایی در حال پیشرفت و توسعه یافته بروید، می بینند به راحتی از یک کشور به کشور دیگر ارتباط های جهانی برقرار می کنند و اتفاق های بزرگی هم رقم می خورد ما سعی کردیم در راستای برگزاری **TGC** این گام را برداریم استقبال بسیار خوبی هم شد آمار و ارقام آن را حتماً نشیدیم، ۱۵۰۰ نفر امسال حضور داشتند، هزینه ها کمتر و درآمدها بیشتر شد و مزایای زیادی که درین بحث نمی گنجد و نمی خواهیم به آن پردازم، رقم خورد.

برایند تمام این اتفاقات و رویدادها این است که برش از وضعیت تولید بازی های کامپیوتر شخصی می بینیم، بازی هایی است که با هدف انتشار در بازارهای جهانی ساخته می شود و این خبر خیلی خوبی است، بازی هایی همانند «بیستون»، «سرنوشت»، «فرزندان مورتا» و بازی های دیگر مثل فلیپین فلیپ و بازی های دیگر، این ها سعی دارند برای بازارهای جهانی «بازی» سازند و این خبر مثبتی است زیرا نشان دهنده سیاست ها و خط مشی بنیاد است که باعث شده بازی سازها به توانایی هایشان واقعیت پاشند، خبر پهتشن این است یکی دو تا از این بازی ها در حال حاضر ناشر پیدا کرده یعنی این طور نبوده که بسازند و روی زمین بماند و بگوییم می خواهیم آن را چه کار کنیم، همچنین بازی «سرنوشت» و «فرزندان مورتا» ناشر پیدا کرده است سعی داریم به این موقیت ها پسته نکنیم و هدف من این است از بازی سازهای فمال و موفق برای حضور در نمایشگاه های بین المللی حمایت کنیم.

برنامه ریزی های ما در آینده ارتباط های بین المللی با شرکت های واسطه ای است و در بخش خصوصی اوردن بول در ایران را تسهیل کنند و ارزآوری در ایران صورت گیرد، گام مهم دیگری هم که دنبال می کنیم، کنترل بازار ای این است اینکه کل سهم بازی های ما بازار بازی های خارجی نشود، یعنی از بازار داخلی خود هم محافظت کنیم که مدام بازی های خارجی بازار را پوشش ندهد و بازی های ایرانی هم در آن حضور داشته باشد.

کم بودن آدم متخصص در زمینه بازی یکی از نقصان های موجود در حوزه بازی های رایانه ای در سازمان ها و ارگان های دیگر است، بنیاد و چند ارگان دیگر جزء محدود جهانی است که در این زمینه فعالیت های خوبی در زمینه بازی دارند و می فهمند بازی چیست؟ در سال گذشته بزرگترین گام را در این راستا برداشتمیم آن هم عوارض بازی های خارجی را در مجلس شورای اسلامی تصویب کردیم، یعنی این عوارض هم در این بود که بازار داخلی را از ورود بازی های خارجی مصون بداریم، بخشی از فروش بازی های خارجی را به بازی های ایرانی در ساختار همگرا پوشش پذیریم.

خیلی از تقدیم هم به بنیاد می شد این بود که می خواهید بول را بگیرید برای خود مانشین، ساختمن و اموال غیرمنقول بخریداً ولی همگرا را معرفی کردیم و در شورای عالی مرکز ملی فضای مجازی هم مصوب کردیم که ریالی از این بول نباید در امورات جاری هیچ ارجانی - نه تنها بنیاد - خرج شود و تمام هزینه ها باید به بازی سازی ها برسد.

با توجه به اهداف و گام های موثری که دنبال می کنید این اهداف محقق شده است و تابع راضی بخش است؟

بزرگ ترین آماری که نشان دهنده پیشرفت در این مدت است، ۱۱ درصد سهم بازی هایی ما از بازار داخل در سال ۹۴ و تبدیل شدن آن به ۱۴ درصد در سال ۹۶ بوده است، ما ۲٪ رشد داشتیم در حالی که حجم بازار هم ۲ برابر شده است، یعنی از ۴۶۰ میلیارد تومان در سال ۹۴ به ۹۲۰ میلیارد تومان در سال ۹۶ رسیده است، هم این کیک بزرگ شده هم برش بازی های ایرانی از این کیک بزرگ تر شده است و عملکرد بنیاد باعث شده حداقل بازار داخل را داشته باشیم از نظر بازار خارج هم مثال زدم در حال حاضر اگر پورتفولیو تولید داخل را بینندید راحت می توانید روی ۴ یا ۵ عنوان بازی دست بگذارید که از نظر تولید بین المللی مقبولیت دارد، جایزه های بین المللی دریافت کردن و ناشر خارجی پیدا کردن، همچنین در نمایشگاه های خارج رفاقت و وضعیت صادرات ما رو به بهبودی است، قطعاً حمایت های مالی ما از بازی ها بی تاثیر نبوده است زیرا ما از بازی که در بازار جهانی موقیت کسب کرده ۱۵۰ میلیون تومان حمایت کرده بودیم.

سعی کردیم بازی هایی که با محور صادرات ساخته می شود را حمایت کنیم و نتیجه آن موقیتی بازی «سرنوشت» بود، این بازی جایزه صادرات محور بنیاد را به ارزش ۱۵۰ میلیون تومان گرفت، در حالی که این شرکت در شرف از هم پانزدهن بود قطعاً اگر بنیاد آن را شناسایی و به آن کمک نمی کرد این شرکت توانایی بازارسازی مجدد خود را نداشت اما با حمایت ها بازی خود را ساخت همین چند وقت پیش با ناشر اروپایی قرارداد بست و بازی آن ها تا ۴ ماه دیگر در بازارهای جهانی منتشر می شود در واقع حمایت های هدفمند بنیاد متعین به سمت تولید داخل برای خارج از کشور شده است.

هدف اصلی شما این است که بیشتر بازی های جهانی شود؟ یعنی قرار نیست در زمینه بازی ها به بومی سازی پرسیم؟ هدف غایی جهانی شدن بازی ها است؟ بلطفاً هدف غایی ما گرفتن سهم بیشتری از بازارهای جهانی برای بازی های داخلی است در این هدف تولید کننده یک بازی ممکن است در (ادامه دارد ...)

## درو دکمه

(ادامه خبر ...) مسیرش برای تولید داخل اثری را سازد و بعد در بازار خارجی هم ورود پیدا کند، ولی یک بازی هم ممکن است تنها هدف این بازار خارجی باشد، هر دو مسیر وجود دارد.

یعنی این طور نیست به طور قطع بگوییم بازی را برای داخل و بعد برای خارج از کشور سازید، واقعیت بازار گواه این موضوع است، بازی هایی که در داخل ساخته می شود، به سختی در خارج به فروش می رسد، نه به این خاطر که ایرانی هستند بلکه ایمان هایی در بازی به کار رفته که تنها برای مطلق ایرانی ها ساخته شده است و آن مفاسیم و ایمان ها در بازار خارج گذگ و مبهم است. لازم نیست طراحی خیلی بزرگ برای یک بازی انجام دهید، برخی اوقات با آنگ و لیاس قومیت های ایرانی و تیسان آنی، گیمر داخلی کشور از بازی به وجود می آید، اما فرد خارجی با دیدن بازی متوجه نمی شود و برایش معنای خاصی ندارد.

و ضعیت بازی ها به گونه ای است که بازی هایی برای بازارهای بین المللی ساخته شوند، فروششان در بازار ایران زیاد نموده است و بازی هایی که در داخل ایران فروش زیادی داشتند در بازار خارجی موقفیت خاصی برایش رخ نداده است و این اتفاقات عجیب وجود دارد، در بحث بازی ها در بازار رقابتی قرار گرفته این که با شرایط ارزی موجود در کشور همه چیز تغییر پیدا کرده است، به طور کلی صادرات خیلی مهم است زیرا با بالا رفتن قیمت ارز، هزینه تولید در ایران غیر از خرید کامپیوتر تأثیر دیگری در قیمت ارز بر روی آن ندارد، بنابراین اگر بتوانیم تولید خوب داشته باشیم و درآمد ارزی کسب کنیم، به نفع ما خواهد بود.

با توجه به شرایط کنونی و مسائل پیش آمده ارزی در جامعه به لحاظ حمایتی چه کمودها و تنصان هایی وجود دارد چه در روش، فرم و مواجهه بنیاد با بازی سازان! بالآخر دشواری هایی در مسیر اهداف شما وجود دارد با توجه به این که در بازار جهانی می بینیم خارجی ها سابقه بیشتری به لحاظ کیفیت و تکنیک دارند و پیشرفتنه تراز ما هستند، برای رفع این موانع و برداشت نقطه ضعف ها چه راهکاری اتخاذ کردید؟

کم بودن آدم مختصص در زمینه بازی یکی از تنصان های موجود در حوزه بازی های رایانه ای در سازمان ها و ارگان های دیگر است، بنیاد و چند ارگان دیگر جزء محدود جهانی است که در این زمینه فعالیت های خوبی در زمینه بازی دارند و می فهمند بازی دارند و می فهمند بازی چیست! معمولاً زمانی که زنگ ارگان های دیگر را من زنیم یا از بازی سروشته ای ندارند یا آن را بسیار کلی و کوچک می بینند یا تنهای چنین های سلی را می نگرند در کل نگاه خوبی به بازی ندارند و می گویند «اوه بازی!» زمانی به سازمانی رفته بودم که جایگاه مهمی هم داشتند قصد داشتیم آن ها را برای همکاری و کمک به بازی سازان آشنا کنیم فردی که به عنوان مستول در آن جا حضور داشت، گفت «اگر به من بود کلا جلوی هر چه بازی چه ایرانی و خارجی را می گرفتم، زیرا بازی بجهه ها را از زندگی می اندازد و مشکلات فرداشی ایجاد می کند و نفس آن بد است».

بزرگترین مشکل دیگر این است که در این شورا ۲۲ تهداد حضور دارند، هدف بنیاد و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای تشکیل این شورا شکستن این مشکل است که آگاهی نداشتن را جایگزین آگاهی بخشی کنند، اگر سازمانی یا تهادی قصد دارد مشکلی از مبحث بازی سازی را حل کند در اینجا باید اطلاعات کامل از حوزه بازی و مشکلات و راهکارها داشته باشد، یعنی حکایت آن فیل در اتاق خاموش نباشد، یکی پایش را می بیند، یکی خرطوم و یکی عاجش را، این بازی است با همه شکل و شما بایش، قسمتی از آن آموزش و پرورش است قسمتی از آن مسئله فرهنگی است، قسمتی از آن صنعت، کارآفرینی و مواردی دیگر، یعنی تمام مجموع این موارد دست به دست هم می دهد و بازی را می آفریند، تباید تها تکه ای از آن را دید، شما فرض کنید اگر به سمت آموزش و پرورش برویم می گویند بازی برای کودکان است، اگر با گیمرها صحبت کنیم می گویند بازی بزرگ ترها است، در درجه اول باید بازی را به طور درست و کامل به همه ارگان ها معرفی کنیم بعد براساس برآمده هایی که داریم همه کارهایی که باید انجام شود را پایی یک میز مشترک بیاوریم و هم گرامی و هم افزایی در این زمینه داشته باشیم، مشکل دیگر اینکه در مسیری که می خواهیم به سمت جهانی کردن بازی پیش برویم، کار خیلی سختی داریم تحریم های آمریکا و مسلطی که حول و حوش این موضوع شکل می گیرد، دیگر بحث اختیارات است این اختیارات بنیاد در سال تقریباً ۱۰ میلیارد می رسد، ۱۰ میلیون تoman به حوزه بازی در کشور اختصاص داده می شود، با احتساب هزینه های جاری بنیاد که به طور متوسط در طول سال، ۴۰ تا ۵۰ میلیارد تoman را می گیرد و ۵۰ درصد دیگر می ماند، برای اینکه حمایت کنید تعاونگاه برگزار کنید، تبلیغات کنید، بازی رده بندی سنتی کنید، پژوهش داشته باشید، بازی سازها را آموزش دهید، اما این اهداف با درآمدها نمی خواهد و کلاف نمی دهد برای همین به دنبال حمایت های دیگر ارگان ها برویم، اما می بینیم عزم بسیار جدی در حوزه بازی در کشور وجود ندارد تا برای بازی سرمایه گذاری کنند، انتگار کشور مشکلات دیگری دارد و فرصت رسیدگی به حوزه بازی ها را ندارد، ما نزدیک به ۶۰ یا ۷۰ سال است که بر روی بازی ها رده بندی سنتی را درج می کنیم در حالی که، هیچ نهاد پیدا نمی کنید که این همه محصول را رده بندی سنتی کند پس بنیاد وظیفه خود را انجام می دهد و آن بررسی بازی ها و رده بندی سنتی است، چرا خاوانده ها از رده بندی سنتی مطلع نیستند؟ چون فرهنگ سازی نشده است، چه کسی باید برای این فرهنگ سازی فعالیت داشته باشد؟ سازمان ها و ارگان های دولتی همانند شهرداری، صنایع سیاسی و ... اگر هم نمی خواهند فعالیت داشته باشند باید سرمایه گذاری کنند و هزینه آن را پیردازند تا این فرهنگ سازی در جامعه ایجاد شود، دیگر از توان بنیاد برتریم آید که بخواهد از بازی ساز حمایت کند، رده بندی سنتی را لحاظ کند، پژوهش داشته باشد، آموزش به بازی سازان بدهد، پول هم خرج کند تا رده بندی سنتی را به خانواده ها معرفی کند، نمی توان تمام این ها را با هم انجام دادا بنیاد نمی داند به کدام موضوع باید بیشتر پیردازد.

به دلیل نداشتن کمی رایت در زمینه بازی های کامپیوترا لطعم خودبیم و نمی توانیم با یک پروداکشن ها بازار جهانی مقابله کنیم عموماً یک نگاه صنعتی، تجاری و اقتصادی به نگاه فرهنگی غالب است، اما فرآیند نظرارت ها، راهکارها و آن کارکردی که به لحاظ فرهنگی بر روی بازی ها انجام می شود، به چه شیوه ای است و آن نگاه نظرارتی در مخصوص فرهنگ است به چه صورت اعمال می شود؟

همان طور که گفتیم بنیاد یکی از واحدهایی بحث نظرارت و یک واحد دیگر آموزش و فرهنگ سازی است، این دو بخش هستند که در گیر آن دغدغه هایی هستند که شما داکتر کردیدا اگر آمار و ارقامی توضیح بدهم، شاید تا به امروز ۱۰ هزار بازی را رده بندی سنتی کردیم، رده بندی سنتی یعنی معلوم کنیم بازی مجازاً یا غیرمجاز است یا اگر مجاز است رده سنتی آن مناسب چه رده ای خواهد بود مثلاً برای مثبت ۳ سال خوب است ۱۵، ۱۲، ۷ یا ۱۸ سال خوب است، بنیاد در واقع کار نظرارتی ارتقاء فرهنگ عمومی را انجام می دهد.

در این یک سال و نیم گذشته، فقط به رده بندی سنتی اتفاق تکریدیم ما ۵ یا ۶ تا عنوان برای هر بازی درآوردهیم که می گوییم خشونت یک بازی، ۲ از ۵ است، ترسش ۳ از ۵ است مصرف مول مخدوش ۱ از ۵ است، مهارت بازی اش ۵ از ۵ است، هر چه این ۵ به سمت ۵ بروید یعنی این بیشتر است، خشونت ۳ از ۵ است یعنی تقریباً بازی خشنی محسوب می شود اگر خشونت ۱ از ۵ است بازی در رده خشونت حساب نمی شود اگر بازی هایی که با مجوز بنیاد (ادامه دارد ...)

## دروگسترو

(دامنه خبر) - هولوگرام دارند و در مقاوه‌ها به فروش می‌رسند کاور بازی را برگردانید این ۵ علامت را آن پایین می‌بینید که ما به آن پیکتوگرام می‌گوییم. این ارتقاء بحث سواد بازی است. اما در حوزه سلیمانی اعتقد دارم این مسئله ۱۰۰ درصد در کشور ما جواب نداده و نمی‌دهد، شما ببینید برای فیلتر کردن فضای مجازی هیچ گونه اتفاقی صورت نگرفت یعنی ما با ستن و فیلتر کردن چیزی نمی‌توانیم جلوی آن را بگیریم مگر آن که فرهنگ سازی درستی در آن مخصوص انجام شود، پس هدف ما موضوعات سلیمانی نیست! ولی بنیاد هر هفته در بازار است و به کمک تبروی انتظامی، بازی‌های غیرمجاز را جمع می‌کند و هر روز در حال رصد کردن لینک‌های غیرمجاز است و اگر محتوا نامناسبی در آن وجود داشته باشد با آن برخورد می‌شود.

بناراید مثالی بزم در آمریکا هیچ گونه الزامی برای رده بندی سنتی وجود ندارد حتی مجوز بازی هم اجباری نیست، بازی را می‌سازد و می‌فروشد حالا اگر رده بندی سنتی نداشته باشد مردم اعتماد نمی‌کنند و آن محصول را به هیچ وجه نمی‌خرند زیرا خانواده‌ها یاد گرفتند محصولی را برای کودکان شان بخوند که رده بندی سنتی دارد، ولی در ایران ۵ درصد خانواده‌ها به رده بندی سنتی توجه می‌کنند ۵ درصد دیگر هیچ توجه ای به این موضوع ندارند، این بر اساس آخرين پيمايش است که پارسال انجام داديم، ما باید چه کار کنیم؟ باید ۲ کار انجام دهیم یک- ابزار مناسب را در اختیار خانواده‌ها قرار دهیم که انتخاب هوشمندانه داشته باشد، ابزار مناسب یعنی رده بندی سنتی، سایتی که همه بازی‌هایی که رده سنتی در آن قرار گرفتند، وجود داشته باشد و اپلیکیشن آن در دسترس باشد البته زیر اطلاعات رده بندی سنتی در مایت «اسرا گیمز» وجود دارد، دو آگاه سازی یچه ها در مدارس است در این زمینه تفاهم تامة ای با وزارت آموزش و پرورش امضاء شده، که یکسری کانون در سراسر کشور وجود دارد، این کانون‌ها را می‌خواهیم پایلوت در تهران فعال کنیم تا در حوزه بازی هم ورود کنند، از هر مدرسه یک دانش آموز انتخاب کردیم تا او پیام رسان بازی‌های مناسب در مدرسه برای ما باشد و اسم آن را «سفیران بازی» در مدرسه گذاشتم، آقای کرمی قیوسی شما درباره کارهای سلیمانی درست گفتید که خوبی جوابگو نیست اما در مورد کارهای ايجانی بپرسم که تا چه اندازه بازی مناسب و جذاب ارائه شده که مخاطب توواند از بازی داخلی دل بکند و به سراغ بازی خارجی برود؟

یعنی تماماً با تولید داخلی؟

بله، افرض می‌گیریم توانستیم، فرهنگ سازی را برای خانواده‌ها انجام دهیم که درجهات سنتی را در بازی‌ها لحاظ کنند، به بازی غیرقانونی روی نیاورند و غیره... اگر با همه این پیش فرض هایخانواده‌ها به سمت بازی‌هایی امتداد که بنیاد بر اساس معیارهای کیفی تولید می‌کند، آن بازی به لحاظ فرهنگی چقدر می‌تواند مقید باشد یا هست؟ وقتی آن بازی را خرید و مصرف کرد چقدر به نفع کودکش است و دیگر نیازی به بازار خارجی ندارد، بیشتر سوالات درباره بازی فرهنگی بازی است، زیرا زمانی که بازی‌های ایرانی را نگاه می‌کنیم یکنفرم این کارهای ايجانی بسیار بارگذار هستند، از هر مدرسه گذاشتم، آن بازی می‌شود نه اینکه کسی از آن بازی بد بگوید خود بازی به لحاظ ايجانی این قابلیت را دارد، راهکار شما در این موارد چیست؟

سؤال خوبی خوبی مطرح کردید، سعی می‌کنیم تخصصی ترین جواب ممکن را به شما بدهم زیرا نمی‌خواهیم کلی گویی کنم، اولاً باید بازی‌هایی در آن ارائه می‌شود را بینیم و مدنظر من بازار بازی‌های موبایل، کنسول و کامپیوتر است، بازار بازی‌های کامپیوتور به حدی عناوین پرزق و برق در آن ها وجود دارد که هیچ وقت نمی‌توانیم به این راحتی به آن ها برسیم، بسیار کار سختی است، این قدر پروداکشن‌های بزرگ و پرزق و برقی وجود دارد که همانند فیلم‌های هالیوودی است، مثلاً ما هیچ وقت نمی‌توانیم «اوتجز» یا «لد اف د رینگ» بازی‌هایی ایجاد کنیم، ما می‌توانیم بیشتر به سمت ساخت فیلم‌های اجتماعی برویم، بازار بازی‌های کامپیوتوری عمده اش، آن فضا است این همان گل درشت هایی است که گفتید اگر رفیتم وارد پروداکشن‌ها شدیم احتمالاً خسر می‌کنیم، کما اینکه تقریباً غیر از «گرشناسب» که لوگین بازی ایرانی بود، اکثر بیک پروداکشن‌های بازی در ایران در بازار داخلی ما تفروخت چرا؟ چون ما کمی رایت تداریم، علت اش این است که آن بازی در ایران ارزان است، آن بازی ۱۰ هزار تومان است بازی ایرانی هم ۱۰ هزار تومان است و نمی‌فروشد، با وجود گران شدن ارز بازی خارجی یک میلیون تومان می‌شود و بازی داخلی ۲۰ هزار تومان، بدون شک بازی داخلی می‌فروشد.

و ضعیت کشور ما این در حوزه بازی‌ها این گونه است که بازی‌های موبایلی ساخته شده، در بازار داخلی موفق است در بازار خارج خوبی موفق نشند، بازی‌های کامپیوتوری که در برخی زمانی برای بازارهای خارج ساخته می‌شود و اتفاقاً موفق شدن در بازار داخل طرفدار ندارد، دلیل نداشتن کمی رایت در زمینه بازی‌های کامپیوتوری لطفه خوردیم و نمی‌توانیم با بیک پروداکشن‌ها مقابله کنیم، حریق ای بازی موبایلی ساخته شده در بازار خارج خوبی موفق عمل کنیم و سطح خود را ارتقا دهیم، اگر لیست پرفروش‌ها را نگاه کنید ۱۰ پرفروش اول کافه بازار ۴،۳ بازی ایرانی در آن وجود دارد، پس در بازار موبایل می‌توانیم ذاته مخاطب را در بیاوریم بازی‌هایی مانند «آمیرزا»، «کویز اف کینگ»، «پرسیتی»، «هیقلو» جزو بازی‌های اولیه مردم قرار می‌گیرد و محصول خارجی هم نیستند، درباره بازار کنسول هم ما هیچ ورودی در آن تداریم زیرا مشمول تحریم هاست و نمی‌توانیم برای کنسول بازی بسازیم، البته دستگاه‌های ساخت بازی موبایل کنسول باید مستقیماً توسط سونی و مایکروسافت فرستاده شود که دستگاه‌ها شامل تحریم هاست و برای ایران فرستاده نمی‌شود، کمی هم بخواهد ای ایران بیاورد با هزارتا سلام و صلوات باید وارد کند، پس و ضعیت کشور ما این است، بازی‌های موبایلی ساخته شده، در بازار داخل موفق است در بازار خارج خوبی موفق نشتد، بازی‌های کامپیوتوری که در برخی زمانی برای بازارهای خارج ساخته می‌شود و اتفاقاً موفق شدن در بازار داخل طرفدار ندارند.

با توجه به سوال شما که جواب دادنش بسیار مفصل است باید به این موضوع هم اشاره کنم که در مال ۹۶ و ۹۴ با ریزش وحشتناک مخاطب بازی‌های کامپیوتوری مواجه بودیم، در حال حاضر ۱۶ درصد گیمراه، بازی کامپیوتوری می‌کنند باقی آن ها بازی‌هایشان موبایلی است که این امر هم هزار دلیل دارد که یکپیش اقتصادی است، شما تصور کنید برای تهیه و بستن بازی کامپیوتوری نزدیک به ۱۵ میلیون هزینه باید شود که در صورتی که با ۲ یا ۳ میلیون خرید گوشی هوایی می‌توان بازی را بر روی آن بازی کرد، بنابراین بحث میکشیم و اقتصادی در این امر دخیل است.

پس هدف شما بازار بازی‌های موبایلی است؟

ما معتقدیم بازار داخلی ما را بازی‌های موبایلی جواب می‌دهد، هدف ما برای بازی‌های کامپیوتوری، تولید یک بازی مولتی پلیر آنلاین است، از نظر ما یک بازی آنلاین مولتی پلیر می‌تواند بازار کامپیوتوری مان را نجات دهد و به دلیل هزار هزینه که دارد تمام تصریح‌کرمان را روی این موضوع گذاشته ایم، احتمالاً مسروش در ایران و سرعت بازی کردنش بهتر است، اگر یک بازی با کیفیت متناسب مولتی پلیر، ساخته شود ما در بازار داخل از نظر بازی‌های کامپیوتوری دچار تحول جدی می‌شویم، باید بینیم سیاست‌های بنیاد در یک سال آینده به کجا می‌رسد، ما حمایت خود را از کسانی که بازی آنلاین مولتی پلیر می‌گویند (دامنه دارد...).

(ادامه خبر ...) سازنده، شروع کردیم و کارهایی هم انجام شده است.



## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟ (۱۳۹۴-۰۷-۲۷)

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش فاتحی، رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تأثیرات مهم در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلوغ» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه ای خود در انتخاب بازی ها نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می توانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ تفری است و از توجه گیری تلقیقی «خطقه ای خوشه ای چند مرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

در واقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۵۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۴۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند: به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه ای خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند راتر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی در سه که های معماهی، سکو بازی اندونده، آرکید، رانندگی و ورزشی را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب: کلش آو کلنز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کم متفاوت خواهد بود: سه بازی برتر در بین مردان، کلش آو کلنز، باقلوا و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش آو کلنز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های ایرانی نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدلتیم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند: ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از OS آن و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوز فون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را تبیز به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران میستم عامل OS آن سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های اندرویدی، بازی های کلش آو کلنز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه ای مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها درد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برند های معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را تبیز ترجیح می دهند. (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی ها نیستند و آنلاین تبیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه ای جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه ای راه درستی پیش یابی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تبیز خاکل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت تبیز باعث الشباب آن در بازار و تغییر سلیقه ای جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سه که های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روح محصولاتی که موفق بوده اند.



## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟ (۱۳۹۴-۰۷-۰۲)

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش ایسنا، رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایل در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغ» زوررسی در تعیین و شناختن سلیقه ای خود در انتخاب بازی ها نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می توانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که وقوع برایر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور درموقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سرانجام این شکل از سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازی هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی می باشد که در چند ژانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی در سبک های معمایی، سکویی ایجاد کنند، آرکید، راندگی و ورزشی را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند.

درصورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش آلو کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی درصورت جداسازی بازیکنان تن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش آلو کلتز، باقلوا و باقلوا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش آلو کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش آلو کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجعی مانند بردن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقیع خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی های نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه ای جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه ای راه درستی بیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خالق شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه ای جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران (۱۴۰۰-۰۷/۰۸/۲۲)

ایستا: از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پر طرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارد، به «بلغه» زودرسی در تعبیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند به شکلی که بنابر آمار، می دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه‌ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که وقوع برایر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

در واقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سرانجام این شکل از سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۶۰ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازی هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربری بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند ژانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی در سبک های معمایی، سکویی از دونده، آرکید، راندگی و ورزشی را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پر طرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان تن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، باقلوا و باقلوا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پر طرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پر طرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه‌ی مخاطبان است که البته دلیل موجعی مانند بردن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقیع خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند (لين درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی های نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه‌ی جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه‌ی راه درستی بیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خالق شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه‌ی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پر طرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.



## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران (۱۳۹۴-۹۵/۰۸/۲۲)

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغ» زودرسی در تعبیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند به شکلی که بنابرآمار، می دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه‌ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله‌ی اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله‌ی بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که وقوع برایر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

در واقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سرانجام این شکل از سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۶۰ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازی هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربری بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند ژانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی در سبک های معمایی، سکویی از دونده، آرکید، راندگی و ورزشی را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان تن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، باقلوا و باقلوا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه‌ی مخاطبان است که البته دلیل موجعی مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ایل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقیع خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند (لين درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی های نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه‌ی جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه‌ی راه درستی بیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خالق شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه‌ی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.



## نگاهی به میزان محبوبیت بازی های موبایلی در بین کاربران ایرانی

(۱۴۰۰-۱۳۹۸)

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پر طرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش ایسنا، رشد روزافروز بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهیمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغه» زوررسی در تعیین و شناختن سلیقه ای خود در انتخاب بازی ها نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می تایم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از توجه کمی تلفیقی «طبقه ای-خوبه ای چند مرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوبه های مرحله ای اول شامل تمام شاخه های کشور و خوبه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۷۶ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سرانجام این شکل از سرگرمی نرفته اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴٪ از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹٪ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۶٪ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین مه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه ای خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زان به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی در سبک های معمایی، سکویایی ادونده، آرکید، رانندگی و روزشی را بیش از سایر زانهای بازی کرده اند. در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پر طرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب: کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود: سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های ایرانی نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پر طرفدار کشور چه سیستم هایی هستند: ۹۵٪ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از OS ز و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی هایی برتر و پر طرفدار روی این سیستم های عامل را تبیز به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران سیستم عامل OS ز به این کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه ای مخاطبان است که البته دلیل موجه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از بیندهایی معتبر بازی مانند ساسوونگ، هواوی و ابل استفاده می کنند. نرخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳٪ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تبعاً ۴۹٪ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند این در حالی است که ۸۹٪ های آفلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی ها نیستند و آفلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه ای جمعی در مورد زانهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه ای راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشاع آن در بازار و تغییر سلیقه ای جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی هایی در سبک های پر طرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟ (۱۴۰۱-۰۷-۰۲)

به گزارش اقتصادآنلاین به نقل از ایسنا، رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تأثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغ» تودرسی در تعیین و شناختن سلیقه های خود در انتخاب بازی ها نیز رسیده اند به شکلی که بنابر آمار، می دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند. اکثریت کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برایر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور درموقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سرانجام این شکل از سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۶ درصد از درآمد بازی هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایل است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایل نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی می خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زانتر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی

در سبک های معمایی، سکویازی (دونده، آرکید، راندگی و ورزشی) را بیش از سایر زانترها بازی کرده اند.

درصورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی درصورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، گمی مقاولات خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، پو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از OS آ و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل OS آ بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند.

ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی های نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه های جمعی در مورد زانترهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشی را در درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خلاص شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیع آن در بازار و تغییر سلیقه های جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

(ادامه خبر ...) در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلوگ» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه های خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوش ای-چند مرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوش ای مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوش ای مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاه را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند. اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۷۶ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

در الواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی کشور هم کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این دسته از بازی های موبایلی است. بازیکنان ایرانی سلیقه های خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زان به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی های در سه که های معمایی، سکویا زی احونده، آرکید، راندگی و روزشی را بیش از سایر زانها بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی های ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تغذیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های اماراتی نیز انجام شده است. البته برای انجام این تغذیک ابتدا باید بدانیم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از OS زن و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوز فون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی هایی برتر و پرطرفدار روسی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل OS زن بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برای بازی کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار هاتند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ایل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آفلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی های نیستند و آفلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه های جمعی در مورد زانها محبوب بازی در ایران می تواند نقشه راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خلاف شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشاع آن در بازار و تغییر سلیقه های جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سه که های معمایی، سکویا زی احونده، آرکید، راندگی و روزشی را بیش از سایر زانها بازی کرده اند.

## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش ایستانا، رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تأثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلوگ» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه های خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می دانیم (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر...) بازیکنان بازی های موبایل ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای-طبقه ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاه را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایل ایران «موبایل بازی» هستند اکثریت کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درموقع بازیکنان موبایل ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سرانجام این شکل از سرگرمی نرفته اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایل از گوشی های هوشمند ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایل کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایل است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایل نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب بروتر کاربران بازیکنان ایرانی خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زانتر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی

در سه که های معمایی، سکویی ازونده، آرکید، رانندگی و ورزشی را بیش از سایر زانترها بازی کرده اند.

درصورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب: کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی درصورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی بروتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بداتیم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایل ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از OS ز و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های بروتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران میسیستم عامل OS ز بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند بروتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از بروندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی ها نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه های جمعی در مورد زانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه هی راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه های جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سه که های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

منبع: ایسا



## در نشست خبری رونمایی از ساختار حمایتی «همگرا» مطرح شد: حمایت از بازی سازان شفاف و شایسته سالار می شود / همگرا؛ مسیر توأم‌مند سازی شرکت ها و تیم های بازی سازی / ارزیابی ۵۶ تیم / شرکت و ۱۰۲ بازی ایرانی در سال نخست همگرا (۹۶-۹۷/۰۵/۲۲)

ایرانیان\_ مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره این ساختار حمایتی جدید گفت: هدف بنیاد از ایجاد ساختار حمایتی همگرا شفاف کردن، ساختار مند کردن و توجه به حمایت براساس شایسته سالاری است.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان، نشست خبری ساختار حمایتی جدید گفت: هدف بنیاد از ایجاد ساختار حمایتی همگرا شفاف کردن، ساختار مند کردن رایانه ای، متن ایزدی معاون حمایت بنیاد و با حضور اهالی رسانه برگزار شد (ادامه دارد...).



(ادامه خبر ...) در نشست خبری امروز جدیدترین و مهم ترین اطلاعات مربوط به این ساختار حمایتی، برنامه ها و تصمیم های اتخاذ شده پرامون آن و تشریح کام های آتی در اختیار رسانه ها قرار گرفت.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای این ساختار حمایتی جدید گفت: هدف بنیاد از ایجاد ساختار حمایتی همگرا شفاف کردن، ساختارمند کردن و توجه به حمایت براساس شایسته سالاری است. مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اعلام کرد تمامی حمایت های رایانه ای بنیاد از این پس از طریق ساختار حمایتی همگرا صورت خواهد گرفت.

همگرا؛ مسیر توانمندسازی شرکت ها و تیم های بازی سازی به گفته کریمی در کنار پیگیری اهدافی چون شفافیت و ارتقای شرکت های بازی سازی بردارد.

کام های مهمی را در راستای توانمندسازی و ارتقای شرکت های بازی سازی بردارد. بنابر گفته های مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، همگرا ساختاری تیم محور و شرکت محور است و همچون گذشته صرفاً نگاهی محصول محور ندارد.

به این ترتیب هدف ارتقای تیم ها و شرکت ها و پیوود شرایط کلی صنعت بازی و کسب و کار این حوزه است. کریمی در پایان سخنانش به این نکته نیز اشاره کرد که همگرا همانطور که از نام آن برمی آید به دنبال ایجاد نوعی همگرایی در حمایت ها در داخل کشور نیز هست تا حمایت هایی که سازمان های مختلف در کشور انجام می دهند در قالب یک سیستم واحد انجام شوند.

در ادامه نشست خبری ساختار حمایتی همگرا متن ایزدی معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای مهم ترین اطلاعات را درباره شرایط فعلی ساختار جدید همگرا در اختیار رسانه ها قرار داد. متن ایزدی مهم ترین نکات را درباره چهاری تولد همگرا، سازوکار آن، شیوه ارزیابی، آمار و عملکرد نوع حمایت ها، همکاری های حمایتی و فرآیند تخصیص حمایت ها برای بازی سازان بیان کرد.

بنابر اطلاعاتی که معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای در اختیار اهالی رسانه قرار داد همگرا از اوایل آذرماه حمایت های خود را در اختیار متقاضیان قرار خواهد داد.

ساختار همگرا در قالب چهار بخش تبت نام، ارزیابی، رتبه بندی و دریافت حمایت ساختار یافته است. «شناختن کیفیت بازی»، «شناختن توانمندی تیم/شرکت»، «شناختن های فرهنگی بازی» و «شناختن های همکاری شکه ای» چهار شناخت ارزیابی همگرا هستند که به ترتیب ۴۹ درصد، ۳۰ درصد، ۱۰ درصد و ۱۱ درصد ارزیابی را تشکیل می دهند.

از زیبایی ۵۶ تیم/شرکت و ۱۰۲ بازی ایرانی در سال نخست همگرا به گفته ایزدی در بخش آمار عملکرد همگرا، ۷۴ تیم و ۲۶ شرکت در این ساختار حمایتی ثبت نام کرده اند از میان این تیم ها و شرکت ها ۲۲ تیم و ۲۳ شرکت از فیلتر دیبرخانه عبور کرده و قابل ارزیابی تشخیص داده شدند. همچنین ۹۲ بازی توسعه تیم ها و ۵۲ بازی توسعه شرکت ها ارسال شدند که از میان آن ها بازی تیم ها و ۴۳ بازی شرکت ها قابل ارزیابی شناخته شدند. به این ترتیب در مجموع ۵۶ مقاضی (ترکیب تیم ها و شرکت ها) و ۱۰۲ بازی توسعه ساختار حمایتی همگرا مورد ارزیابی قرار گرفتند.

معاون حمایت بنیاد ضمن الشاره به امکان ارزیابی مجدد فرصت اعتراض به ارزیابی فعلی را تا پایان هفته جاری عنوان کرد. بازی سازان می توانند تا پایان این هفته در صورت اعتراض به ارزیابی صورت گرفته که تا فردا برای آن ها ارسال خواهد شد درخواست ارزیابی مجدد هفته آینده ارزیابی توسعه یک تیم ارزیاب متقاضوت انجام خواهد شد.

تنوع حمایت های همگرا براساس نیازمنجی های صورت گرفته از بازی سازان طراحی شده اند. به طور کلی حمایت هایی چون «پرداخت درصد تشویقی به ازای

فروش»، «تبليغات»، «بازاریابی و توسعه بازار»، «تامین، آموزش و ارتقای نیروی انسانی»، «توسعه و تسریع فرآیند رشد و ارتقا»، «تامین زیرساخت»، تجهیزات، امکانات و محل استقرار»، «تسهیلات مالی و سرمایه گذاری» و «خدمات پشتیبانی، آزمون در تولید و نشر بازی» سرفصل های حمایتی همگرا هستند.

معاون حمایت بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان به فرآیند تخصیص حمایت همگرا نیز اشاره کرد. بنابراین توضیحات، فرآیند تخصیص از طریق ورود اعضای همگرا به پورتال، بروزرسی حمایت ها و همکاران حمایتی همگرا براساس رتبه انتخاب، شرح و ثبت در خواست براساس نیاز شرکت اینهم، سقف حمایتی و میزان اعتبار حمایتی مراحلی هستند که باید از طریق بازی ساز حل شوند. تهایتاً درخواست ها توسعه دیبرخانه بررسی شده و در صورت تایید دیبرخانه تخصیص حمایت آغاز خواهد شد.

جزییات بیشتر از ساختار همگرا در سایت مربوط به آن به نشانی <http://hamgara.org> در دسترس است.



## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش ملیت به نقل از ایستا، رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تأثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و باشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغ» زوررسی در تعیین و شناختن سلیقه خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می (ادامه دارد...).

(ادامه خبر ...) داتیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای-طبقه ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاه را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل بازی» هستند.

اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سرانجام این شکل از سرگرمی نرفته اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب بروتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه هی خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زانتر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی

در سه که معمایی، سکویا بازی ادونده، آرکید، رانندگی و ورزشی را بیش از سایر زانترها بازی کرده اند.

درصورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب: کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی درصورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی بروتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بداتیم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از OS ز و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های بروتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران میسیستم عامل OS ز بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه هی مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند بروتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ایل استفاده می کنند.

ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجه است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آفلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی ها نیستند و آفلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه هی جمعی در مورد زانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه هی راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه هی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

## حالات

### آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران (۱۳۹۶-۰۷-۲۲)

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش صبحانه، رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تأثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلوغ» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه هی خود در انتخاب بازی ها نیز رسیده اند. به شکلی که بنا بر آمار، می داتیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته (ادامه دارد...).

(ادامه خبر ...) است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است، خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهها را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند

این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یعنی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

در واقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (امانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربری بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایل نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته اند و بیشتر بازی های انتخابی شان در چند زانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی های در سه که های معمایی، سکویی بازی اگونده، آرکید، رانندگی و ورزشی را بیش از سایر زانرهای بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر بیش سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را تبیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه‌ی مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تمداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برند های معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ابل استفاده می کنند.

ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجه است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آفلاین را تبیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی ها نیستند و آفلاین تبیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه‌ی جمعی در مورد زانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه‌ی راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشاع آن در بازار و تغییر سلیقه‌ی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سیک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند. لایستا

## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

اقتصاد ایران: از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش صبحانه، رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعيت خوبی قرار دارند، به «بلوغ» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می تائیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهها را شامل می شوند. (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) اکترویت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند اکترویت کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۴۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایل از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۴۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربری بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایل نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کنندگان است.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی کشوری یا رایانه های شخصی، سکویا بازی اندوند، آرکید، راندگی و وزشی را پیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند. در سه که های معمایی، سکویا بازی اندوند، آرکید، راندگی و وزشی را پیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند.

درصورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی درصورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را پیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تکنیکی خود را شناخته اند و پیش تر بازی های انتخابی شان در چند ژانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی های در سه که های معمایی، سکویا بازی اندوند، آرکید، راندگی و وزشی را پیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند.

کشور چه سیستم هایی هستند؟ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از OS آند و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران میسیستم عامل OS آند سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را پیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را پیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی های نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه های جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خافل شد که تولید پیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشباب آن در بازار و تغییر سلیقه های جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سه که های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند. لایستن



## تندی

### آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند، برای بازی کردن، پیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد. رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغه» زودرسی در تعبیین و شناختن سلیقه های خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند به شکلی که بنابر آمار، می دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوشه ای-چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکترویت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند اکترویت کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) درواقع بازیکنان موبایل ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می‌کنند) سراغ این شکل از سرگرمی ترفته اند. به شکل دقیق‌تر، ۵۶ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می‌کنند.

۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می‌گیرد. ۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خردنهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته اند و بیشتر تر ترتیب به این ترتیب که این قشر از بازی های در سبک های ممایی، سکویازی آگوند، ارکید، راتنگی و ورزشی را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ به این ایرانی های به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

androيد محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های اماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایل ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می‌کنند.

با آگاهی از این امار می‌شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می‌پسندند. این امار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه‌ی مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ایل استفاده می‌کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می‌کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آف‌لاین را نیز ترجیح می‌دهند (بنابراین دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می‌کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی های نیستند و آف‌لاین نیز بازی می‌کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت ملیکه‌ی جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می‌تواند نقشه‌ی راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه‌گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشاع آن در بازار و تغییر سلیقه‌ی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

\*ایسنا

## آنچه خبر

### آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟ (۰۰:۰۱-۰۷/۰۷/۲۰۱۸)

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می‌کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش آنچه خبر، به نقل از ایسنا، رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغه» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند به شکلی که بنابر امار، می‌دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می‌کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز اماری این اطلاعات ۸۰۰۰ تقریبی است و از نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای-طبقه ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می‌شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند. اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می‌کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می‌دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور درموقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم‌ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایل ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می‌کنند) سراغ این شکل از سرگرمی (ادامه دارد ...)

## آنچه خبر

(دامنه خبر) - نرفته اند به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی های پازیکنان ایرانی سلیقه ای خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زان به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، در سبک های معمایی، سکوپیزی ادونده، آرکید، رانشگی و ورزشی را بیش از سایر زانها بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر بیش سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

androيد محبوب ترین سیستم عامل تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل androيد، چهار درصد از OS آن و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوز فون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را تبیخ به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران میستم عامل OS آن سه بازی کندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی ها انجام داده اند. این در حالی است که کاربران androيدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه ای مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران androيد بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آفلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی های آنلاین نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه ای جمعی در مورد زانهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه ای راه درستی پیش پای سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشاع آن در بازار و تغییر سلیقه ای جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

انتهای پیام /



## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش ایسا، رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تأثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلوغ» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه ای خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند. به شکلی که یکی از دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای-چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند، برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برای بازی های موبایلی درآمد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور درموقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

در واقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد (دامنه دارد ...)



(ادامه خبر) - درصد از بازیکنان موبایل کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۶ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خردیدهای این قشر از بازی کننده هاست. یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زان به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی در سیک های معمایی، سکو بازی ادوند، آرکید، رانندگی و ورزش را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پر طرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب: کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تکنیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدانیم که سیستم عامل های پر طرفدار کشور چه سیستم هایی هستند: ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوز فون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پر طرفدار روی این سیستم های عامل را تیز به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران میستم عامل iOS سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه‌ی مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. نرخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند. (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی ها نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در میان محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه‌ی جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه‌ی راه درستی پیش پایی سیاست کلانران، سرمایه‌گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید غافل نشود که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشاع آن در بازار و تغییر سلیقه‌ی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سیک های پر طرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

انتهای پیام

## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران (۹۵-۹۶)

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پر طرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

خبرگزاری ایسنا: رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تأثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغ» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی ها نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می تایم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه‌ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: مرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایل ایران «موبایل باز» هستند.

اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برایر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور درموقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایل ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازی های موبایل ایرانی به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۶ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خردیدهای این قشر از بازی کننده هاست. یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران (ادامه دارد...)

(ادامه خبر...) بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته‌اند و بیش تر بازی‌های انتخابی شان در چند زانتر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی‌های در سبک‌های معمایی، سکویازی‌الدونه، آرکید، رانندگی و ورزشی را بیش از سایر زانترها بازی کرده‌اند. در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پر طرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی‌ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود: سه بازی پرتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی‌های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده‌اند.

androيد محبوب ترین سیستم عامل تفکیک رده بندی بازی‌های محبوب، در سایر بخش‌های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بداتیم که سیستم عامل‌های پر طرفدار کشور چه سیستم‌هایی هستند: ۹۵ درصد از کاربران بازی‌های موبایل ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل‌ها مانند ویندوزفون استفاده می‌کنند.

با آگاهی از این آمار می‌شود بازی‌های پرتر و پر طرفدار روی این سیستم‌های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران سیستم عامل iOS بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی‌ها انجام داده‌اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی‌های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می‌پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه‌ی مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل‌ها دارد.

کاربران ایرانی بازی‌های موبایلی، از بوندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ایل استفاده می‌کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی‌های آنلاین نیز ترجیح می‌دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می‌کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی‌ها نیستند و آنلاین نیز بازی می‌کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه‌ی جمعی در مورد زانترهای محبوب بازی در ایران می‌تواند نقشه‌ی راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه‌گذارها و خصوصاً شرکت‌های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه‌ی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده‌ها باید در فکر بهبود بازی‌های در سبک‌های پر طرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده‌اند.

## آخرین آمار بازی‌های موبایلی در ایران

ساعت ۲۴-از جامعه بازیکنان بازی‌های رایانه‌ای در ایران، اکثر کسانی که بازی‌های موبایلی را تجربه می‌کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی‌های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت و در بین بازی‌های پر طرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

رشد روزافزون بازار بازی‌های موبایلی که در سال ۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی‌های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه‌گیر شدن بازی‌های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی‌ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغه» زودرسی در تعبیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی‌ها نیز رسیده‌اند. به شکلی که بنابر آمار، می‌دانیم بازیکنان بازی‌های موبایلی ایران با چه سلیقه‌ای و چگونه بازی می‌کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: مرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ تقریبی است و از توجه کلی تلفیقی «طبقه‌ای-خوبه‌ای-جهانگردی‌ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوبه‌های مرحله‌ی اول شامل تمام استان‌های کشور و خوبه‌های مرحله‌ی بعد، شهرستان‌ها، شهر و روستاها را شامل می‌شوند. اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل بازی» هستند.

اکثریت کسانی که بازی‌های موبایلی را تجربه می‌کنند برای بازی کردن از گوشی‌های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت‌ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می‌دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کردد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی‌ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (اما تند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می‌کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته‌اند. به شکل دقیق‌تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی‌های موبایلی از گوشی‌های هوشمند ۱۳ درصد از تبلت‌ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می‌کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می‌گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی‌های موبایلی است و نه بازی‌های کنسولی یا رایانه‌های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی‌های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده‌های است.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب پرتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته‌اند و بیش تر بازی‌های انتخابی شان در چند زانتر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی‌های در سبک‌های معمایی، سکویازی‌الدونه، آرکید، رانندگی و ورزشی را بیش از سایر زانترها بازی کرده‌اند. (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پر طرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش آو کلتز، بالکلا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش آو کلتز، کلش رویال و بالکلا هستند در حالی زنان بازی های بالکلا، پو و کلش آو کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های اماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پر طرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوز فون استفاده می کنند.

با آگاهی از این امار می شود بازی های پر طرفدار روى این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش آو کلتز، بالکلا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برند های معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. نرخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند. (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی ها نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند)

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه های جمعی در مورد زانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه های راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز ترجیح می دهد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشاع آن در بازار و تغییر سلیقه های جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پر طرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

\*ایستا

## ایرانی ها گدام بازی های موبایلی را ترجیح می دهند؟

ایستا - یکی از دلایلی که کاربران بازی با موبایل را ترجیح می دهند، در دسترس بودن گوشی هوشمند است که می توان هم به کارهای دیگر رسید و همین طور درموقع فراغت بازی کرد.

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پر طرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد. به گزارش ایستا از ایستا، رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تأثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغه» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه های خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند. به شکلی که بتایر آمار، می دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند. اکثریت کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۷۶ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور درموقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (اما تند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست. یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی، به (ادامه دارد ...)

بازیکنان ایرانی سلیقه های خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ترتیب بازی های در سیک های معمایی، سکویا زی / دونده، آرکید، رانندگی و ورزش را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی های به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

androيد محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل androيد، چهار درصد از OS زی و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوز فون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را تبیخ به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل OS زی سه بازی کندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران androيدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران androيد بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برند های معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ابل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقیق خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آفلاین را تبیخ ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی های نیستند و آفلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه های جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه هی راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز نباید غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشاع آن در بازار و تغییر سلیقه های جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سیک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

## پنجم

### آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران (۱۴۰۵-۰۷/۰۵/۲۲)

گروه فناوری: از جامده بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۱۴۰۶ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغه» زودرسی در تبیخ و شناختن سلیقه های خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند به شکلی که بنابر آمار، می دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با جه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۴۰۵ پژوهش ای است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰٪ تقریبی است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقة ای-خوش ای چند مرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوش ای مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوش ای مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۷۶ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است. درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی ترقه اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد. ۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست. یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه های خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند ژانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی های در سیک های معمایی، سکویا زی / دونده، آرکید، رانندگی و ورزش را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) اندروید محبوب ترین سیستم عامل تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بداتیم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوز فون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های پرطرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران میستم عامل iOS سه بازی کندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی ها انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او! کلتز، بالقلو و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجهی مانند پرتر بودن تمدن کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها ندارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برند های معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. نرخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند. (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی ها نیستند و آفلاین نیز بازی می کنند) به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه های جسمی در مورد زانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه های درستی بیش باشی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث انتشار آن در بازار و تغییر سلیقه های جسمی خواهد شد. به همین دلیل سازمانهای محبوب بازی های در سبک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.



## گریمی قدوسی در نشست خبری ساختار همگرا: یک میلیارد سرمایه گذاری ساختار همگرا برای بازی سازان رایانه ای (۰۷/۰۸/۲۰۱۸)

حسن گریمی قدوسی گفت: بنیاد ملی بازی های رایانه ای یک میلیارد از بودجه خود را برای ساختار همگرا سرمایه گذاری کرده است.

به گزارش خبرنگار مهر، نشست خبری ساختار حمایتی همگرا بنیاد ملی بازی های رایانه ای امروز صبح ۲۲ مهرماه با حضور حسن گریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد پرگزار شد.

گریمی قدوسی در این نشست درباره گام هایی که در ساختار همگرا باید برداشته، گفت: همگرا جای کار زیادی دارد و این ساختار به دنبال این است که سازمان های بازی ساز مختلف را ارتقا دهد. لذا هدف ما بهتر کردن سازمان های بازی ساز است.

او ادامه داد: همگرا به دنبال هم افزایی سازمان ها هم است تا بتواند حمایت های خوبی از بازی ها شود این هم افزایی همگرا باعث می شود شایسته مالاری در حوزه بازی پیشرفت انجام شود.

به گفته او، حمایت های مالی سقفی دارد تجهیزات، سرور و... بودجه ای را تأمین می کند و در آینه تامه ریز این حمایت ها عنوان شده است. بنیاد بخشی از بودجه خود را تزدیک به یک میلیارد در این زمینه هزینه کرده و سعی کرده بود هم برسانیم.

متنی ایزدی معاون حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای هم در ادامه نشست عنوان کرد: همگرا با اهداف شفاف سازی و شایسته سalarی ایجاد شده است و شمارش بر ارتقا دادن سازمان ها و شرکت های بازی ساز است.

او در ادامه افزود: حمایت های همگرا برای تیم های بازی ساز و شرکت های بازی ساز است. آنها با ارائه مدارک و نیازمندی از سوی همگرا می توانند همگرا شوند. ما چهار شاخص برای سنجیده تیم باشتر کت ها داریم که اول کیفیت بازی است، بعد وضیعت حقوقی و اتفاقات های بوده، شاخص های فرهنگی تا چه اندازه نهادینه شدند همکاری های شرکت هم در این زمینه مهم بوده است.

ایزدی درباره شاخص کیفیت های بازی اشاره کرد و گفت: این بازی تست استاندارد و تجربه اثربخشی بازی مهم بوده است و تیم های فرهنگی شاخص های فرهنگی را ارزیابی کردن و امتیازها را دادند. ۷۴ تیم ثبت نام کرده که ۵۰ تیم فرآیند ثبت نام را کامل کردند. شرکت ها هم تزدیک به ۳۴ تیم ثبت نام کردند.

او با اشاره به رتبه بندی همگرا اظهار کرد: مواردی همچون سیمرغ، هما، ققنوس، شیرال، هدیوش، یوز، غزال به عنوان امتیاز انتخاب شده اند و به تیم ها و بازی سازان در این رتبه بندی قرار می گیرند.

ایزدی درباره حمایت های همگرا گفت: علاوه بر زیرساخت ها، زیر صدا، سرور، رندرینگ، تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، تامین فضا، خدمات تست بازی، فرآیند تبلیغاتی و رسانه ای و پرداخت درصد تشویقی و توسعه و تسریع فرآیند رشد و ارتقا شرکت است.

## سنت افزار

### در نشست خبری رونمایی از ساختار حمایتی «همگرا» مطرح شد؛ حمایت از بازی‌سازان شفاف و شایسته سالار عی شود

نشست خبری ساختار حمایتی جدید همگرا صبح امروز سه شنبه ۲۲ آبان با حضور حسن کریمی مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، متین ایزدی معاون حمایت بنیاد و با حضور اهالی رسانه برگزار شد. در نشست خبری امروز جدیدترین و مهم‌ترین اطلاعات مربوط به این ساختار حمایتی، برنامه‌ها و تصمیم‌های اتخاذ شده پیرامون آن و تشریح گام‌های آتی در اختیار رسانه‌ها قرار گرفت.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای درباره این ساختار حمایتی جدید گفت: هدف بنیاد از ایجاد ساختار حمایتی همگرا شفاف کردن، ساختارمندکردن و توجه به حمایت براساس شایسته سالاری است. مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای اعلام کرد تمامی حمایت‌های آتی بنیاد از این پس از طریق ساختار حمایتی همگرا صورت خواهد گرفت.

همگرا؛ مسیر توانمندسازی شرکت‌ها و تیم‌های بازی‌سازی  
به گفته کریمی در کنار پیگیری اهداف چون شفافیت و ساختارمندی که توسط بنیاد دنبال می‌شود خود ساختار حمایتی همگرا تلاش می‌کند از طریق حمایت‌های، گام‌های مهندسی را در راستای توانمندسازی و ارتقای شرکت‌های بازی‌سازی بردارد.

بنابر گفته‌های مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، همگرا ساختاری تیم محور و شرکت محور است و همچون گذشته صرفاً نگاهی محصول محور ندارد به این ترتیب هدف ارتقای تیم‌ها و شرکت‌ها و بهبود شرایط کلی صنعت بازی و کسب و کار این حوزه است. کریمی در پایان سخنرانی به این نکته نیز اشاره کرد که همگرا همانطور که از تام آن برمی‌آید به دنبال ایجاد نوعی همگرایی در حمایت‌ها در داخل کشور نیز هست تا حمایت‌هایی که سازمان‌های مختلف در کشور انجام می‌دهند در قالب یک سیستم واحد انجام شوند.

در ادامه نشست خبری ساختار حمایتی همگرا متن ایزدی معاون حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای مهم‌ترین اطلاعات را درباره شرایط فعلی ساختار جدید همگرا در اختیار رسانه‌ها قرار داد. متین ایزدی معاون نکات را درباره جرایی تولد همگرا، سازوکار آن، شیوه ارزیابی، آمار و عملکرد نوع حمایت‌ها، همکاری‌های حمایتی و فرایند تخصیص حمایت‌ها برای بازی‌سازان بیان کرد. بنابر اطلاعاتی که معاون حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در اختیار اهالی رسانه قرار داد همگرا از اوایل آذرماه حمایت‌های خود را در اختیار متقاضیان قرار خواهد داد.

ساختار همگرا در قالب چهار بخش تبت تام، ارزیابی، رتبه بندی و دریافت حمایت ساختار یافته است. «شاخص کیفیت بازی»، «شاخص توانمندی تیم/شرکت»، «شاخص‌های فرهنگی بازی» و «شاخص‌های همکاری شبکه‌ای» چهار شاخص ارزیابی همگرا هستند که به ترتیب ۴۹ درصد، ۱۰ درصد و ۱۱ درصد ارزیابی را تشکیل می‌دهند.

از زیبایی ۵۵ تیم/شرکت و ۱۰۲ بازی ایرانی در سال نخست همگرا به گفته ایزدی در بخش آمار عملکرد همگرا، ۷۴ تیم و ۳۴ شرکت در این ساختار حمایتی تبت نام کرده اند از میان این تیم‌ها و شرکت‌ها ۲۲ تیم و ۲۲ شرکت از فیلتر دیرخانه عبور کرده و قابل ارزیابی تشخیص داده شدند. همچنین ۹۲ بازی توسط تیم‌ها و ۵۲ بازی توسط شرکت‌ها از ارسال شدند که از میان آن‌ها بازی تیم‌ها و ۴۳ بازی شرکت‌ها قابل ارزیابی شناخته شدند. به این ترتیب در مجموع ۵۶ متقاضی (ترکیب تیم‌ها و شرکت‌ها) و ۱۰۲ بازی توسط ساختار حمایتی همگرا مورد ارزیابی قرار گرفتند.

معاون حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای مجدد فرصت اعتراض به ارزیابی قملی را تا پایان هفته جاری عنوان کرد. بازی‌سازان می‌توانند تا پایان این هفته در صورت اعتراض به ارزیابی صورت گرفته که تا فردا برای آن‌ها ارسال خواهد شد درخواست ارزیابی مجدد کنند. در صورت درخواست ارزیابی مجدد هفته آینده ارزیابی توسط یک تیم ارزیاب متقاضوت انجام خواهد شد.

توع حمایت‌های همگرا براساس نیاز بازی‌سازان این مقاله حمایت‌های همگرا براساس نیازمنجی‌های صورت گرفته از بازی‌سازان طراحی شده‌اند. به طور کلی حمایت‌هایی چون «نیازداشت درصد تشویقی به ازای فروش»، «تبیینات، بازاریابی و توسعه بازار»، «تامین، آموزش و ارتقای نیروی انسانی»، «توسعه و تسریع فرایند رشد و ارتقاء»، «تامین زیرساخت، تجهیزات، امکانات و محل استقرار»، «تسهیلات مالی و سرمایه‌گذاری» و «خدمات پشتیبانی، آزمون در تولید و تشریف بازی» سرفصل‌هایی همگرا هستند. معاون حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در پایان به فرایند تخصیص حمایت همگرا نیز اشاره کرد. بنابراین توضیحات، فرایند تخصیص از طریق ورود اعضا همگرا به پورتال، بررسی حمایت‌ها و همکاران حمایتی همگرا براساس رتبه، انتخاب، شرح و تبت در خواست براساس نیاز شرکت‌آنها، سقف حمایتی و میزان اعتبار حمایتی مراحلی هستند که باید از طریق بازی‌سازی شوند. تهایتاً درخواست‌ها توسط دیرخانه بررسی شده و در صورت تایید دیرخانه تخصیص حمایت آغاز خواهد شد.

## آنچه

### آخرین آمار بازی‌های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

از جامعه بازیکنان بازی‌های رایانه‌ای در ایران، اکثر کسانی که بازی‌های موبایلی را تجربه می‌کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی‌های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت و در بین بازی‌های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد. به گزارش رتبه آنلاین از ایستا، رشد روزانه بازی‌های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تائیرات مهمنی در صنعت بازی و (ادامه دارد...).

## آرتبه

(آنامه خبر ...) خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و باشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغ» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی ها نیز رسیده‌اند. به شکلی که بنابر آمار، می‌دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه‌ای و چگونه بازی می‌کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ تقریبی است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه‌ای-خوشه‌ای چندمرحله‌ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه‌های مرحله‌ی اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله‌ی بعد، شهرستان ها، شهر و روستاه را شامل می‌شوند.

اکثریت بازیکنان موبایل ایران «موبایل باز» هستند. اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می‌کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۷۶ درصد دارد. این نشان می‌دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم‌ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

در الواقع بازیکنان موبایل ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می‌کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته‌اند به شکل دقیق‌تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می‌کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازی هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می‌گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست. یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی کشور هم کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب بازی های موبایلی است.

بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته‌اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زانه به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی های در سبک های معمایی، سکویایی‌گونده، آرکید، راندگی و ورزشی را بیش از سایر زانهای بازی کرده‌اند. در صورت نگاه دقیق‌تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی های ترتیبی، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده‌اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تغذیکی رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های ایرانی نیز انجام شده است. البته برای انجام این تغذیکی ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از OS زن و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می‌کنند.

با آگاهی از این آمار می‌شود بازی های برتر و پرطرفدار روسیه این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل OS زن بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده‌اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از پیش می‌پسندند. این آمار آخر دقیقاً برای این مدل سلیقه‌ی مخاطبان است که البته دلیل موجی مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار هاتند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ایل استفاده می‌کنند. ترک دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می‌کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آفلاین را نیز ترجیح می‌دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می‌کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی های نیستند و آفلاین نیز بازی می‌کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه جمعی در مورد زانهای محبوب بازی در ایران می‌تواند نقشه راه درین پیش پای سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز نباید غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث اشتعال آن در بازار و تغییر سلیقه‌ی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بیهود بازی های در سبک های پرطرفدار باشند تا کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می‌کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

موبنا - رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تایرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و باشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغ» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی ها نیز رسیده‌اند. به شکلی که بنابر آمار، می‌دانیم بازیکنان (آنامه دارد ...)

(دامنه خبر ... ) بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند. بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلفیقی «طبقه ای - خوش ای چند مرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوش ای مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوش ای مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاه را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل بازی» هستند. اکثریت کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درموقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سرانجام این شکل از سرگرمی نرفته اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب بروتر کاربران بازیکنان ایرانی خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زانتر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی

در سه که معمایی، سکویا زاندن، آرکید، رانندگی و ورزشی را بیش از سایر زانترها بازی کرده اند. درصورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب: کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی درصورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود: سه بازی بروتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

androيد محبوب ترین سیستم عامل تحقیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تحقیک ابتدا باید بداتیم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل androيد، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های بروتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران میسیستم عامل OS زانه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های آنچه داده اند. این در حالی است که کاربران androيدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه ای مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند بروتر بودن تعداد کاربران androيد بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی ها نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه ای جمعی در مورد زانترهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه ای راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه ای جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سه که می باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

منبع: ایسا

## تئاتر ایران

### در نشست بناد بازی های رایانه ای مطرح شد؛ همگرا؛ ساختار حمایتی از بازی سازان

نشست خبری ساختار حمایتی جدید همگرا صبح روز سه شنبه ۲۲ آبان با حضور حسن کریمی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، متین ایزدی معاون حمایت بنیاد و با حضور اهالی رسانه برگزار شد. در نشست خبری امروز جدیدترین و مهم ترین اطلاعات مربوط به این ساختار حمایتی، برتابمه ها و تصمیم های اتخاذ شده پیرامون آن و تشریح گام های آتی در اختیار رسانه ها قرار گرفت.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره این ساختار حمایتی جدید گفت: هدف بنیاد از ایجاد ساختار حمایتی همگرا شفاف کردن، ساختار ماندنی کردن و توجه به حمایت برآسانی شایسته سالاری است. مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اعلام کرد تمامی حمایت های آتی بنیاد از این پس از طریق ساختار حمایتی همگرا صورت خواهد گرفت.

همگرا؛ مسیر توامندسازی شرکت ها و تیم های بازی سازی به گفته کریمی در کنار پیگیری اهدافی چون شفافیت و ساختار ماندگی که توسط بنیاد دنبال می شود، خود ساختار حمایتی همگرا تلاش می (دامنه دارد ...)

## بخت ایمان

(ادامه خبر ...) کند از طریق حمایت‌ها، گام‌های مهمی را در راستای توانمندسازی و ارتقای شرکت‌های بازی سازی برداشت. بنابر گفته‌های مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، همگرا ساختاری تیم محور و شرکت محور است و همچون گذشته صرف نگاهی محصول محور ندارد. به این ترتیب هدف ارتقای تیم‌ها و شرکت‌ها و بهبود شرایط کلی صنعت بازی و کسب و کار این حوزه است.

کریمی در پایان سخنرانی به این نکته تیز اشاره کرد که همگرا همانطور که از نام آن برمی‌آید به دنبال ایجاد نوعی همگرایی در حمایت‌ها در داخل کشور تیز هست تا حمایت‌هایی که سازمان‌های مختلف در کشور انجام می‌دهند در قالب یک سیستم واحد انجام شوند.

در ادامه نشست خبری ساختار حمایتی همگرا مبنی ایزدی معاون حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای مهم ترین اطلاعات را درباره شرایط فعلی ساختار جدید همگرا در اختیار رسانه‌ها قرار داد. مبنی ایزدی مهم ترین نکات را درباره چراً تولد همگرا، سازوکار آن، شیوه ارزیابی، آمار و عملکرد نوع حمایت‌ها، همکاری‌های حمایتی و فرایند تخصیص حمایت‌ها برای بازی سازان بیان کرد.

بنابر اطلاعاتی که معاون حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در اختیار اهالی رسانه قرار داد همگرا از اوایل آذرماه حمایت‌های خود را در اختیار مقاضیان قرار خواهد داد.

ساختار همگرا در قالب چهار بخش تیز نام، ارزیابی، رتبه بندی و دریافت حمایت ساختار یافته است. «شناختن کیفیت بازی»، «شناختن توانمندی تیم اشرکت»، «شناختن های فرهنگی بازی» و «شناختن های همکاری شرکت‌های ایزدی» چهار شناخت ارزیابی همگرا هستند که به ترتیب ۴۹ درصد، ۳۰ درصد، ۱۰ درصد و ۱۱ درصد ارزیابی را تشکیل می‌دهند.

از زیان ۵۶ تیم اشرکت و ۱۰۲ بازی ایرانی در سال نخست همگرا به گفته ایزدی در بخش آمار عملکرد همگرا، ۷۴ تیم و ۲۴ شرکت در این ساختار حمایتی تیز نام کرده اند از میان این تیم‌ها و شرکت‌ها ۲۲ تیم و ۲۳ شرکت از فیلتر دیپرخانه عبور کرده و قابل ارزیابی تشخیص داده شدند. همچنین ۹۲ بازی توسط تیم‌ها و ۵۲ بازی توسط شرکت‌ها ارسال شدند که از میان آن‌ها ۵۹ بازی تیم‌ها و ۴۲ بازی شرکت‌ها قابل ارزیابی شناخته شدند. به این ترتیب در مجموع ۵۶ مقاضی (ترکیب تیم‌ها و شرکت‌ها) و ۱۰۲ بازی توسط ساختار حمایتی همگرا مورد ارزیابی قرار گرفتند.

معاون حمایت بنیاد ضمن اشاره به امکان ارزیابی مجدد فرصت اعتراض به ارزیابی فعلی را تا پایان هفته جاری عنوان کرد. بازی سازان می‌توانند تا پایان این هفته در صورت اعتراض به ارزیابی صورت گرفته که تا فردا برای آن‌ها ارسال خواهد شد درخواست ارزیابی مجدد گفت. آینده ارزیابی توسط یک تیم ارزیاب مقاومت انجام خواهد شد.

تنوع حمایت‌های همگرا براساس نیاز بازی سازان این‌جا از این حمایت‌ها می‌گردد. به طور کلی حمایت‌هایی چون «پرداخت درصد تشویقی» به ازای فروش، «تبلیغات»، «بازاریابی» و «توسعه بازارهای تامین، آموزش و ارتقای نیروی انسانی»، «توسعه و تسریع فرایند رشد و ارتقا»، «تامین زیرساخت»، تجهیزات، امکانات و محل استقرار، «تسهیلات مالی و سرمایه‌گذاری» و «خدمات پشتیبانی، آزمون در تولید و تشریفات بازی» سرفصل‌های حمایتی همگرا هستند.

معاون حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در پایان به فرایند تخصیص حمایت همگرا تیز اشاره کرد. بنابراین توپیقات، فرایند تخصیص از طریق ورود اعضا همگرا به پورتال، بروزرسانی حمایت‌ها و همکاران حمایتی همگرا براساس رتبه، انتخاب، شرح و تیز در خواست براساس نیاز شرکت‌آتیم، سقف حمایتی و میزان اعتبار حمایتی مراحلی هستند که باید از طریق بازی سازی حل شوند. تهایتاً درخواست‌ها توسط دیپرخانه بروزرسانی شده و در صورت تایید دیپرخانه تخصیص حمایت آغاز خواهد شد.

## فاؤانیوز

### آخرین آمار بازی‌های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

از جامعه بازیکنان بازی‌های رایانه‌ای در ایران، اکثر کسانی که بازی‌های موبایلی را تجربه می‌کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی‌های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت و در بین بازی‌های پرطرفدار، یک بازی ایرانی تیز قرار دارد.

به گزارش فاؤانیوز به نقل از ایستاده، رشد روزافزون بازار بازی‌های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و حکومت بازار بازی‌های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی‌های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی‌ها در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلوغ» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی‌ها تیز شده اند. به شکلی که بنابر آمار، می‌دانیم بازیکنان بازی‌های موبایلی ایران با چه سلیقه‌ای و چگونه بازی می‌کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ تقریبی است و از تعمونه گیری تلفیقی «طبقه‌ای-خوشه‌ای چندمرحله‌ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه‌های مرحله‌ی اول شامل تمام های کشور و خوشه‌های مرحله‌ی بعد، شهرستان‌ها، شهر و روستاهای را شامل می‌شوند.

اکثربت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل بازی» هستند. اکثربت بازی‌های موبایلی را تجربه می‌کنند، برای بازی کردن از گوشی‌های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت‌ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد.

این نشان می‌دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور درموقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی‌ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (اما تند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می‌کنند) سراغ این شکل از سرگرمی‌تر فرنگی‌تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی‌های موبایلی از گوشی‌های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت‌ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده (ادامه دارد ...).

(دامه خبر ...) می‌کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می‌گیرد. ۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خردیهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی پوشیده است. بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته اند و بیشتر بازی های انتخابی شان در چند زانه به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی در سه که های معمایی، سکویا بازی ادونده، آرکید، راندگی و ورزشی را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب کلش آلو کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین مردان، کلش آلو کلتز، باقلوا و باقلا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش آلو کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های اماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوز فون استفاده می‌کنند.

با آگاهی از این آمار می‌شود بازی های محبوب، در سایر بخش های اماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل OS آن سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های اندرویدی، بازی های کلش آلو کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می‌پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه‌ی مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می‌کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می‌کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می‌دهند. (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می‌کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی ها نیستند و آنلاین نیز بازی می‌کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه‌ی جمعی در مورد زانهای محبوب بازی در ایران می‌تواند نقشه‌ی راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه‌گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تبادل خاکل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشباب آن در بازار و تغییر سلیقه‌ی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سه که های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

پانزدهمین سالگرد  
۱۵ سالگرد ایران

## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

بازار آریا - از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایل را تجربه می‌کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایل را تجربه می‌کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد. رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تأثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغه» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند به شکلی که بنابر آمار، می دایم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه‌ای و چگونه بازی می‌کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ تقریبی است و از توجه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشة ای-چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشة های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشة های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می‌شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند. اکثریت کسانی که بازی های موبایل را تجربه می‌کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می‌دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

در واقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (اماند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می‌کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می‌کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می‌گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی (دامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کنندۀ هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران

بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی های در سبک های معمایی، سکویاگی لادونه، آرکید، رانندگی و ورزشی رایش از سایر زانرها بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پر طرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود: سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

androيد محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پر طرفدار کشور چه سیستم هایی هستند: ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل androيد، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوز فون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پر طرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی ها انجام داده اند. این در حالی است که کاربران androيد، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجهی مانند برتر بودن تعداد کاربران androيد بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ایل استفاده می کنند.

نرخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجیه است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی های نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه های جمعی در مورد زانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه‌ی راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشاع آن در بازار و تغییر سلیقه های جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پر طرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

ایستا

## فراسو

### آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پر طرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش فراموس، رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلوغ» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه های خود در انتخاب بازی های نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می تایم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: مرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوشه ای-چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند اگریت کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند، برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رفقی برای بازی های موبایلی در سال ۱۳۹۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موضع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۶ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند: به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایل نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کنندۀ هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربر ایرانی سلیقه های خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی های سبک های معمایی، سکویاگی لادونه، آرکید، رانندگی و ورزشی رایش از سایر زانرها بازی کرده (ادامه دارد ...)

20

(ادامه خبر) ... اند در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پر طرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. لیکن این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود: سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های، باقلوا به کلش، او کلتز، ایست و دیگر مخصوصیات ندارند. که ده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تکنیکی رده پندي بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تحقیک ابتدا باید بدانیم که سیستم عامل های پر طرفدار کشور چه سیستم هایی هستند: ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد تیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می‌شود بازی‌های برتر و پرطرفدار روی این سیستم‌های عامل را نیز به این ترتیب رده‌بندی کرد: کاربران سیستم عامل iOS ۰.۱ سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی‌ها انجام داده‌اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی‌های کلش او/کلتز، بالقلو و کلش رویال را بیش از بقیه می‌پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیمانی مخاطبان است که البته دلیل موجه‌ی مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر صادر سیستم عامل‌ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایل، از پرندگان معنی بازار هاتند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ایل استفاده می کنند.

ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آفلاین را ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط مد فریاد این شکل بازی ها نسبتند و آفلاین، تبنی بازی، می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه‌ی جمعی در مورد زانرهای محبوب بازی در ایران می‌تواند نقشه‌ی راه درستی پیش پایی می‌است گذاشتن، سرمایه‌گذارها و خصوصاً شرکت هایی بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تبادل غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشایع آن در بازار و تغییر سلیقه‌ی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده‌ها باید در نظر بینود بازی هایی در سه گاه، بخط فدا، باشند نه کس خالص، از رو، مخصوصاً لات. که موقعاً بوده اند.



شفاف سازی های وزارت ارشاد ادامه دارد / جه کسانی بول که فتند؟

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ادامه روند شفاف سازی قماليت های خود، برای اولین بار فهرست قراردادهای با مبالغ بالای متوسط را در شش ماه نخست سال ۹۷ و همچنین فهرست حمایت های این وزارتخانه از اشخاص حقوقی، به ترتیک مصال های ۹۶ و ۹۷ منتشر کرد.

به گزارش ایسنا، به نقل از روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در این فهرست ۲۳ عنوان قرارداد بالای متوسط از ابتدای سال تا پایان شهریور ۹۷ به همراه تاریخ و مبلغ آن در سه صفحه منتشر شده است که جزئیات آن را می‌توانید در این لینک ببینید. کمک‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به اشخاص حقوقی تا پایان مهر ماه امسال در سه جدول و ۶۴ مورد منتشر شده است. جمع مبلغ پرداختی در این زمینه ۱۳۶۵.۵۷۶... دلار، درجه شده است که در این لینک قابل مشاهده است.

همچنین جدول کمک‌ها به اشخاص حقوقی در سال ۱۳۹۶ نیز در هشت صفحه و ۱۹۱ مورد به مبلغ ۳۸۲۹,۹۸۷,۹۰۹,۱۱۰ ریال منتشر شده است که در این لیست قرار دوست است.

وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی پیش از این مدارج شغلی - تحصیلی مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، فهرست کلیه هزینه های رویدادهای برگزار شده و یا حمایت شده توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای، گزارش مالی سال ۹۵ و ۹۶ موسسه فرهنگی و هنری توسعه ارتباطات و اطلاعات مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال در بخش سازمان ها و موسسات، فهرست حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای از بازی سازان، گزارش حسابرسی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ساختار سازمانی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در بخش نهادهای وابسته را منتشر کرد.



## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران

اقتصاد نیوز از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پر طرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش اقتصاد نیوز، رشد روزافروز بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همچه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند به «بلوگ» زور در میان و شناختن سلیقه خود در انتخاب بازی ها نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای - خوش ای چند مرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوش های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوش های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که وقوع برایر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سرانجام این شکل از سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۴۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربری بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی می باشد که در چند زانتر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی در سبک های معمایی، سکویا زد وونده، آرکید، راندگی و ورزشی را بیش از سایر زانترها بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پر طرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان تن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، باقلوا و باقلوا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پر طرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پر طرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجعی مانند بردن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقیع خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند (لين درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی های نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه های جمعی در مورد زانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه های درستی بیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خالق شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه های جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پر طرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.



## کریمی قدوسی در نشست خبری ساختار حماقی همگرا اعلام کرد؛ هدف بنیاد ملی بازی های رایانه ای از این کار شفاف سازی و رعایت شایسته سالاری در حمایت همگرا در ۱۴ شاخه خدمات حماقی به بازی سازان ارائه می کند / هیچ کدام منع برای حمایت از شرکت های بزرگ وجود ندارد

**خبر ایران:** مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: هدف بنیاد ملی بازی های رایانه ای از این کار شفاف سازی و رعایت شایسته سالاری در حمایت ها است و در نظر داریم تا حمایت از شرکت ها در ارتقاء تدریجی آنها موثر باشیم.

به گزارش خبرنگار خبر ایران، نشست خبری «ساختار حماقی همگرا بنیاد ملی بازی های رایانه ای» صبح امروز سه شنبه ۱۳۹۷ با حضور «حسن کریمی قدوسی» مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، «مینی ایزدی» معاون حماقی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، «علی فخار» مدیر روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای و اصحاب رسانه در ساختمان مرکزی بنیاد ملی بازی های رایانه ای بزرگار و در این نشست خبری «حسن کریمی قدوسی» مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اظهارداشت: از این به بعد همه خدمات های بنیاد بازی های رایانه ای در قالب ساختار همگرا انجام می دهد.

کریمی قدوسی تصریح کرد: هدف بنیاد ملی بازی های رایانه ای از این کار شفاف سازی و رعایت شایسته سالاری در حمایت ها است و در نظر داریم تا حمایت از شرکت ها در ارتقاء تدریجی آنها موثر باشیم. گرچه ممکن است این ساختار در بدو امر در ساختارهایش تغییراتی ایجاد شود. وی خاطر نشان کرد میزان حمایت دریافتی شرکت ها از سازمانهای حامی شرکت های بازی ساز مشخص نبود. ضمن اینکه مانع دانستیم حمایت ها به چه نتیجه ای می رسد. از سویی دیگر حمایت ها تا کنون محسوب محروم و نه تیم محصور بود.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای عنوان داشت: در این رویکرد جدید حمایت ها تیم محصور و در تیجه شرکت ها و تیم ها تقویت می شوند و میزان ها در حمایت هایی که از بازی سازان انجام می دهند از ظرفیت همگرا استفاده می کنند و به عنوان مثال معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری مجموعه ای دارد به عنوان حمایت از شرکت های خلاق که می برای پرهیز از موادی کاری با آنها مکاتبه کردیم تا حمایت ها هوشمندانه شود.

وی ابراز داشت: وزارت ارتباطات ساختار همگرا را قبول دارد و امدادگی دارد تا وام ها را به شرکت های معرفی شده مانع اعطای کند و همگرا شفاف ترین ساختاری است که شکل گرفته چرا که ما می توانیم بنت نام کرده و از مجموعه های مورد نظر حمایت کنیم؛ ولی اگر آینه نامه را منتشر کرده ایم تشنان دهنده این است که به دنبال شفافیت بوده ایم.

کریمی قدوسی افزود: گرچه در سال اول پایه ملاحظاتی که به منافع و جایگاه شرکت ها اعلام نمی شود؛ اما میزان حمایت ها را به طور ماهیانه یا فصلی اعلام می شود و آینه نامه پیچیده ای داریم که از ۴ سال پیش در سال ۹۲ و دوره سه معاون حمایت در دست تکمیل است اما از ۵/۱ پیش

وی اضافه کرد: همگرا در ۱۴ شاخه خدمات حماقی به بازی سازان ارائه می کند که دو محدودیت سقف تعیین شده برای هر شاخه و سقف میزان اعتبار سالانه تعلق گرفته به هر رتبه بازی دارد اما تصمیم گیری در مورد نوع خدمات دریافتی به انتخاب بازی ساز است.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: در ازای حمایت ها هیچ توقیعی از بازی سازان نداریم حتی پروژه محصور نیست چرا که بازی ساز را براساس موقوفیت های قبلی ارزیابی می شود اما شرکت ها در صورت افت گرید از ساختار همگرا خارج می شوند. به همین دلیل بر اساس آینه نامه، ارزیابی اولیه در سال اول بنت نام انجام می شود و ارزیابی ثانویه مربوط به گردیدنی سال های بعد است.

وی درخصوص نحوه بررسی موارد کیفی ارزیابی هم تاکید کرد: ارزیابی بازی بر اساس کاربرگ های قابل انتشار انجام خواهد شد. قطعاً برخی از این ارزیابی ها کارشناس محصور است. اما برای اینکه سلیقه فردی اعمال نشود ما برایند امتیازات داده شده توسط چند کارشناس را برای هر بازی در نظر می گیریم. کریمی قدوسی یادآورشد: با قابلیت می توانیم بگوییم که مجموعه های حماقی خارجی بنایه شرایط اقتصادی هر کشور نوع حمایت را تعیین می کند اما در هیچ کدام منع برای حمایت از شرکت های بزرگ وجود ندارد بلکه اتفاقاً حمایت های زیادی هم می کنند و بخشی از بودجه همگرا که معادل یک میلیارد تومان است، از محل بودجه های بنیاد تأمین می شود و بخشی هم از عوارضی که از بازی های خارجی گرفته می شود.

وی ادامه داد: این عوارض شامل بازی های ارجینال و کنسولی نمی شود جون به دنبال آن مستیم که قاچاق ریشه کن شود؛ اما عوارض بازی های دیجیتالی که به طور رسمی در ایران عرضه می شوند را شامل می شود.

ایزدی: شرکت ها و تیم های منتشر گشته یک یا دو بازی در ۴ سال گذشته می توانند در همگرا بنت نام کنند. مینی ایزدی معاون حمایت بنیاد بازی های رایانه ای نیز در ادامه این نشست خبری با تصریح ویژگی های ساختار همگرا اظهارداشت: شرکتها و تیم های بازی سازی می توانند در همگرا بنت نام گشته باشند تا از حمایت های ما برخوردار شوند.

معاون حمایت بنیاد بازی های رایانه ای تصریح کرد: شرکت ها و تیم هایی که در ۴ سال گذشته یک یا دو بازی منتشر شده ساخته باشند می توانند در همگرا بنت نام کنند. روند پیومندی از طرح همگرا با بنت نام آغاز شده و پس از تکمیل مدارکه ارزیابی، رتبه بندی و سپس دریافت حمایت باقی مراحل را شامل می شود.

وی عنوان داشت: ۴ شاخه اصلی برای ارزیابی همگرا وجود دارد و ما هیچ گونه هیات انتخابی که به طور سلیقه ای برخوردار کند تداریم و این شاخص ها در ۴ حوزه توانمندی، کیفیت و اثربنایی بازی، مولفه های فرهنگی بازی و مولفه های تایپگذاری در صنعت بازی دسته بندی می شوند.

ایزدی ابراز داشت: برای هر شاخص تیمی وجود دارد که بازی ها ارزیابی می کند به عنوان مثال یک تیم فرهنگی بازی ها بر اساس شاخص های ۱۲ گانه مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی ارزیابی می کند و به آنها امتیاز می دهد. ارزیابی شاخص همکاری شبکه ای دارای دو بخش پژوهش و کارآموزی است که این امتیاز امسال به دلیل اینکه اولین سال همگراست به کسی تعلق نمی گیرد و ما به تمام شرکت کنندگان امتیاز کامل را در این بخش می دهیم (ادامه دارد...).

(ادامه خبر...) وی اضافه کرد: ثبت نام از لواخر مرداد صورت گرفت و ۱۷ شهریور تمام شد. ۲۶ شرکت به دیپرخانه مراجعت کردند که ۲۳ شرکت قابل ارزیابی بودند.

بنچاه تیم هم ثبت نام کردند که ۳۴ تیم قابل ارزیابی بودند. معاون حمایت بنیاد بازی های رایانه ای ادامه داد: ۹۲ بازی تیم ها به دیپرخانه ارسال شد که ۵۹ بازی شرایط آین نامه را داشتند و در واقع سال اول همگرا را با ۵۶ متفاضل پستیم و ۱۰۲ بازی هم مورد ارزیابی قرار گرفت. هفت رده مختلف را نیز در نظر گرفتیم که حمایت ها بر اساس این رده ها صورت می گیرد. همگرا تاکید دارد که رده بندی توصیفی باشد نه عددی.

وی تأکید کرد: عنوانین رتبه ها مواردی همچون سیمرغ، همه، ققنوس، شیرال، هدیوش، یوز، غزال به عنوان امتیاز انتخاب شده اند و به تیم ها و بازی سازان تعیین شده و از اواخر شهریور ارزیابی شروع شد و ۱۲ آبان ارزیابی ها تکمیل شد و در حال حاضر آماده ارسال اعتبارنامه ها به تیم ها و شرکت ها هستیم. ایزدی افزود: از مروری شرکت های واجد شرایط تماش گرفته می شود و از هفته آینده معتبرین می توانند اعتراض خود را به سادگی پر کردن یک فرم الکترونیک درخواست ارزیابی مجدد داشته باشند و حمایت هایی که تعلق می گیرد از فرآیند نیازمندی خود بازسازان استخراج شده است.

وی تصریح کرد: جدای از تامین فضای حمایت های ساخت افزاری و نرم افزاری، تسهیل در بدست آوردن تسهیلات مالی، تبلیغات، تست بازی، سرویس های آموزشی، جذب کارآموز، پرداخت درصد تقویقی فروش در بازی ها در بازارهای داخلی از جمله حمایت های همگرا است و به عنوان مثال ما هیچ وقت از بازی سازانی که به دنبال جذب مخاطب بودند حمایت نکرده بودیم اما آلان سیستم بی آر و تبلیغات را تدقیک کرده و گسترش داده ایم.

معاون حمایت بنیاد بازی های رایانه ای اضافه کرد: شرکت های بزرگ نمی توانند گرفت پرگیرند بلکه از تسهیلات بفرهند مند می شوند و شرکت های کوچک و ام

.

نمی توانند پرگیرند چون توافق این داشت اما می توانند از گرفت همگرا برخوردار شوند. وی در پایان مخفان خود گفت: همگرا با پارترهای حمایتی مختلف وارد مذاکره در حوزه های مختلف مانند آموزش یا تست بازی، صداگذاری، رندرینگ و یا خدمات دیگر می شود و از این طریق با تخفیف پیشتر خدماتی به بازی سازان به انتخاب خود آنها و برآسانی گزید بندی یک اعتبار حمایتی در سال دریافت می کنند. حتی برخی از مجموعه های آموزشی همگرا، با تخفیف ارائه خدمات می دهند.

بنابراین گزارش، در راستای حمایت از صنعت بازی و فمالان عرصه تولید در کشور، همچنین جهت پیاده سازی نظامی ساختارمند، شفاف و شایسته سalar که منتج به همگرایی تمامی حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای از صنعت بازی باشد و با چشم انداز رشد، اعتلاء، و ارتقاء تیم ها و شرکت های بازسازی، ساختار حمایتی «همگرا» پس از طی شدن چند سال فرآیندهای فکری و نیازمندی و با هدف مشخص «حمایت همسو با نیازهای بازی سازان» متولد شد و از روز ۲۸ مرداده رسما کار خود را آغاز نموده است.



## شفاف سازی های وزارت ارشاد ادامه دارد؛ چه کسانی بول گرفتند؟

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ادامه روند شفاف سازی قمایت های خود، برای اولین بار فهرست قراردادهای با مبالغ بالای متوسط را در شش ماه نخست سال ۹۷ و همچنین فهرست حمایت های این وزارتخانه از اشخاص حقوقی به تدقیک سال های ۹۶ و ۹۷ منتشر کرد.

به گزارش گروه فرهنگ و هنر خبرگزاری برنا، در این فهرست ۲۲ عنوان قرارداد بالای متوسط از ابتدای سال تا پایان شهریور ۹۷ به همراه تاریخ و مبلغ آن در سه صفحه منتشر شده است که جزئیات آن را می توانید در این لینک ببینید. کمک های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به اشخاص حقوقی تا پایان مهر ماه امسال در سه جدول و ۶۴ مورد منتشر شده است. جمع مبلغ پرداختی در این زمینه ۱۲۶۵.۵۶۷.۰۰۰.۰۰۰ ریال درج شده است که در این لینک قابل مشاهده است.

همچنین جدول کمک های به اشخاص حقوقی در سال ۱۳۹۶ نیز در هشت صفحه و ۱۹۱ مورد به مبلغ ۳۶۲۹.۹۸۷.۹۰۹.۱۱۰ ریال منتشر شده است که در این لینک قابل رؤیت است.

وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی پیش از این مدارج شفافی - تحصیلی مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، فهرست کلیه هزینه های رویدادهای برگزار شده و یا حمایت شده توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای، گزارش مالی سال ۹۵ و ۹۶ موسسه فرهنگی و هنری توسعه ارتباطات و اطلاعات مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال در بخش سازمان ها و موسسات، فهرست حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای از بازی سازان، گزارش حسابرسی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ساختار سازمانی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در بخش تهاده های واپسیه را منتشر کرد.



**شفاف سازی های وزارت ارشاد ادامه دارد / چه کسانی بول گرفتند؟**

اقتصاد ایران؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ادامه روند شفاف سازی فعالیت‌های خود، برای اولین بار فهرست قراردادهای با مبالغ بالای متوسط را در شش ماه نخست سال ۹۷ و همچنین فهرست حمایت‌های این وزارت‌دانه از اشخاص حقوقی به تفکیک سال‌های ۹۶ و ۹۷ منتشر کرد.

به گزارش ایسنا، به نقل از روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در این فهرست ۲۳ عنوان قرارداد بالای متوسط از ابتدای سال تا پایان شهریور ۹۷ به همراه تاریخ و مبلغ آن در سه صفحه منتشر شده است که جزئیات آن را می‌توانید در این لینک ببینید.  
کمک هایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به اشخاص حقوقی تا پایان مهر ماه امسال در سه جدول و ۶۴ مورد منتشر شده است. جمع مبلغ پرداختی در این زمینه ۱۰۶۵۰۵۷.... ریال درج شده است که در این لینک قابل مشاهده است.  
همچنین جدول کمک ها به اشخاص حقوقی در سال ۱۳۹۶ تیز در هشت صفحه و ۱۹۱ مورد به مبلغ ۳۵۴۹.۹۸۷۹.۹۱۱۰ ریال منتشر شده است که در این لینک قابل دسترس است.

وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی پیش از این مدارج شغلی - تحصیلی مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، فهرست کلیه هزینه های رویدادهای برگزار شده و یا حمایت شده توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای، گزارش مالی سال ۹۵ و ۹۶ موسسه فرهنگی و هنری توسعه ارتباطات و اطلاعات مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال در بخش مازمان ها و موسسات، فهرست حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای از بازی سازان، گزارش حسابرسی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ساختار سازمانی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در بخش نهادهای وابسته را منتشر کرد.

109



جواب نایاب

شفاف سازی های وزارت ارشاد ادامه دارد

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ادامه روند شفاف سازی فعالیت‌های خود، برای اولین بار فهرست قراردادهای با مبالغ بالای متوسط را در شش ماه نخست سال ۹۷ و همچنین فهرست حمایت‌های این وزارتخانه از اشخاص حقوقی به تفکیک مال ملی های ۹۶ و ۹۷ منتشر کرد.

به گزارش جوان آنلاین به تقلیل از روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در این فهرست ۲۳ عنوان قرارداد بالای متوسط از ابتدای سال تا پایان شهریور ۹۷ به همراه تاریخ و مبلغ آن در سه صفحه منتشر شده است که جزئیات آن را می‌توانید در این لینک ببینید.  
کمک مالی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به اشخاص حقوقی تا پایان مهر ماه امسال در سه جدول و ۶۴ مورد منتشر شده است. جمع مبلغ پرداختی در این زمینه ۱۲۶۵.۸۷ ریال درج شده است که در این لینک قابل مشاهده است.  
همچنین جدول کمک‌ها به اشخاص حقوقی در سال ۱۳۹۶ تیز در هشت صفحه و ۱۹۱ مورد به مبلغ ۳۶۲۹.۹۸۷۹.۹۱۱۰ ریال منتشر شده است که در این لینک قابل دسترس است.

وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی پیش از این مدارج شغلی - تحصیلی مدیران و زالتر فرهنگ و ارشاد اسلامی، فهرست کلیه هزینه های رویدادهای برگزار شده و یا حمایت شده توسط بنیاد ملی بازی های ریاضی ای، گزارش مالی سال ۹۵ و ۹۶ موسسه فرهنگی و هنری توسعه ارتباطات و اطلاعات مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال در بخش سازمان ها و موسسات، فهرست حمایت های بنیاد ملی بازی های ریاضی ای از بازی سازان، گزارش حسابرسی بنیاد ملی بازی های ریاضی ای، ساختار سازمانی بنیاد ملی بازی های ریاضی ای در بخش تهادهای وابسته را منتشر کرد



(۱۳۹۷-۰۷-۲۸) اولین نشست خبری ساختار حماقی همگرا

ساختمان حمایت همگرا در سال ۱۳۹۶ متولد شد تا حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای در حوزه های مختلف صنعت بازی را همگرا کند! در همگرا که کارکنانی با تجربه ای بالا و باکیفیت، شما را در مسیر موفقیت همراهی کرده و آنچه را برای رشد احیاج دارید در اختیارتان قرار می دهند.

هدف اصلی، همگرا کردن حمایت هایی است که در بنیاد ملی بازی های رایانه ای به بازیسازان ارائه داده می شود تا با متنوع ترین خدمات، صنعت بازی ایران را بتوان توانمندتر کرد (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) چشم اندازهای این ساختار حمایتی چیست؟

شقاف بازی حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ارتقاء تعالی شرکت ها و تحول ساختاری صنعت بازی ایران از طریق ارائه ی متنوع ترین، پیشین و سریع ترین خدمات حمایتی

این ساختار مدتی پیش با هدف حمایت از بازی سازان داخلی توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای معرفی گردید و مهلت ثبت نام این سیستم تا ۱۷ شهریور تعیین شده بود اما پس از آن به مدت ۱۰ روز دیگر نیز آن را تمدید کردند و این سیستم به ساز و کار خود ادامه داد. این مرحله ابتدایی از این فرایند است و این مراحل تا ۴ سری دیگر نیز ادامه دارد.

صیغ امروز سه شنبه ۲۲ آبان ماه سال ۹۷ اولین نشست خبری ساختار حمایتی همگرا که حمایت همسو با نیازهای بازی‌سازان است با حضور حسن کریمی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، متین ایزدی معاون حمایت بنیاد و با حضور دیگر اهالی رسانه برگزار گردید.

مدیر عامل بنیاد حسن کریمی قدوسی در ایند درباره مسیر و گام هایی که لازم است در مسیر ساختار همگرا برداشته شود، صحبت کرد و گفت: همگرا جای کار زیادی دارد و این ساختار به دنبال این است که سازمان های بازی ساز مختلف را ارتقا دهد. لذا هدف ما پیشتر کردن سازمان های بازی ساز است و این طور ادامه داد:

همگرا به دنبال هم افزایی سازمان ها هم است تا بتوانند حمایت های خوبی از بازی ها شود. این هم افزایی همگرا باعث می شود شایسته سالاری در حوزه بازی پیشتر انجام شود.

همچنین با توجه به صحبت های وی، مایت های مالی سقفی دارد تجهیزات، سورور و ... بودجه ای را تامین می کند و در آین نامه ریز این حمایت ها عنوان شده است. بنیاد پخشی از بودجه خود را نزدیک به یک میلیارد در این زمینه هزینه کرده و سعی کرده به دو میلیارد هم برسانیم. معاون حمایتی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، متین ایزدی هم در این نشست خبری حضور داشت و در ادامه و تکمیل صحبت های مدیر عامل بنیاد، حسن کریمی قدوسی به ضعاف سازی جزئیات این ساختار از اینها پرداخت.

او اظهار داشت: همگرا جای کار زیادی دارد و این ساختار به دنبال این است که سازمان های بازی ساز مختلف را ارتقا دهد. لذا هدف ما پیشتر کردن سازمان های بازی ساز است.

سپس ادامه داد: همگرا به دنبال هم افزایی سازمان ها هم است تا بتوانند حمایت های خوبی از بازی ها شود. این هم افزایی همگرا باعث می شود شایسته سالاری در حوزه بازی پیشتر انجام شود.

با توجه به صحبت های اخیر وی، حمایت های مالی سقفی دارد تجهیزات، سورور و ... بودجه ای را تامین می کند و در آین نامه ریز این حمایت ها عنوان شده است. بنیاد پخشی از بودجه خود را نزدیک به یک میلیارد در این زمینه هزینه کرده و سعی کرده به دو میلیارد هم برسانیم. متین ایزدی در ادامه این نشست خبری بیان کرد: همگرا با اهداف شفاف سازی و شایسته سالاری ایجاد شده است و شعارش بر ارتقا دادن سازمان ها و شرکت های بازی ساز است.

او در ادامه اعلام کرد حمایت های همگرا برای تیم های بازی ساز و شرکت های بازی مدارک و تیازستجی از سوی همگرا می توانند همگرا شوند. ما چهار شاخص برای سنجیده تیم بالشکت ها داریم که اول کیفیت بازی است، بعد وضعیت حقوقی و اقتدارها بوده، شاخص های فرهنگی تا چه اندازه نهادینه شدن، همکاری های شرکت هم در این زمینه مهم بوده است.

او درباره کیفیت بازی ها و شاخص های تعیین کننده بازی ها اعلام کرد: این بازی تست استاندارد و تجربه اثرباری بازی مهم بوده است و تیم های فرهنگی شاخص های فرهنگی را ارزیابی کردن و امتیازها را دادند. ۷۴ تیم ثبت نام کرده که ۵۰ تیم فرآیند ثبت نام را کامل کرده. شرکت ها هم نزدیک به ۳۴ تیم ثبت نام کرده.

همچنین در اشاره به رتبه بندی ساختار حمایتی همگرا این طور این رتبه ها را نام برده مواردی همچون سیمرغ، همه، ققنوس، شیرالا، هدیوش، پوز، غزال به عنوان امتیاز انتخاب شده اند و به تیم ها و بازی سازان در این رتبه بندی قرار می گیرند. او در ادامه بیان کرد: این علاوه بر زیرساخت ها، زیرساخت، سورور، رندرینگ، تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، تامین فضا، خدمات تست بازی، فرآیند تبلیغاتی و رسانه ای و پرداخت درصد تشویقی و توسعه و سریع فرآیند رشد و ارتقا شرکت است.

شرطیت ثبت نام در این ساختار همگرا به شرح زیر است:

معاون حمایت بنیاد بازی های رایانه ای، متین ایزدی، به پیشگویی های شرکت ها و تیم های بازی‌سازی که می توانند در همگرا ثبت نام کنند اشاره کرد و گفت: شرکت ها و تیم هایی که در ۴ سال گذشته یک یا دو بازی منتشر شده ساخته باشند می توانند در همگرا ثبت نام کنند. روند پیشمندی از طریق همگرا با ثبت نام آغاز شده و پس از تکمیل مدارک ارزیابی، رتبه بندی و سپس دریافت حمایت باقی مراحل را شامل می شود و ۴ شاخص اصلی برای ارزیابی همگرا وجود دارد که این افراد و هیئت به هیچ عنوان نمی توانند سلیقه ای انتخابی انجام دهد و این شاخص ها در چهار حوزه توامندی، کیفیت و اثرباری بازی، مولفه های فرهنگی بازی و مولفه های تاثیرگذاری در صنعت بازی دسته بندی می شوند. برای هر شاخص تیمی وجود دارد که بازی ها را ارزیابی می کند به عنوان مثال یک تیم فرهنگی بازی ها را بر اساس شاخص های ۱۲ گانه مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی ارزیابی می کند و به آنها امتیاز می دهد. ارزیابی شاخص همکاری شبکه ای دارای دو بخش پژوهش و کارآموزی است که این امتیاز اسال به دلیل اینکه اولین سال همگراست به کمی تعلق نمی گیرد و ما به تمام شرکت کنندگان امتیاز کامل را در این بخش می دهیم.

او درباره وام و گرفت برای بازی‌سازان این طور گفت: به عنوان مثال ما هیچ وقت از بازی سازانی که به دنبال جذب مخاطب بودند حمایت نکرده بودیم اما الان سیستم بی از و تبلیفات را تفکیک کرده و گسترش داده ایم. شرکت های بزرگ نمی توانند گرفت بگیرند بلکه از تسهیلات پرده مند می شوند و شرکت های کوچک وام نمی توانند بگیرند چون توان بازپرداخت نخواهند داشت اما می توانند از گرفت همگرا برخوردار شوند.

همگرا با پارتnerهای حمایتی مختلف وارد مذاکره در حوزه های مختلف آموزش یا تست بازی، صنایع داری، رندرینگ و یا خدمات دیگر می (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر) شود و از این طریق با تخفیف پیشتر خدماتی به بازی سازان به انتخاب خود آنها و براساس گردیدنی یک اعتبار حمایتی در سال دریافت می‌کنند. حتی برخی از مجموعه‌های آموزشی همکار، با تخفیف ارائه خدمات می‌دهند. مدیرعامل بنیاد، حسن کریمی قدوسی درباره ارزیابی کیفی بر اساس کاربرگ‌های قابل انتشار انجام خواهد داشد. قطعاً برخی از این ارزیابی‌ها کارشناس محور است. اما برای اینکه سلیقه فردی اعمال نشود ما برایند امتیازات داده شده توسط چند کارشناس را برای هر بازی در نظر می‌گیریم.

با قاطبیت می‌توانیم بگوییم که مجموعه‌های حمایتی خارجی بنایه شرایط اقتصادی هر کشور نوع حمایت را تعیین می‌کند اما در هیچ کدام منع برای حمایت از شرکت‌های بزرگ وجود ندارد بلکه اتفاقاً حمایت‌های زیادی هم می‌کنند. وی درباره انتظارات در قبال حمایت و همچنین بودجه مورد نظر برای این ساختار تیز صحبت‌هایی کرد:

در ازای حمایت‌ها هیچ توقیعی از بازی سازان نداریم حتی پرروزه محور نیست جرا که بازی ساز را براساس موقیت‌های قبلی ارزیابی می‌شود. اما شرکت‌ها در صورت افت گرید از ساختار همگرا خارج می‌شوند به همین دلیل بر اساس آینین تامه، ارزیابی اولیه در سال اول تبت نام انجام می‌شود و ارزیابی تلویه مربوط به گردیدنی سال‌های بعد است.

کریمی قدوسی تصریح کرد: «بخشی از بودجه همگرا که معادل یک میلیارد تومان است، از محل بودجه‌های بنیاد تامین می‌شود و بخشی هم از عوارضی که از بازی‌های خارجی گرفته می‌شود تاکید می‌کنم که این عوارض شامل بازی‌های ارجیتال و کنسولی نمی‌شود چون به دنبال آن هستیم که قاجاق‌ریشه کن شود؛ اما عوارض بازی‌های دیجیتالی که به طور رسمی در ایران عرضه می‌شوند را شامل می‌شود.

در آخر این نشست نیز علاوه بر پاسخگویی به تعاضی سوال‌های پیش‌آمده و مطرح شده، این گروه سمعی بر شفاف سازی کامل برای اهالی رسانه داشتند. در ادامه می‌توانید به مشاهده عکس‌های بیشتر پیرامون این نشست خبری حمایتی توسط گروه گیمفا پردازید.

تصاویر اختصاصی گیمفا از نشست خبری



## آخرین آمار بازی‌های موبایلی در ایران (۱۴۰۰-۷/۰۶/۲۲)

از جامعه بازیکنان بازی‌های رایانه‌ای در ایران، اکثر کسانی که بازی‌های موبایلی را تجربه می‌کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی‌های موبایل استفاده می‌کنند. تاکتیک‌لر و درین بازی‌های موبایلی پر طرفداری که بازی ایرانی نیز قرار دارد.

به گزارش سرویس گوتاگون چام نیوز، رشد روزافزون بازار بازی‌های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی‌های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی‌های موبایلی در ایران همراه بوده است. ازطرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی‌ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغه» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی‌ها نیز رسیده‌اند به شکلی که بنابر آمار، می‌دانیم بازیکنان بازی‌های موبایلی ایران با چه سلیقه‌ای و چگونه بازی می‌کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمکز اماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «خطبه‌ای خوشه‌ای چند مرحله‌ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه‌های مرحله‌ی اول شامل تمام استان‌های کشور و خوشه‌های مرحله‌ی بعد، شهرستان‌ها، شهر و روستاهای را شامل می‌شوند.

اکثریت کسانی که بازی‌های موبایلی را تجربه می‌کنند برای بازی کردن از گوشی‌های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت‌ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می‌دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم‌ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

در واقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می‌کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته‌اند. به شکل دقیق‌تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی‌های موبایلی از گوشی‌های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت‌ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می‌کنند. ۴۶ درصد از درآمد بازی هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می‌گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم‌کاری بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی‌های موبایلی است و نه بازی‌های کنسولی یا رایانه‌های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی‌های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین مس انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته‌اند و پیش تر بازی‌های انتخابی شان در چند ژانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی‌هایی در سه کهای معمایی، سکوی‌بازی ادونده، آرکید، رانندگی و ورزشی را پیش از سایر ژانرهای بازی کرده‌اند.

در صورت نگاه دقیق‌تر نیز سه بازی پر طرفدار سال ۱۴۰۰ در بین ایرانی‌ها به ترتیب، کلش او کلنز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلنز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی‌های باقلوا، بو و کلش او کلنز را پیش از دیگر محصولات بازی کرده‌اند.

androيد محبوب ترین سیستم عامل (ادامه دارد...)

## Jewel

(ادامه خبر...) تفکیک رده بندی بازی های محبوب در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدانیم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل iOS به بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی ها انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلشن او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برند های معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ایل استفاده می کنند ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۲ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آفلاین را نیز ترجیح می دهند. (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی های نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه های جمعی در مورد زانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث اشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه های جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

اقتصادنیوز

۲۰۴۵

۱۰۹

## کیسنزنش

### از دنیای بازی های موبایلی چه خبر؟

از جامعه بازیکنان بازی های ایران، بیشتر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد. گسترش تیوز؛ رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تأثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغ» زوردمی در تعیین و شناختن سلیقه های خود در انتخاب بازی ها نیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، من دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از تئونه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چند مرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور درموقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۶ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایل نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی کشور هم را بیش از سایر زانهای بازی هایی داشت. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی

در سبک های معمایی، سکویا زی ادونده، آرکید، راندگی و ورزشی را بیش از سایر زانهای بازی کرده اند. درصورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب کلشن او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی درصورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلشن او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلشن او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدانیم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از (ادامه دارد...)

## کیسترن

(دامنه خبر ...) سایر سیستم عامل ها مانند ویندوز فون استفاده می کنند. با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را تبیز به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او! کلتز، بالقلو و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه های مخاطبان است که البته دلیل موجهی مانند برتر بودن تمدن کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجه است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را تبیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی ها نیستند و آنلاین تبیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه های جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه های راه درستی پیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشاع آن در بازار و تغییر سلیقه های جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

منبع: ایسنا

## ۵۶ بازی ساز در سامانه همگرا، حمایت های مورد نیازشان را انتخاب می کنند

در تحسین سال فعالیت سامانه همگرا، ۵۶ تیم و شرکت بازی مورد نیازی از حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای در قالب سامانه «همگرا» بهره مند می شوند. نشست خبری معرفی ساختار حمایتی همگرا روز گذشته در بنیاد ملی بازی های رایانه ای برگزار شد. حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد گفت: از این پس تمام حمایت های بنیاد از بازی سازان در قالب ساختار همگرا انجام می شود. پیش از این حمایت ها از صنعت بازی سازی پیشتر محصول محظوظ بوده است اما در ساختار همگرا، از تیم ها و شرکت های بازی سازی حمایت صورت خواهد گرفت. وی با بیان این که در همگرا از تیم ها و شرکت های بازی سازی که در ۴ سال گذشته حداقل یک پروژه منتشر شده داشته باشند حمایت خواهد شد گفت: در سال آینده بخشی نیز برای تیم های بازی اولی تبیز به این سامانه افزوده خواهد شد.

کریمی با بیان این که سازمان ها و دستگاه های مختلف از صنعت بازی سازی حمایت می کنند گفت، به همین دلیل گاهی شاهدیم از یک بازی چند مجموعه حمایت می کنند اما یک بازی دیگر موفق به دریافت حمایت نمی شود به همین دلیل از دستگاه های مختلف دعوت کرده ایم حمایت های خود را در قالب این سامانه ارایه کنند تا از هم پوشانی ها جلوگیری کنیم. در همین راستا وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برای همکاری در این زمینه ارسال کرده ایم. طریق این سامانه اخهار آمادگی کرده و نامه ای نیز به معاونت علمی ریاست جمهوری برای همکاری در این زمینه ارسال کرده ایم. وی درباره انتشار شفاف اطلاعات سامانه همگرا گفت: تصمیم گرفته ایم در سال تخصص رتبه شرکت ها را منتشر نکنیم تا تراحتی پیش نیاید. اما اسامی ارزیابان و حمایت هایی که از هر شرکت انجام می گیرد منتشر خواهد شد.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان این که هر رتبه، حجم مشخصی حمایت دریافت می کند گفت: هنوز میزان دقیق حمایت از هر رتبه مشخص شده و با توجه به بودجه ای که فراهم می شود تعبیین خواهد شد تاکنون یک میلیارد تومان برای این کار کنار گذاشته ایم و امیدواریم حجم آن به دو میلیارد تومان برسد.

کریمی درباره تعاینده بازی سازان در شورای نظارت بر سامانه همگرا گفت: بازی سازان یک تشکل صنفی ثبت شده مشخص ندارند. البته فعالیت هایی در سازمان نظام صنفی رایانه ای و خانه بازی سازان انجام شده است.

مثنی ایزدی معاون حمایت بنیاد ملی بازی های نیز گفت: سامانه همگرا براساس مدل های حمایتی بین المللی مبتنی بر داستان موفقیت (success story) ایجاد شده و به همین دلیل شرط استفاده از حمایت های آن هم داشتن یک یا دو بازی منتشر شده در ۴ سال گذشته است. البته ما پرتوتایپ بازی را نیز با شرایط و با امتیاز کمتر پذیرفته ایم.

وی با بیان این که از اواخر شهریور فرایند ارزیابی آغاز شد گفت: این فرایند به پایان رسیده و نتایج برای بازی سازان ایمبل شده است و آنها تا پایان این هفته نسبت به نتایج و رتبه بندی ها فرصت اعتراض دارند.

ایزدی با بیان این که ۴ شاخص کلی در رتبه بندی بازی سازان در نظر گرفته شده است گفت: بحث اول کیفیت بازی های ارایه شده است که ۴۹ درصد امتیازات را در بر می گیرد. شاخص توانمندی تیم ها و شرکت ها در نظر گرفته شده است گفت: بحث اول کیفیت بازی های ارایه شده است که ۴۹ درصد امتیازات امتیازات را در بر گرفته است که این آخری به دلیل این که به تازگی همگرا تاسیس شده است، به همه بازی سازان داده شد.

معاون حمایت بنیاد با بیان این که ۷۶ تیم و ۳۴ شرکت ثبت نام اولیه را در هم گرا انجام دادند گفت: از این میان و با توجه به مدارک ارایه شده در مجموع ۵۶ متفاضلی رتبه بندی شدند.

ایزدی با بیان این که بازی سازان در ۷ رده رتبه بندی شدند گفت: ۱۰ بازی ساز رده غزال، ۲۱ بازی ساز رده یوز، ۱۸ بازی ساز رده هدیوش، ۶ بازی ساز رده شیردال و یک بازی ساز رده ققنوس را کسب کردد و هیچ گروهی موفق به حضور در دو رده همای و سیمرغ شدند.

وی ادامه داد: طبیعتاً یک شرکت بزرگ بازی سازی حمایتی متفاوت از یک تیم تازه کار تیاز دارد و به همین دلیل این رده بندی ها انجام می (دامنه دارد ...)

(ازامه خبر ...) شود. برای مثال تیم های حاضر در سه رده ققنوس و هما و سیمرغ می توانند از تسهیلات استفاده کنند اما تسهیلات به رده های دیگر تعلق می گیرد.

معاون حمایت بنیاد دریاره مدل های حمایش سامانه همگرا گفت: تامین زیرساخت، تجهیزات، امکانات و محل استقرار، تسهیلات مالی و سرمایه گذاری، خدمات تست بازی، تبلیغات و بازاریابی و توسعه بازار، تامین آموزش و ارتقای نیروی انسانی، پرداخت درصد تشویقی به ازای فروش بازی های موفق و توسعه و تسریع فرایند رشد و ارتقا سرفیصل های این حمایت را تشکیل می دهد و هر بازی صاری با استفاده از اختصار حمایتی اش برآسانس نیاز خود می تواند حمایت منظرش را انتخاب کند.

ایزدی گفته: این حمایت ها از سوی بنیاد ملی بازی ها، بخش خصوصی، نهادهای صنفی و دستگاه های دولتی ارایه می شود برای مثال در بحث تبلیغات، تفاهم نامه هایی با رسانه های تخصصی حوزه IT امضا شده و در صورتی که بازی سازان این حمایت را برگزینند، بخشی از هزینه تبلیغات را بنیاد به رسانه پرداخت می کنند.

## اصح ارتباط

### گزارش بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند؟!

بازار بازی های موبایلی که در سال ۱۴۰۰ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهیجی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه

گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغ» زورسی در تعیین و شناختن سلیقه می خود در انتخاب بازی ها تیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می دانیم بازیکنان بازی های موبایل ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند.

به گزارش عصر ارتباط، بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-طبقه ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشی مرحله ای اول شامل تمام استان های کشور و خوشی های مرحله ای بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور درموقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه می خود را شناخته اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند زان به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی های در سه کیفیتی، سکوی بازی ادوند، آرکید، رانندگی و ورزشی را بیش از سایر زانها بازی کرده اند.

در صورت نگاه دقیق تر تیز سه بازی پر طرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلنز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کم متفاوت خواهد بود: سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلنز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلنز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری تیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بداتیم که سیستم عامل های پر طرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از OS آن و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پر طرفدار روی این سیستم های عامل را تیز به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران سیستم عامل OS آن سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی ها انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلنز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با آمار کلی سلیقه می مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برند های معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آفلاین را نیز ترجیح می دهند. (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی (ازامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) می‌کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی ها نیستند و آفلاین نیز بازی می‌کنند). به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه‌ی جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می‌تواند نقشه‌ی راه درستی پیش‌پایی سیاست‌گذاران، سرمایه‌گذارها و خصوصاً شرکت‌های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه‌ی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده‌ها باید در فکر بهبود بازی‌های در سبک‌های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده‌اند.

## آخرین آمار بازی‌های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟ (۱۳۹۴-۰۷/۰۶/۲۲)

بول و تجارت، رشد روزافزون بازار بازی‌های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمن در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی‌های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همه‌گیر شدن بازی‌های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی‌ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغه» زور دسی در تعیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی‌ها نیز رسیده‌اند. به شکلی که بنابر آمار، من ذاتیم بازیکنان بازی‌های موبایلی ایران با چه سلیقه‌ای و چگونه بازی می‌کنند.

بر همین اساس بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه‌ای-خوشه‌ای چندمرحله‌ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه‌های مرحله‌ی اول شامل تمام استان‌های کشور و خوشه‌های مرحله‌ی بعد، شهرستان‌ها، شهر و روستاهای را شامل می‌شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند. اکثریت کسانی که بازی‌های موبایلی را تجربه می‌کنند برای بازی کردن از گوشی‌های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت‌ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می‌دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم‌ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی‌ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد قطب بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می‌کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته‌اند به شکل دقیق‌تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی‌های موبایلی از گوشی‌های هوشمند ۱۳ درصد از تبلت‌ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می‌کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می‌گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند: به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی‌های موبایلی است و نه بازی‌های کنسولی یا رایانه‌های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی‌های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی‌کننده‌هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی می‌باشد که از تبلت برای بازی های انتخابی شان در چند زان به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی‌هایی در سبک‌های معماهی، سکویی‌بازی‌ایدوند، آرکید، رانندگی و ورزشی را پیش از سایر ژانرهای بازی کرده‌اند.

در صورت نگاه دقیق‌تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی‌ها به ترتیب: کلش آو کلنز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی در صورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود: سه بازی برتر در بین مردان، کلش آو کلنز، باقلوا و کلش رویال هستند در حالی زنان بازی‌های باقلوا، بو و کلش آو کلنز را پیش از دیگر محصولات بازی کرده‌اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تفکیک رده بندی بازی‌های محبوب، در سایر بخش‌های ایرانی نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل‌های پرطرفدار کشور چه سیستم‌هایی هستند: ۹۵ درصد از کاربران بازی‌های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از OS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل‌ها مانند ویندوزفون استفاده می‌کنند.

با آگاهی از این آمار می‌شود بازی‌های برتر و پرطرفدار روسی این سیستم‌های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران سیستم عامل OS نه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را پیش از سایر بازی‌های انجام داده‌اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی‌های کلش آو کلنز، باقلوا و کلش رویال را پیش از بقیه می‌پسندند. این آمار آخر دقیقاً برای بازی‌های موبایل موجه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل‌ها دارد.

کاربران ایرانی بازی‌های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می‌کنند. نرخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از کاربران از بازی‌های آنلاین استفاده می‌کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی‌های آفلاین را نیز ترجیح می‌دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می‌کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکلی بازی‌ها نیستند و آفلاین نیز بازی می‌کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه‌ی جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می‌تواند نقشه‌ی راه درستی پیش‌پایی سیاست‌گذاران، سرمایه‌گذارها و خصوصاً شرکت‌های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه‌ی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده‌ها باید در فکر بهبود بازی‌های در سبک‌های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده‌اند.



## دسته بندی بازی ها به منظور دریافت کمک های مالی و خدماتی

رتبه بندی بازی سازان به منظور ارائه حمایت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای انجام می گیرد.

حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: این رده بندی که با هدف شفاقت ارائه خدمات و حمایت ها به بازی سازان انجام می پذیرد برای دومن سال متولی اتفاق می افتد و نام این پروژه همگرا است.

وی افزود: حمایت های مالی، زیرساختی، آموزش و آماده سازی تجهیزات ساخت افزاری و نرم افزاری بخشی از خدماتی است که به بازی سازان ارائه خواهد شد. کریمی با اینکه کمک های مالی ارائه شده به طور وام پرداخت خواهد شد اظهار کرد: با توجه به رتبه بندی ای که توسط بنیاد صورت می گیرد بخش قابل توجهی از این کمک های مالی بدون پرداخت خواهد بود.

به گفته کریمی حدود یک میلیارد تومان از بودجه بنیاد ملی بازی های رایانه ای برای پروژه همگرا در نظر گرفته شده است که ما تلاش می کنیم این عدد را به ۲ میلیارد تومان برسانیم.

وی ادامه داد در نظر داریم تا با عوارضی که از بازی سازان خارجی دریافت می کنیم مقدار حمایت های مالی را به عدد مورد نظر برسانیم. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به اینکه تعاملات خوبی با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و معاونت علمی ریاست جمهوری صورت گرفته است گفت: رتبه بندی های انجام شده در پروژه همگرا می تواند عامل موثری در میزان حمایت ها توسط نهادهایی مثل وزارت ارتباطات از بازی سازان باشد. وی درباره تعوه ارزیابی بازی ها گفت: این کار به وسیله تیمی از کارشناسان صورت می گیرد و این ارزیابی به طور سالیانه انجام می پذیرد.



## نشت خبری همگرا توسط بنیاد ملی بازی برگزار شد

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره این ساختار حمایتی جدید گفت: هدف بنیاد از ایجاد این ساختار حمایتی شفاف کردن، ساختارمند کردن و توجه به حمایت براساس شایسته سالاری است. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای اعلام کرد تعاضی حمایت های آتی بنیاد از این پس از طریق این ساختار حمایتی صورت خواهد گرفت.



## حمایت همگرا از بازی سازان، قصه‌ی رومل و نبرد بارباروسا (پادکست بازی سری جدید)

در قسمت این هفته‌ی پادکست بازی، به تنشت خبری جدید بنیاد ملی بازی های رایانه ای و هم چنین موضوع های دیگری پرداخته ایم. این هفته مثل همیشه سراغ تقویم تاریخ رفته ایم، به تعدادی از سوال ها پاسخ داده ایم و درباره ی بسته های حمایتی جدید بنیاد صحبت کرده ایم.

برخی از موضوعاتی که این هفته بررسی می کنیم، از این قرار هستند: از شما دعوت می کنیم قسمت این هفته‌ی پادکست بازی را از دست ندهید پادکست بازی سری جدید: بول شوی در صنعت بازی ایران

تاپر نداشته‌ی رسانه در صنعت بازی ایران و ماجراهای حضرت استاد بیها ندادن به بازی سازان زن در کشور و نگاهی به اتفاقات هفته‌ی گذشته

بررسی جامع بازی های ایرانی کامپیوتر و وضعیت آن ها  
چشواره های بازی و حمایت از بازی سازان مستقل

آیا مستقبل بازی رشوه می گیرند؟



## آخرین آمار بازی های موبایلی در ایران؛ کدام بازی و چطور؟

از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد.

صراطاً: رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به لوح خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایل در ایران داشته و با رشد و همه گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه یوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به «بلغه» زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه‌ی خود در انتخاب بازی ها نیز رسیده‌اند. به شکلی که تایپ آمار، من دانیم بازیکنان بازی های موبایل ایران با چه سلیقه‌ای و چگونه بازی می کنند.

به گزارش ایستاد، بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از توانه گیری تلفیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله‌ی اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله‌ی بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که وقوع برایر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور درموقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته‌اند به شکل دقیق تر، ۴۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازی هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربری بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایل است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربران بازیکنان ایرانی سلیقه‌ی خود را شناخته‌اند و بیش تر بازی های انتخابی شان در چند ژانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی در سبک های معمایی، سکویا بازی ادونده، آرکید، راندگی و ورزشی را بیش از سایر ژانرهای بازی کرده‌اند. درصورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی درصورت جداسازی بازیکنان تن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، باقلوا و باقلوا هستند در حالی زنان بازی های باقلوا، بو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده‌اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل

تفکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بدایم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم های عامل را نیز به این ترتیب رده بندی کرد: کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کنندی کراش، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی های انجام داده‌اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برابر با امار کلی سلیقه‌ی مخاطبان است که البته دلیل موجعی مانند بردن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد.

کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ایل استفاده می کنند. ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقیع خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آنلاین را نیز ترجیح می دهند (لين درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار این شکل بازی های نیستند و آنلاین نیز بازی می کنند).

به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه‌ی جمعی در مورد ژانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه‌ی راه درستی بیش پایی سیاست گذاران، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید خالق شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث الشیاع آن در بازار و تغییر سلیقه‌ی جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده‌اند.

## فازه قرین آمار بازی های موبایلی در ایران

ایستا : از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد. شدن روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به بلوغ زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه خود در انتخاب بازی ها تیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند، بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات هزار نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوشه های مرحله بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایلی ایران «موبایل باز» هستند؛ اکثریت کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند، برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رفقی برایر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است. درواقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایل از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد. ۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی تیز حاصل خریدهای این قشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربر ای بازیکنان ایرانی سلیقه خود را شناخته اند و بیشتر بازی های انتخابی شان در چند زانر به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی هایی در سبک های ممایی، سکو بازی / دونده، آرکید رانندگی و ورزشی را بیش از سایر زانرها بازی کرده اند. درصورت نگاه دقیق تر تیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی درصورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند. در حالی که زنان بازی های باقلوا، پو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تکنیکیک رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تفکیک ابتدا باید بنایم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۵۰ درصد از کاربران بازی های موبایل ایران از سیستم عامل اندروید، ۴ درصد از iOS و یک درصد تیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند. با آگاهی از این آمار می شود بازی هایی برتر و پرطرفدار روی این سیستم عامل ها را تیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کلش او کلتز، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی ها انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برایر با آمار کلی سلیقه مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند برتر بودن تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد. کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتمد بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند.

ترنخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۴۹ درصد کاربران بازی های آفلاین را تیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، ازوماً فقط طرفدار بازی های این چنینی نیستند و آفلاین تیز بازی می کنند). به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه جمی در مورد زانرهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشی راه درستی بیش پائی می اسکات گذارد، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز تباید غافل نشود که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث اشاع آن در بازار و تغییر سلیقه جمی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سبک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.

## اکو فارس

### فازه قرین آمار بازی های موبایلی در ایران

اکو فارس: ایستا : از جامعه بازیکنان بازی های رایانه ای در ایران، اکثر کسانی که بازی های موبایلی را تجربه می کنند، برای بازی کردن، بیشتر از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت و در بین بازی های پرطرفدار، یک بازی ایرانی نیز قرار دارد. رشد روزافزون بازار بازی های موبایلی که در سال ۲۰۱۸ به اوج خود رسیده، تاثیرات مهمی در صنعت بازی و خصوصاً بازار بازی های موبایلی در ایران داشته و با رشد و همچ گیر شدن بازی های موبایلی در ایران همراه بوده است. از طرفی بازیکنان ایرانی که از لحاظ دسترسی به این بازی ها، در وضعیت خوبی قرار دارند، به بلوغ زودرسی در تعیین و شناختن سلیقه خود در انتخاب بازی ها تیز رسیده اند. به شکلی که بنابر آمار، می دانیم بازیکنان بازی های موبایلی ایران با چه سلیقه ای و چگونه بازی می کنند، بر همین اساس بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است؛ تمرکز آماری این اطلاعات هزار نفری است و از نمونه گیری تلقیقی «طبقه ای-خوشه ای چندمرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. (ادامه دارد...)

(الامه خبر...) خوش های مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوش های مرحله بعد، شهرستان ها، شهر و روستاه را شامل می شوند.

اکثریت بازیکنان موبایل ایران «موبایل باز» هستند اگرچه کسانی که بازی های موبایل را تجربه می کنند، برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقیق برایر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است. درواقع بازیکنان موبایل ایرانی به قصد فقط بازی کردن (مانند بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سرگرمی نرفته اند به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایل از گوشی های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هردو برای بازی کردن استفاده می کنند<sup>۴۴</sup> درصد از رآمد بازار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد<sup>۴۵</sup> درصد از بازیکنان موبایل کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول نشان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های شخصی.<sup>۴۶</sup> درصد از رآمد حاصل از بازی های موبایلی نیز حاصل خریدهای این فشر از بازی کننده هاست.

یک بازی ایرانی در بین سه انتخاب برتر کاربر ایرانی بازیکنان ایرانی سلیقه خود را شناخته اند و بیشتر بازی های انتخابی شان در چند زان به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی های در سیک های معمایی، سکوی ایرانی / دونده، آرکید، آر اندگی و ورزش را بیش از سایر زانها بازی کرده اند. درصورت نگاه دقیق تر نیز سه بازی پرطرفدار سال ۹۶ در بین ایرانی ها به ترتیب، کلش او کلتز، باقلوا و کلش رویال هستند. البته این رده بندی درصورت جداسازی بازیکنان زن و مرد از هم، کمی متفاوت خواهد بود؛ سه بازی برتر در بین مردان، کلش او کلتز، کلش رویال و باقلوا هستند در حالی که زنان بازی های باقلوا، پو و کلش او کلتز را بیش از دیگر محصولات بازی کرده اند.

اندروید محبوب ترین سیستم عامل تکنیکی رده بندی بازی های محبوب، در سایر بخش های آماری نیز انجام شده است. البته برای انجام این تدقیک ابتدا باید بدانیم که سیستم عامل های پرطرفدار کشور چه سیستم هایی هستند؛ ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایل ایران از سیستم عامل اندروید، ۴ درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوز فون استفاده می کنند. با آگاهی از این آمار می شود بازی های برتر و پرطرفدار روی این سیستم عامل ها را نیز به این ترتیب رده بندی کرد؛ کاربران سیستم عامل iOS سه بازی کلتز، ساکر استارز و کلش رویال را بیش از سایر بازی ها انجام داده اند. این در حالی است که کاربران اندرویدی، بازی های کلتز او کلتز، باقلوا و کلش رویال را بیش از بقیه می پسندند. این آمار آخر دقیقاً برایر با آمار کلی سلیقه مخاطبان است که البته دلیل موجبه مانند تعداد کاربران اندروید بر سایر سیستم عامل ها دارد. کاربران ایرانی بازی های موبایلی، از برندهای معتر بازار مانند سامسونگ، موآوی، لنوو و ابل استفاده می کنند.

ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۳ درصد است که رقم خوب و قابل توجهی است. اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آفلاین را نیز ترجیح می دهند (این درصد به این دلیل است که کسانی که آنلاین بازی می کنند، لزوماً فقط طرفدار بازی های این چنینی نیستند و آفلاین نیز بازی می کنند) به گفته کارشناسان، وجود یک بازی ایرانی در بین محبوب ترین های ایران و شناخت سلیقه جمعی در مورد زانهای محبوب بازی در ایران می تواند نقشه راه درستی بیش بازی می سازد گذاشان، سرمایه گذارها و خصوصاً شرکت های بازی سازی قرار دهد. البته از این موضوع نیز نباید غافل شد که تولید بیش از حد یک نوع محصول حتی در کوتاه مدت نیز باعث انسایع آن در بازار و تغییر سلیقه جمعی خواهد شد. به همین دلیل سازنده ها باید در فکر بهبود بازی های در سیک های پرطرفدار باشند نه کمی خالص از روی محصولاتی که موفق بوده اند.



## رویداد آوا گیمز به میزبانی صندوق نوآوری و شکوفایی برگزار می شود

مقیم ایا همکاری «بنیاد ملی بازی های رایانه ای»، «شتاب دهنده آوا گیمز»، «موسسه ملی توسعه تحقیقات پژوهشی ایران (تیماد)» و «دانشگاه صنایوسیما»، تخصصین «هکاتون بازی های جدی» به میزبانی «صندوق نوآوری و شکوفایی» برگزار خواهد شد.

به گزارش مقیم به نقل از روابط عمومی صندوق نوآوری و شکوفایی، «هکاتون بازی های جدی» یک رویداد ۳ روزه بازی سازی است که از تاریخ ۳۰ آبان تا ۲ آذر در مجتمع شکوفایی شرکت های دانش بنیان برگزار می گردد.

تیم های ثبت نام کننده در هکاتون با راهنمایی میتوارها به رقابت و تولید یک بازی جدی (نهایتاً تا سطح نسخه دمو) با موضوع محوری تعیین شده در حوزه پیشنهاد و درمان می پردازند. لازم به ذکر است برندۀ علاوه بر دریافت جایزه ۱۰ میلیون تومانی «موسسه ملی توسعه تحقیقات پژوهشی ایران (تیماد)» از امکان حضور در برنامه های شتاب دهنی «آوا گیمز» بهره مند خواهد شد.

«بنیاد ملی بازی های رایانه ای» به عنوان دبیرخانه دائمی این رویداد از تمامی تیمهای بازیساز علاقه مند دعوت به عمل می آورد تا با دریافت قرم ثبت نام از اینجا و تکمیل اطلاعات، نهایتاً تا ۲۵ آبان ماه در این مسابقه شرکت نمایند. گفتنی است برندگان این رویداد همزمان با اختتامیه «دومین کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال» در تاریخ ۹ آذر در «دانشگاه صنایوسیما» معرفی خواهند شد.

## صنعت بازی های موبایلی ایران در نتگنا؛ کمبود تجهیزات و نیروی متخصص

گروه فناوری - صنعت بازی های ویدئویی در دنیا یکی از صنایع مهم و درآمدزا به شمار می رود که تأثیر بسیاری بر اقتصاد کشورهای توسعه یافته دارد چراکه آنها این صنعت را جدی گرفته، به ترتیب نیروی انسانی متخصص و توسعه آن پرداخته اند. این در حالی است که در ایران صنعت بازی های ویدئویی همچنان از جایگاهی که باید برخوردار نباشد. با این همه بازی سازان ایرانی که شمار اندرکی هستند در حوزه بازی های موبایل به موقوفیت های بسیاری دست یافته اند. با این همه تحریم ها، نبود نیروی متخصص مورد تیار، هزینه و زمان از مواردی است که مانع ایجاد بازی های ویدئویی برای پلی استیشن، ایکس باکس و دیگر دستگاه های بازی می شود. به همین روی به تقریب من رسد<sup>۴</sup> طی سال های آینده همچنان شاهد قمایلیت بازی سازان ایرانی در حوزه بازی های موبایلی باشیم. هرچه باشد صنعت بازی های ویدئویی در ایران نتویاست اما در دنیا عمری ۴۰ ساله دارد و غول های بازی سازی بین المللی نخبگانی هستند که محصولاتشان مخاطبان را انگشت به دهان می کند.

به هر روی بنیاد ملی بازی های رایانه ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از توجهه گیری تلقیقی «طبقه ای - خوش ای - چند مرحله ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوش ای مرحله اول شامل تمام استان های کشور و خوش ای مرحله بعد، شهرستان ها، شهر و روستاهای را شامل می شوند.

کاربران موبایل، مخاطبان بازی های ملی هستند پیشتر افرادی که بازی های موبایل را تجربه می کنند، برای بازی کردن از گوشی های موبایل استفاده می کنند تا تبلت ها، که رقیق برای بازی های درصد دارد. این نشان می دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم ترین دلایل بالا رفتن میزان میزان استفاده از این شکل بازی ها بوده است.

در واقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (ماتنده بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می کنند) سراغ این شکل از سرگرمی ترقته اند. به شکل دقیق تر، ۶۵ درصد از بازیکنان بازی های موبایلی از گوشی های هوشمند ۱۲ درصد از تبلت ها و ۲۲ درصد از هر دو برای بازی کردن استفاده می کنند. ۴۴ درصد از درآمد بازیار هم به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می گیرد.

۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند: به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی های موبایلی است و نه بازی های کنسولی یا رایانه های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی های موبایلی تیز حاصل خریدهای این فشر از بازی کننده هاست. بازیکنان ایرانی سلیقه خود را شناخته اند و پیشتر بازی های انتخابی شان در چند زان به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به ترتیب بازی های در سپک های معمایی، سکویاژی (دونده)، آرکید، رانندگی و وزشی را بیش از سایر زانها بازی کرده اند. از سوی دیگر ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندروید، چهار درصد از iOS و یک درصد تیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند. همچنین کاربران ایرانی بازی های موبایلی از برندهای معتبر بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و اپل استفاده می کنند.

ترخ دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۲ درصد است اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که درآمد کاربران بازی های آفلاین را نیز ترجیح می دهند.

۹۰ درصدی در سال ۹۶

بر اساس گفته های ایمان رومانا، تحلیلگران داده کافه بازی، در سال ۹۶ تعداد خرید بازی های ایرانی نسبت به بازه مشابه در سال گذشته، ۱۰ درصد رشد را تجربه کرده است. با توجه به رشد ۱۰ درصدی خرید بازی های ایرانی در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴ ترخ این رشد در دو سال متوالی ثابت مانده است. او می گوید که به صورت متوسط، بیش از ۸۳ هزار نفر در ماه از بازی های ایرانی خرید می کنند و تا نیمه اسفند ماه امسال تعداد ۱۲ هزار و ۸۰۰ بازی ایرانی در بازار منتشر شده است.

این رقم در بازه زمانی سال گذشته ۹۲۰۰ بود که نشان می دهد تعداد بازی های منتشر شده ایرانی در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۵ درصد افزایش داشته است. رمنا بازی های رایانه ای موبایلی را بر اساس درآمدشان به این چند دسته تقسیم می کند:

بازی های با درآمد ماهانه ۳۶۰ هزار تومان

بازی های با درآمد ماهانه ۱/۵ تا ۶ میلیون تومان

بازی های با درآمد ماهانه ۶ تا ۳۰ میلیون تومان

بازی های با درآمد ماهانه بیش از ۳۰ میلیون تومان

رومما اعتقد دارد که بیشتر خریداران به سمت عنوانی موجود در دسته دوم گرایش دارند و بیش از ۷۰۰ خریدار در ماه برای این بازی ها وجود دارد.

تأثیرات منفی تحریم ها بر صنعت بازی های ویدئویی

به گفته بازی سازان ایرانی تحریم ها اثر منفی و بدی روی صنعت بازی های ویدئویی بر جای گذاشته اند.

محمد زهتابی، یکی از بازی سازان ایرانی در گفت و گو با ایرنا اظهار گردید: یکی از مشکلاتی که ما داریم این است که تحریم ها روی کارمان گذاشته است. اگر توانیم بازی هایی را که می سازیم با دنیای خارج از ایران به اشتراک بگذاریم، به تبیجه ایده آنی تغواهیم رسید. متأسفانه در حال حاضر باید با استفاده از دو تا سه شرکت واسطه و پرداخت هزینه های زیاد به آنها، بازی هایی را که ساخته ایم به دنیا معرفی کنیم. علاوه بر این در بعضی موارد نمی توانیم از تکلیفی های دنیا به دلیل تحریم ها استفاده کنیم و همین سرعت بازی سازی ما را گذشت از بیش می کند.

او افزود: ما در ایران استعداد زیاد، اما نیروی متخصص کم داریم. مشکل این است که اگر بخواهیم از این استعدادها در تیم خودمان استفاده کنیم، باید زمان و هزینه زیادی بگذاریم تا این افراد بال استعداد به نیروی متخصص تبدیل شوند. دلیلش هم این است که پروسه آموزش این دوستان به شکل درستی اتفاق نمی افتد و ما باید در مسیر آموزش آنها قدم هایی برداریم.

آینده بازی های موبایلی در ایران غیرقابل پیش بینی است

کارشناسان بازی های ویدئویی معتقدند در شرایط کوتی بازی سازی در داخل کشور رشد چشمگیری داشته اما به دلیل مشکلات و محدودیت (ادامه دارد...)

## صندوق

(ادامه خبر ...) هایی مانند تحریم‌ها و نبود نیروی متخصص در این زمینه امکان بازی سازی برای پلتفرم‌های مانند p5G وجود ندارد. محسن و فائزه کارشناس بازی‌های ویدئویی در گفت و گو با «جهان صنعت» اظهار کرد بر اساس آخرین آمار، در بازار داخلی سهم بازی‌های بومی حدود ۱۶ درصد است که نسبت به سال‌های گذشته رشد چشمگیری داشته است. چراکه چند سال گذشته سهم بازی‌های ملی صفر درصد بوده است و این امر بیانگر آن است که در سال‌های گذشته بازی‌های بومی‌ایلی در ایران پیشرفت چشمگیری داشته‌اند.

او با اشاره به اینکه به دلایل مختلفی بازی‌های ویدئویی برای دستگاه‌هایی مانند پلی استیشن، ایکس باکس و کامپیوتر ساخته نمی‌شود، بیان کرد عمدۀ ترین این دلایل تحریم‌ها هستند، اما به طور کلی ساختن بازی برای پلتفرم p5G و مانند آن بسیار سخت، هزینه‌بر، زمان‌بر و تیاز‌مند نیروی کار متخصص زیاد است. به همین روی بازی سازان ایرانی ایجاد بازی‌های موبایلی را به ایجاد بازی‌های دیگر پلتفرم‌ها ترجیح می‌دهند.

و فائزه درباره اینکه بسیاری بر این باور هستند که صنعت بازی‌های ویدئویی در ایران ضعیف بوده و پیشرفته نداشته است تاکید کرد: این تصور درست نیست. چراکه صنعت بازی‌های ویدئویی و موبایلی چند سالی است که در ایران قابل شده است و در مقابل با صنعتی ۴۰ ساله در دنیا مواجه هستیم که به بلوغ کامل رسیده است و رقبای بسیار قدرتمندی در برای ایران قد علم کرده‌اند و رقابت با آنها کار آسانی نیست. جنابیت بسیاری از بازی‌های ویدئویی در دنیا مخاطبان را انگشت به دهان می‌کند و ایرانی‌ها راه درازی دارند تا به این مرحله برسند که با غول‌های بازی‌های ویدئویی در جهان رقابت کنند.

او در رابطه با استفاده نکردن از داستان‌ها و قصه‌های قوی در بازی‌های آنلاین و ویدئویی ایرانی بیان کرد: دلیل اینکه ایرانی‌ها از داستان در ایجاد بازی‌های ویدئویی استفاده نمی‌کنند آن است که ایرانی‌ها بیشتر در حوزه بازی‌های موبایلی فعالیت دارند و ساختار این بازی‌ها به گونه‌ای است که فضای لازم برای قصه‌گویی در آن فراهم نیست و مخاطبان آن علاقه‌ای ندارند که در گیر قصه بازی شوند. بیشتر آنها در مترو و اتوبوس از بازی‌های موبایلی استفاده می‌کنند تا چند دقیقه‌ای سرگرم شوند. از هر ۱۰ بازی موبایلی یک بازی درای قصه است. البته بازی بیستون در ایران از قصه‌شیرین و فرهاد استفاده کرده است.

این کارشناس بازی‌های ویدئویی درباره اینکه چه زمانی قرار است برای دیگر پلتفرم‌ها مانند p5G بازی سازی کنیم گفت: بازی سازی برای دیگر پلتفرم‌ها نیاز به نیروی متخصص دارد و این امر حداکثر ۱۰ سال زمان می‌برد. همچنین باید استودیویی مجهز و سرمایه‌کافی برای آن وجود داشته باشد و تا چند سال دیگر روی بازی‌های موبایلی ماتور خواهیم داد. از سوی دیگر برای خرید موتورهای بازی سازی با تحریم مواجه هستیم و این امر شرایط را مشکل تر کرده است.

او درباره ظرفیت اقتصادی بازی‌های ویدئویی و موبایلی در ایران بیان کرد: حدود ۲۸ میلیون گیمر (مخاطبان بازی‌های ویدئویی) داریم که بسیاری از آنها حاضرند برای بازی‌های موبایلی و ویدئویی هزینه کنند. با این وجود نمی‌توان آینده این صنعت را پیش بینی کرد چراکه بازی‌های بیش از ۲۰۰ هزار تومان هزینه داشتند اکنون حدود ۸۰۰ هزار تومان هزینه دارند و با این شرایط اقتصادی کشور بیش از ۳۰۰ هزار مشکل است.

به گفته و فائزه امسال آماری از میزان درآمدزایی بازی‌های موبایلی ایرانی منتشر نشده اما آمار درآمدزایی صنعت بازی‌های ویدئویی در سال ۹۶ بیانگر اهمیت اقتصادی این صنعت است. او گفت: در سال ۹۶ بازی‌های موبایلی ایرانی ۰/۴۱ میلیارد تومان و بازی‌های موبایلی بین المللی ۰/۱۷۷ میلیارد تومان درآمدزایی داشته‌اند. با اینکه آماری از درآمدزایی این صنعت در سال جاری منتشر نشده اما روشن است که امسال نیز با رشد این صنعت مواجه بوده‌ایم.

## صندوق

### صنعت بازی‌های موبایلی ایران در تگنا؛ کمبود تجهیزات و نیروی متخصص

گروه فناوری - صنعت بازی‌های ویدئویی در دنیا یکی از صنایع مهم و درآمدزا به شمار می‌رود که تاثیر بسیاری بر اقتصاد کشورهای توسعه یافته دارد. چراکه آنها این صنعت را جدی گرفته، به ترتیب نیروی انسانی متخصص و توسعه آن پرداخته‌اند. این در حالی است که در ایران صنعت بازی‌های ویدئویی همچنان از جایگاهی که باید برخوردار نیست. با این همه بازی سازان ایرانی که شمار اندکی هستند در حوزه بازی‌های موبایلی به موفقیت‌های بسیاری دست یافته‌اند. با این همه تحریم‌ها، نبود نیروی متخصص مورد تیاز، هزینه و زمان از مواردی است که مانع ایجاد بازی‌های ویدئویی برای پلی استیشن، ایکس باکس و دیگر دستگاه‌های بازی می‌شود. به همین روی به نظر من رسد ۴ طی سال‌های آینده همچنان شاهد فعالیت بازی سازان ایرانی در حوزه بازی‌های موبایلی باشیم. هرچه باشد صنعت بازی‌های ویدئویی در ایران توپاست اما در دنیا عمری ۴۰ ساله دارد و غول‌های بازی سازی بین المللی نخبگانی هستند که محصولات شان مخاطبان را انگشت به دهان می‌کند.

به هر روی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در گزارشی به تحلیل پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال در سال ۱۳۹۶ پرداخته است: تمرکز آماری این اطلاعات ۸۰۰۰ نفری است و از نمونه‌گیری تلقیقی «طبقه‌ای-خوشه‌ای چندمرحله‌ای» برای دست یافتن به آن استفاده شده است. خوشه‌های مرحله اول شامل تمام های کشور و خوشه‌های مرحله بعد، شهرستان‌ها، شهر و روستاهای را شامل می‌شوند.

کاربران موبایل، مخاطبان بازی‌های ملی هستند. بیشتر افرادی که بازی‌های موبایلی را تجربه می‌کنند، برای بازی کردن از گوشی‌های موبایل استفاده می‌کنند تا تبلت‌ها، که رقمی برابر با ۶۷ درصد دارد. این نشان می‌دهد در دسترس بودن یک گوشی هوشمند که بشود با آن به کارهای دیگر رسید و همین طور در موقع فراغت بازی کرد، یکی از مهم‌ترین دلایل بالا رفتن میزان استفاده از این شکل بازی‌ها بوده است.

در واقع بازیکنان موبایلی ایرانی به قصد فقط بازی کردن (ماتن بازیکنانی که از تبلت برای بازی استفاده می‌کنند) سراغ این شکل از سرگرمی ترقه‌اند. به شکل دقیق‌تر، ۵۵ درصد از بازیکنان بازی‌های موبایلی از گوشی‌های هوشمند، ۱۳ درصد از تبلت‌ها و ۲۲ درصد از هر دو برای بازی کردن استفاده می‌کنند.

۴۴ درصد از درآمد بازار اهلی به این دسته از بازیکنان (موبایل بازها) تعلق می‌گیرد. ۸۹ درصد از بازیکنان موبایلی کشور هم کاربر بازی موبایل هستند؛ به این ترتیب که این درصد از بازیکنان انتخاب اول شان بازی کردن بازی‌های موبایلی است و نه بازی‌های کنسولی را رایانه‌های شخصی. ۸۴ درصد از درآمد حاصل از بازی‌های موبایلی تیز حاصل خریدهای این فقره از بازی‌کنندگان هاست. بازیکنان ایرانی سلیقه خود را شناخته‌اند و بیشتر بازی‌های انتخابی شان در چند زان به خصوص خلاصه شده است. بازیکنان ایرانی، به (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر) - ترتیب بازی های در سبک های معمایی، سکوی بازی کودنده، آرکید، رانندگی و ورزشی را پیش از سایر ژانرهای بازی کرده است. از سوی دیگر ۹۵ درصد از کاربران بازی های موبایلی ایران از سیستم عامل اندرودئو، چهار درصد از iOS و یک درصد نیز از سایر سیستم عامل ها مانند ویندوزفون استفاده می کنند.

همچنین کاربران ایرانی بازی های موبایلی از برندهای معترض بازار مانند سامسونگ، هوآوی، لنوو و ایل استفاده می کنند. تخریج دسترسی به اینترنت در بین کاربران ایرانی ۸۲ درصد است اما تنها ۴۹ درصد از کاربران از بازی های آنلاین استفاده می کنند. این در حالی است که ۸۹ درصد کاربران بازی های آفلاین را نیز ترجیح می دهند.

رشد ۱۰ درصدی در سال ۹۶

بر اساس گفته های ایمان رومانا، تحلیلگران داده کافه بازار، در سال ۹۶ تعداد خرید بازی های ایرانی نسبت به بازه مشابه در سال گذشته، ۱۰ درصد رشد را تجربه کرده است. با توجه به رشد ۱۰ درصدی خرید بازی های ایرانی در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴ تخریج این رشد در دو سال متولی ثابت مانده است. او می گوید که به صورت متوسط، بیش از ۸۳ هزار نفر در ماه از بازی های ایرانی خرید می کنند و تا نیمه اسفند ماه امسال تعداد ۱۲ هزار و ۸۰۰ بازی ایرانی در کافه بازار منتشر شده است.

این رقم در بازه زمانی سال گذشته ۹۲۰۰ بود که نشان می دهد تعداد بازی های منتشر شده ایرانی در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۵ درصد افزایش داشته است. رمنا بازی های رایانه ای موبایلی را بر اساس درآمدشان به این چند دسته تقسیم می کند:

بازی های با درآمد ماهانه ۳۶۰ هزار تومان

بازی های با درآمد ماهانه ۱۵ تا ۶ میلیون تومان

بازی های با درآمد ماهانه ۶ تا ۲ میلیون تومان

بازی های با درآمد ماهانه بیش از ۲۰ میلیون تومان

رومنا اعتقاد دارد که بیشتر خریداران به سمت عنوانی موجود در دسته دوم گرایش دارند و بیش از ۷۷۰ خریدار در ماه برای این بازی ها وجود دارد. تاثیرات منفی تحریم ها بر صنعت بازی های ویدئویی

به گفته بازی سازان ایرانی تحریم ها اثر منفی و بدی روی صنعت بازی های ویدئویی بر جای گذاشته است.

محمد زهتابی، یکی از بازی سازان ایرانی در گفت و گو با ایرنا اظهار کرد: یکی از مشکلاتی که ما داریم این است که تحریم ها روی کارمان گذاشته است. اگر توانیم بازی های را که می سازیم با دنیای خارج از ایران به اشتراک بگذاریم، به تبیجه ایندۀ آنی تخواهیم رسید. متأسفانه در حال حاضر باید با استفاده از دو تا سه شرکت واسطه و پرداخت هزینه های زیاد به آنها، بازی های را که ساخته ایم به دنیا معرفی کنیم. علاوه بر این در بعضی موارد تمنی توانیم از تکنولوژی های دنیا به دلیل تحریم ها استفاده کنیم و همین سرعت بازی سازی ما را کنترل از پیش می کند.

او افزود: ما در ایران استعداد زیاد اما نیروی متخصص کم داریم. مشکل این است که اگر بخواهیم از این استعدادها در تیم خودمان استفاده کنیم، باید زمان و هزینه زیادی بگذاریم تا این افراد با استعداد به نیروی متخصص تبدیل شوند. دلیلش هم این است که پروسه آموزش این دوستان به شکل درستی اتفاق نمی افتد و ما باید در مسیر آموزش آنها قدم هایی برداریم.

آنده بازی های موبایلی در ایران غیرقابل پیش بینی است

کارشناسان بازی های ویدئویی معتقدند در شرایط کنونی بازی سازی در داخل کشور رشد چشمگیری داشته اما به دلیل مشکلات و محدودیت های مانند تحریم ها و تبود نیروی متخصص در این زمینه امکان بازی سازی برای پلتفرم هایی مانند p54 وجود ندارد.

محسن وفاززاد، کارشناس بازی های ویدئویی در گفت و گو با «جهان صنعت» اظهار کرد: بر اساس آخرین آمار، در بازار داخلی سهم بازی های بومی حدود ۱۴ درصد است که نسبت به سال های گذشته رشد چشمگیری داشته است. چراکه چند سال گذشته سهم بازی های ملی صفر درصد بوده است و این امر بیانگر آن است که در سال های گذشته بازی های موبایلی در ایران پیشرفت چشمگیری داشته است.

او با اشاره به اینکه به دلایل مختلفی بازی های ویدئویی برای دستگاه هایی مانند پلی استیشن، ایکس باکس و کامپیوتر ساخته نمی شود، بیان کرد: عدمه ترین این دلایل تحریم ها هستند، اما به طور کلی ساختن بازی برای پلتفرم p54 و مانند آن پسیار سخت است، هزینه بر، زمان بر و نیازمند نیروی کار متخصص زیاد است.

به همین روی بازی سازان ایرانی ایجاد بازی های موبایلی را به ایجاد بازی برای دیگر پلتفرم ها ترجیح می دهند.

و فاززاد درباره اینکه بسیاری بر این باور هستند که صنعت بازی های ویدئویی در ایران ضعیف بوده و پیشرفتی نداشته است تاکید کرد: این تصور درست نیست چراکه صنعت بازی های ویدئویی و موبایلی چند سالی است که در ایران قابل شده است و در مقایل با صنعتی ۴۰ ساله در دنیا مواجه هستیم که به بلوغ کامل رسیده است و رقبای بسیار قدرتمندی در برابر ایران قد علم کرده اند و رقابت با آنها کار آسانی نیست. جذابیت بسیاری از بازی های ویدئویی در دنیا مخاطبان را انگشت به دهان می کند و ایرانی ها راه درازی دارند تا به این مرحله برسند که با غول های بازی های ویدئویی در جهان رقابت کنند.

او در اینجا با استفاده نکرد از داستان ها و قصه های قوی در بازی های آنلاین و ویدئویی ایرانی بیان کرد: دلیل اینکه ایرانی ها از داستان در ایجاد بازی های ویدئویی استفاده نمی کنند آن است که ایرانی ها بیشتر در حوزه بازی های موبایلی فعالیت دارند و ساختار این بازی ها به گونه ای است که فضای لازم برای قصه گویی در آن فراهم نیست و مخاطبان آن علاقه ای ندارند که درگیر قصه بازی شوند بیشتر آنها در مترو و اتوبوس از بازی های موبایلی استفاده می کنند تا چند دقیقه ای سرگرم شوند. از هر ۱۰ بازی موبایلی یک بازی درای قصه است. بعنه بازی بیشتر در ایران از قصه شیرین و فرهاد استفاده کرده است.

این کارشناس بازی های ویدئویی درباره اینکه چه زمانی قرار است برای دیگر پلتفرم ها مانند p54 بازی سازی کنیم گفت: بازی سازی برای دیگر پلتفرم ها نیاز به نیروی متخصص دارد و این امر حداکثر ۱۰ سال زمان می برد. همچنین باید استودیویی مجهز و سرمایه کافی برای آن وجود داشته باشد و تا چند سال دیگر روی بازی های موبایلی مأمور خواهیم داد. از سوی دیگر برای خرید موتورهای بازی سازی با تحریم مواجه هستیم و این امر شرایط را مشکل تر کرده است. او درباره ظرفیت اقتصادی بازی های ویدئویی و موبایلی در ایران بیان کرد: حدود ۲۸ میلیون گیرم (مخاطبان بازی های ویدئویی) داریم که بسیاری از آنها حاضرند برای بازی های موبایلی و ویدئویی هزینه کنند. با این وجود نمی توان آینده این صنعت را پیش بینی کرد چراکه بازی هایی که شش ماه قبل ۲۰۰ هزار تومان هزینه داشتند اکنون حدود ۸۰۰ هزار تومان هزینه دارند و با این شرایط اقتصادی کشور پیش بینی آینده بسیار مشکل است. (ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) به گفته وفاتزاد امسال آماری از میزان درآمدزایی بازی های موبایل ایرانی منتشر نشده اما آمار درآمدزایی صنعت بازی های ویدئویی در سال ۹۶ بیانگر اهمیت اقتصادی این صنعت است . او گفت: در سال ۹۶ بازی های موبایل ایرانی ۷۴۱ میلیارد تومان و بازی های موبایل بین المللی ۱۸۷ میلیارد تومان درآمدزایی داشته اند . با اینکه آماری از درآمدزایی این صنعت در سال جاری منتشر نشده اما روشی است که امسال نیز با رشد این صنعت مواجه بوده ایم.



## اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...

بازی فرهنگ سازی رده پندی سنی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بچه هایشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی تقاضا مثبت آنان را تقویت کند.

به گزارش ایستاد، در ایران بیش از ۱۲ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند؛ آن ها برای دستیابی به اطلاعات، برقراری ارتباط با دوستان و اعضای خانواده، انجام تکالیف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و الیته بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عمده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظر فرسخ ها و تهدیدها مورد توجه قرار داد . فضای مجازی برای استفاده در موارد متفاوتی مفید است؛ هرچند خطرات بالقوه و بالغی برای فرزندان در این فضا نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی نفعان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم نه فقط در ایران بلکه در بسیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است. خسرو کردمیهن - معاون نظارت و ارزش بایی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایسنا درباره رده پندی بازی رایانه ای توضیح داد: رده پندی سنی از نظر محتوایی بازی هاست که در همه جایی نیز قابل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت برسی رده پندی سنی و محتوایی قرار می گیرد در ایران هم کارشناسان اسرا که رده پندی سنی بازی های رایانه ای را بر عهده دارد، بازی را به طول کامل برسی می کنند . وی در ادامه با بیان این که رده های سنی که به بازی ها ناده می شود بر اساس شرایط سنی است که شامل مثبت هفت، ۱۲، ۱۵ و ۱۸ می شود، افزود: اگر یک بازی مخایر با فرهنگ اسلامی، بوصی و ایرانی باشد طبق رای نعمی اورد و رده نمی گیرد اما اگر مخایر نباشد و مشکلی مخایر با فرهنگ ما داشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان کرد: بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صدای سیمایست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشان بر این بوده که این موضوع را در بین احتمال مردم جاییندازیم و الیته اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتش که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و توائسته به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده پندی سنی را آمزش دهد.

معاون نظارت و ارزش بایی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی ها بیان کرد: ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهند و آن ها هم به شدت استقبال می کنند از این که این برسی محتوایی صورت پیگیرد و بتوانند با آسودگی خاطر بازی ها در اختیار کودکانشان قرار دهند.

کردمیهن با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار کرد: بهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بگذاریم، باز هم موفق نخواهیم بود، مادامی که مردم از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بچه هایشان مطلع شوند و وقتی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند و بلکه حتی تقاضا مثبت شان را تقویت کند.

وی ادامه داد: اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشود و متقاضی تداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دندگانه ای در این حوزه نداریم. تمام درخواست ما نیز این است که به اشکال مختلف بحث رده پندی سنی و دقت نظر مردم روی محتوای بازی ها و این که این بازی اصلًا مجاز است یا نه و اگر مجاز است برای چه سنی قابل استفاده را دارد، بر طرف شود که در آن صورت دندگانه ای در این باره نخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه پندی محتوا انجام می شود و بسیار حائز اهمیت است، اظهار کرد: یو: فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه پندی می شود. حتی فارغ از مباحثت دینی و مذهبی این رتبه پندی انجام شده است و برای بحث خشونت و مباحثت جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافقی را ایجاد کرده، الیته در کشور ما مسائل شرعاً هم اهمیت دارد.

خسرو سلیمانی هم چنین خاطرنشان کرده بود: حتی خود مخصوصاتی که برای کودک مناسب است، برای سینم مختلف رتبه پندی می شود در حال حاضر در کشور برای بازی های رایانه ای این رتبه پندی انجام شده اما خلواده ها آگاه نیستند که این رتبه پندی متناسب سن کودکشان هست یا خیر و خیلی کم از آن استفاده می شود. درصورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه پندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهند، مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک رتبه پندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند. انتهای پیام



## اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...

اقتصاد ایران: برای فرهنگ سازی رده بندی سنی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا آسیب ها و خطرات بازی برای بچه هایشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی نقاط مثبت آنان را تقویت کند.

به گزارش ایستاده، در ایران پیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند؛ آن ها برای دستیابی به اطلاعات، برقراری ارتباط با دوستان و اعصابی خانواده، انجام تکالیف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و البته بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عمده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظر فرسخ ها و تهدیدها مورد توجه قرار داد.

فضای مجازی برای استفاده در موارد مختلفی مفید است؛ هرچند خطرات بالقوه و بالفعلي برای فرزندان در این فضا نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی تعلقان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم نه فقط در ایران بلکه در سیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است.

خسرو کردیمین - معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایستاده درباره رده بندی بازی های رایانه ای توضیح داد؛ رده بندی سنی از نظر محتوایی بازی هاست که در همه جای دنیا نیز قیل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت بررسی رده بندی سنی و محتوایی قرار می گیرد. در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی سنی بازی های رایانه ای را بر عهده دارد، بازی را به طول کامل بررسی می کنند. وی در ادامه با بیان این که رده های سنی که به بازی ها داده می شود بر اساس شرایط سنی است که شامل مثبت هفت، ۱۲ و ۱۸ می شود، افزود؛ اگر یک بازی مغایر با فرهنگ اسلامی، يومی و ایرانی باشد، طبعاً رای نمی اورد و رده نمی گیرد اما اگر مغایر نباشد و مشکلی مغایر با فرهنگ ما نداشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان کرد؛ بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صدای سیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمن بر این بوده که این موضوع را در بین آحاد مردم جا بیندازیم و البته اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتش، که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و تواسته به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی سنی را آموزش دهد.

معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی ها بیان کرد؛ ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهند و آن ها هم به شدت استقبال می کنند از این که این بررسی محتوایی صورت گیرد و بتوانند با آسودگی خاطر بازی ها را در اختیار کودکانشان قرار دهند.

کردیمین با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار کرد؛ بهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بگذاریم، باز هم موقوع نخواهیم بود، مادامی که مردم از محتوا آسیب ها و خطرات بازی برای بچه هایشان مطلع شوند وقتی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند و بلکه حتی نقاط مثبت شان را تقویت کند.

وی ادامه داد؛ اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشود و متقاضی تداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دغدغه ای در این حوزه نداریم. تمام درخواست های تیز این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی سنی و دقت نظر مردم روی محتوای بازی ها و این که این بازی اصلاً مجاز هست یا نه و اگر مجاز است برای چه سنی قابلیت استفاده را دارد، برطرف شود که در آن صورت دغدغه ای در این بخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود و بسیار حائز اهمیت است، اظهار کرد: بود فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحثت دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشوت و مباحثت جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافقی را ایجاد کرده، البته در کشور ما مسائل شرعی هم اهمیت دارد.

خسرو سلحوتی هم چنین خاطرنشان کرد؛ حتی خود محصولاتی که برای کودک مناسب است، برای سنین مختلف رتبه بندی می شود در حال حاضر در کشور برای بازی های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خانواده ها آگاه نیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکشان هست یا خوب و خوبی کم از آن استفاده می شود. درصورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهند، مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک، رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند. انتهای پایام



## اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...

برای فرهنگ سازی رده بندی سنی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا آسیب ها و خطرات بازی برای بچه هایشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی نقاط مثبت آنان را تقویت کند.

به گزارش آرمان اقتصادی، در ایران پیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند؛ آن ها برای دستیابی به اطلاعات، برقراری ارتباط با (آدامه دارد...)

(ادامه خبر ... ) دوستان و اعضا خانواده، انجام تکاليف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و الیه بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد، به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظر فرست ها و تهدیدها مورد توجه قرار داد.

فضای مجازی برای استفاده در موارد متعددی مفید است؛ هرچند خطرات بالقوه و بالفعل برای فرزندان در این فضای نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی نفعان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم نه فقط در ایران بلکه در سیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است. خسرو کرده‌هاین - معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایسنا درباره رده بندی بازی های رایانه ای توضیح داد؛ رده بندی سنی از نظر محتوا ای بازی هاست که در همه جای دنیا نیز قبل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت برسی رده بندی سنی و محتوا ای قرار می گیرد در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی سنی بازی های رایانه ای را بر عهده دارد، بازی را به طول کامل بررسی می کنند. وی در ادامه با بیان این که رده های سنی که به بازی ها داده می شود بر اساس شرایط سنی است که شامل مثبت هفت، ۱۲ و ۱۸ و می شود، افزود؛ اگر یک بازی مغایر با فرهنگ اسلامی، یومی و ایرانی باشد طبعاً رای نمی آورد و رده نمی گیرد اما اگر مغایر نباشد و مشکلی مغایر با فرهنگ ما نداشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان گردید؛ بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صداوسیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمن بر این بوده که این موضوع را در بین احاد مردم جا بیندازیم و الیه اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتش که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و تواسته به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی سنی را آمزش دهد.

معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی های بیان گردید؛ ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدھیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهند و آن ها هم به شدت استقبال می کنند از این که این برسی محتوا صورت گیرد و پتواند با آسودگی خاطر بازی ها را در اختیار کودکانشان قرار دهد.

کرده‌هاین با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار گردید؛ بهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بکاریم، باز هم موفق نخواهیم بود، مادامی که مردم از محتوا، اسباب ها و خطرات بازی برای بجهه هایشان مطلع شوند و قنی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند و بلکه حتی نقاط مثبت شان را تقویت کند.

وی ادامه داد؛ اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشود و متقاضی تداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دغدغه ای در این حوزه نداریم. تمام درخواست ما نیز این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی سنی و دقت نظر مردم روی محتواهای بازی ها و این که این بازی اسلاماً مجاز هست یا نه و اگر مجاز است برای چه سنی قابل استفاده را دارد، بر طرف شود که در آن صورت دغدغه ای در این باره نخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود و بسیار حائز اهمیت است، اظهار گرده بود؛ فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحث دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشونت و مباحث جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافقی را ایجاد کرده، الیه در کشور ما مسائل شرعاً هم اهمیت دارد.

خسرو سلجوچی هم چنین خاطرنشان گرده بود؛ حتی خود محصولاتی که برای کودک مناسب است، برای سنین مختلف رتبه بندی می شود در حال حاضر در کشور برای بازی های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خوانده ها آگاه نیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکانشان هست یا خوب و خوبی کم از آن استفاده می شود. در صورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهد. مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک، رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند.

انتهای پایام



## اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...

برای فرهنگ سازی رده بندی سنی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا، اسباب ها و خطرات بازی برای بجهه هایشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی نقاط مثبت آنها را تقویت کند.

به گزارش ایستاده در ایران بیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند؛ آن ها برای دستیابی به اطلاعات، برقراری ارتباط با دوستان و اعضا خانواده، انجام تکاليف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و الیه بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظر فرست ها و تهدیدها مورد توجه قرار داد.

فضای مجازی برای استفاده در موارد متعددی مفید است؛ هرچند خطرات بالقوه و بالفعل برای فرزندان در این فضای نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی نفعان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم نه فقط در ایران بلکه در سیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است (ادامه دارد ...).

(ادامه خبر ...) خسرو کردمیهن - معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایستاد درباره رده بندی بازی های رایانه ای توضیح داد: رده بندی سئی از نظر محتوایی بازی هاست که در همه جای دنیا نیز قبل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت بررسی رده بندی سئی و محتوایی قرار می گیرد در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی سئی بازی های رایانه ای را بر عهده دارد، بازی را به طول کامل بررسی می کنند. وی در ادامه با بیان این که رده های سئی که به بازی ها داده می شود بر اساس شرایط سئی است که شامل مثبت هفت، ۱۲، ۱۵ و ۱۸ می شود، افزود: اگر یک بازی مغایر با فرهنگ اسلامی، بومی و ایرانی باشد، طبعاً رای نمی آورد و رده نمی گیرد اما اگر مغایر نباشد و مشکلی مغایر با فرهنگ ما نداشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان کرد: بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صنایع سیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمن بر این بوده که این موضوع را در بین آحاد مردم جا بیندازیم و البته اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتی که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و توانسته به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی سئی را آموزش دهد.

معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی ها بیان کرد: ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهند و آن ها هم به شدت استقبال می کنند از این که این بررسی محتوایی صورت بگیرد و بتوانند با آسودگی خاطر بازی ها را در اختیار کودکانشان قرار دهند.

کردمیهن با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار کرد: بهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بکناریم، باز هم موقق نخواهیم بود، مادامکه مردم از محتوا، آسیب ها و خطوات بازی هایشان مطلع شوند. وقتی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند بلکه حتی نقاط مثبت شان را تقویت کند.

وی ادامه داد: اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشود و متقاضی تداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دغدغه ای در این حوزه نداریم. تمام درخواست ما نیز این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی سئی و دقت نظر مردم روی محتوای بازی ها و این که این بازی اصلاً مجاز نیست یا نه و اگر مجاز است برای چه سئی قابل استفاده را دارد، برطرف شود که در آن صورت دغدغه ای در این بازه نخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات عامل سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود و بسیار حائز اهمیت است، اظهار کرد: بود فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحث دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشونت و مباحث جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافقی را ایجاد کرده است. البته در کشور ما مسائل شرعاً هم اهمیت دارد.

خسرو سلجویی هم چنین خاطرنشان کرد: بود حتی خود محصولاتی که برای کودک مناسب است، برای سینم مختلف رتبه بندی می شود در حال حاضر در کشور برای بازی های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خانواده ها آگاه تیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکشان هست یا خیر و خوبی کم از آن استفاده می شود. درصورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهند، مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب های برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند. انتهای پیام

## اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...

برای فرهنگ سازی رده بندی سئی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بجهه هایشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی نقاط مثبت آن را تقویت کند.

به گزارش ایسا، در ایران پیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند: آن ها برای دستیابی به اطلاعات، برقراری ارتباط با دوستان و اعضا خانواده، انجام تکالیف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و البته بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عمده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظر فرصت ها و تهدیدها مورد توجه قرار داد.

فضای مجازی برای استفاده در موارد متعددی مفید است: هرچند خطرات بالقوه و بالغی برای فرزندان در این فضا نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی نفعان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم نه فقط در ایران بلکه در بسیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است.

خسرو کردمیهن - معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایستاد درباره رده بندی بازی های رایانه ای توضیح داد: رده بندی سئی از نظر محتوایی بازی هاست که در همه جای دنیا نیز قیل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت بررسی رده بندی سئی و محتوایی قرار می گیرد در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی سئی بازی های رایانه ای را بر عهده دارد، بازی را به طول کامل بررسی می کنند. وی در ادامه با بیان این که رده های سئی که به بازی ها داده می شود بر اساس شرایط سئی است که شامل مثبت هفت، ۱۲، ۱۵ و ۱۸ می شود، افزود: اگر یک بازی مغایر با فرهنگ اسلامی، بومی و ایرانی باشد، طبعاً رای نمی آورد و رده نمی گیرد اما اگر مغایر نباشد و مشکلی مغایر با فرهنگ ما (ادامه دارد...)



(ادامه خبر...) نداشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان کرد: بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صداوسیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمن بر این بوده که این موضوع را در بین آحاد مردم جا بیندازیم و البته اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتش که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و توائمه به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی منی را آموزش دهد.

معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی ها بیان کرد: ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدیهیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهند و آن ها هم به شدت استقبال می کنند لز این که این بورسی محتوایی صورت پذیرد و پتواند با آسودگی خاطر بازی ها را در اختیار کودکانشان قرار دهد.

کردمیهن با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار کرد: بهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بگذاریم، باز هم موفق نخواهیم بود، مادامی که مردم از محتوا آسیب ها و خطرات بازی برای یادداشان مطلع شوند و قتنی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند بلکه حتی نقاط مثبت شان را تقویت کند.

وی ادامه داد: اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشود و متقاضی نداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دغدغه ای در این حوزه تداریم. تمام درخواست ما تبیین این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی منی و دقت نظر مردم روی محتوای بازی ها و این که این بازی اصلاً مجاز هست یا نه و اگر مجاز است برای چه منی قابل استفاده را دارد، برطرف شود که در آن صورت دغدغه ای در این باره نخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات عامل سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود و بسیار حائز اهمیت است، اظهار کرد: یو: فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحثت دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشوت و مباحثت جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافقی را ایجاد کرده، البته در کشور ما مسائل شرعاً هم اهمیت دارد.

خسرو سلجویی هم چنین خاطرنشان کرد: حتی خود محصولاتی که برای کودک مناسب است، برای سنین مختلف رتبه بندی می شود در حال حاضر در کشور برای بازی های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خانواده ها آگاه نیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکانشان هست یا خیر و خوبی کم از آن استفاده می شود. درصورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهد، مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک، رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند.

منبع: ایسا

## جامعه خبری تحلیلی الف

### اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...

برای فرهنگ سازی رده بندی منی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای یادداشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی نقاط مثبت آنان را تقویت کند.

به گزارش ایسا، در ایران بیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند؛ آن ها برای دستیاری به اطلاعات، برقراری ارتباط با دوستان و اعضای خانواده، انجام تکالیف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و البته بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عمده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظر فرصت ها و تهدیدها مورد توجه قرار داد.

فضای مجازی برای استفاده در موارد محدودی مفید است؛ هرچند خطرات بالقوه و بالفعلی برای فرزندان در این فضای نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی نفعان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم نه فقط در ایران بلکه در بسیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است. خسرو کردمیهن - معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایسا درباره رده بندی بازی های رایانه ای توضیح داد: رده بندی منی از نظر محتوایی بازی هاست که در همه جای دنیا نیز قبل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت بررسی رده بندی منی و محتوایی قرار می گیرد. در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی منی بازی های رایانه ای را بر عهده دارند، بازی را به طول کامل بررسی می کنند. وی در ادامه با بیان این که رده های منی که به بازی ها داده می شود بر اساس شرایط منی است که شامل مثبت هفت، ۱۵ و ۱۸ می شود، افزود: اگر یک بازی مغایر با فرهنگ اسلامی، بومی و ایرانی باشد، طبعاً رای منی آورد و رده منی گیرد اما اگر مغایر نباشد و مشکلی مغایر با فرهنگ ما نداشته باشد، رده منی گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان کرد: بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صداوسیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمن بر این بوده که این موضوع را در بین آحاد مردم جا بیندازیم و البته اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتش که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و توائمه به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی منی را آموزش دهد.(ادامه دارد...)

(ادامه خبر ...) معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی ها بیان کرد: ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدھیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهد و آن ها هم به شدت استقبال می کنند از این که این برسی محتوایی صورت گیرد و بتوانند با آسودگی خاطر بازی ها را در اختیار کودکانشان قرار دهند.

کردمیهن با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار کرد: پهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بگذاریم، باز هم موفق نخواهیم بود، مادامی که مردم از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بجهه هایشان مطلع شوند و قنی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند بلکه حتی نقاط مثبت شان را تقویت کند.

وی ادامه داد: اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشود و متقاضی تداشتند باشد، به صورت خودکار بیارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دغدغه ای در این حوزه نداریم. تمام درخواست ما نیز این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی سنی و دقت نظر مردم روی محتوای بازی ها و این که این بازی اصلاً مجاز هست یا نه و اگر مجاز است برای چه سنی قابل استفاده را دارد، برطرف شود که در آن صورت دغدغه ای در این بازه نخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات عامل سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود بسیار حائز اهمیت است، اظهار کرده بود: فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحث دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشونت و مباحث جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافقی را ایجاد کرده، البته در کشور ما مسائل شرعاً هم اهمیت دارد.

خسرو سلجویقی هم چنین خاطرنشان کرده بود: حتی خود مخصوصاتی که برای کودک مناسب است، برای سینم مخصوصاتی که در دنیا مقوله رتبه بندی می شود در حال حاضر در کشور برای بازی های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خاتمده ها آگاه تیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکانشان هست یا خیر و خوبی کم از آن استفاده می شود. در صورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهند، مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند.

## ایستانيوز

### اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...

ایستانيوز برای فرهنگ سازی رده بندی سنی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بجهه هایشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی نقاط مثبت آنان را تقویت کند.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بازارهای مالی [ایستانيوز]، در ایران بیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند؛ آن ها برای دستیابی به اطلاعات، برقراری ارتباط با دوستان و اعضای خانواده، انجام تکالیف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و الیه بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عمده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظر فرستاد و تهدیدها مورد توجه قرار داد.

فضای مجازی برای استفاده در موارد متعدد مفید است؛ هرچند خطرات بالقوه و بالفعلی برای فرزندان در این فضای نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی نفعان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم نه فقط در ایران بلکه در سیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است.

خسرو کردمیهن - معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایستاده درباره رده بندی بازی های رایانه ای توضیح داد: رده بندی سنی از نظر محتوایی بازی هاست که در همه جای دنیا نیز قبل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت بررسی رده بندی سنی و محتوایی قرار می گیرد. در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی سنی بازی های رایانه ای را بر تعهد دارند، بازی را به طول کامل بررسی می کنند.

وی در ادامه با بیان این که رده های سنی که به بازی ها داده می شود بر اساس شرایط سنی است که شامل مثبت هفت، ۱۲، ۱۵ و ۱۸ می شود، افزود: اگر یک بازی مذایر با فرهنگ اسلامی، يومی و ایرانی باشد طبعاً رای نمی اورد و رده نمی گیرد اما اگر مفایر نباشد و مشکلی مذایر با فرهنگ ما نداشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان کرد: پهترین گزینه برای فرهنگ سازی صداوسیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمن بر این بوده که این موضوع را در بین احاد مردم جا بیندازیم و الیه اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتش که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و تواسته به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی سنی را آموزش دهد.

معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی ها بیان کرد: ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدھیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهند و آن ها هم به شدت استقبال می کنند از این که این برسی محتوایی صورت گیرد و بتوانند با آسودگی خاطر بازی ها را در اختیار کودکانشان قرار دهند.

کردمیهن با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار کرد: پهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بگذاریم، باز هم موفق نخواهیم بود، مادامی که مردم از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بجهه هایشان (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر...) مطلع شوند. وقتی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند و بلکه حتی نقاط مثبت شان را تقویت کند.

وی ادامه داد: اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشد و متقاضی تداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دغدغه ای در این حوزه نداریم. تمام درخواست ما تیز این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی سئی و دقت نظر مردم روی محتوای بازی ها و این که این بازی اصلًا مجاز هست یا نه و اگر مجاز است بقابلیت استفاده را دارد، برطرف شود که در آن صورت دغدغه ای در این باره نخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات سازمان فناوری اطلاعات بایان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود و بسیار حائز اهمیت است، اظهار کرد: بود فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحث دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشونت و مباحث جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافقی را ایجاد کرده، البته در کشور ما مسائل شرعی هم اهمیت دارد.

خسرو سلجوچی هم چنین خاطرنشان کرده بود: حتی خود محصولاتی که برای کودک مناسب است، برای سینم مخالف رتبه بندی می شود در حال حاضر در کشور برای بازی های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خاتمده ها آگاه نیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکشان هست یا خیر و خیلی کم از آن استفاده می شود. درصورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهند، مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند.

## از رتبه بندی بازی های رایانه ای برای کودکان چقدر می دانید؟ (۱۰۰۰-۷۷۰،۰،۰)

ایتنا - در کشور برای بازی های رایانه ای رتبه بندی انجام شده اما خاتمده ها آگاه نیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکشان هست یا خیر.

برای فرهنگ سازی رده بندی سئی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا، اسیب ها و خطوط بازی برای هایشن مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی نقاط مثبت آن را تقویت کند. به گزارش ایتنا از اینستا، در ایران پیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند: آن ها برای دستیابی به اطلاعات، برقراری ارتباط با دوستان و اعضا خاتمده انجام تکالیف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و الیه بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عمده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظر فرست ها و تهدیدها مورد توجه قرار نداد. فضای مجازی برای استفاده در موارد متفاوت مفید است؛ هرچند خطوط بالقوه و بالقطعی برای فرزندان در این فضا نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی نفعان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم نه فقط در ایران بلکه در بسیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است.

خسرو کردیمین - معاون نظارت و ارزش بایی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایتنا درباره رده بندی بازی های رایانه ای توضیح داد: رده بندی سئی از نظر محتواهای بازی هاست که در همه جای دنیا نیز قابل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت بررسی رده بندی سئی و محتواهای قرار می گیرد. در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی سئی بازی های رایانه ای را بر عهده دارند، بازی را به طول کامل بررسی می کنند.

وی در ادامه بایان این که رده های سئی که به بازی ها داده می شود بر اساس شرایط سئی است که شامل مثبت هفت، ۱۲، ۱۵ و ۱۸ می شود، افزود: اگر یک

بازی مغایر با فرهنگ اسلامی، یومی و ایرانی باشد طبعاً رای نمی اورد و رده نمی گیرد اما اگر مغایر نباشد و مشکلی مغایر با فرهنگ ما نداشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان کرد: بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صنایع سیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمن بر این بوده که این موضوع را در بین احاد مردم جا بیندازیم و الیه اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتنی که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و توانسته به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی سئی را آموزش دهد.

معاون نظارت و ارزش بایی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی ها بیان کرد: ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهند و آن ها هم به شدت استقبال می کنند از این که این بررسی محتواهای صورت بگیرد و بتوانند با آسودگی خاطر بازی ها را در اختیار کودکانشان قرار دهند.

کردیمین با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار کرد: بهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بگذرانیم، باز هم موفق نخواهیم بود، مادامکه مردم از محتوا، اسیب ها و خطوط بازی هایشن مطلع شوند. وقتی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند و بلکه حتی نقاط مثبت شان را تقویت کنند.

وی ادامه داد: اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشد و متقاضی تداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دغدغه ای در این حوزه نداریم. تمام درخواست ما تیز این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی سئی و دقت نظر مردم روی محتواهای بازی ها و این که این بازی اصلًا مجاز هست یا نه و اگر مجاز است بقابلیت استفاده را دارد، برطرف شود که در آن صورت دغدغه ای (ادامه دارد...)

(ادامه خبر...) در این باره نخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات عامل سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود و بسیار حائز اهمیت است، اظهار کرده بود فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحث دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشونت و مباحث جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافق را ایجاد کرده است، البته در کشور ما مسائل شرعاً هم اهمیت دارد.

خسرو سلجوچی هم چنین خاطرنشان کرده بود: حتی خود محصولاتی که برای کودک مناسب است، برای سنین مختلف رتبه بندی می شود. در حال حاضر در کشور برای بازی های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خاتوانه ها آگاه نیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکشان هست یا خیر و خوبی کم از آن استفاده می شود. در صورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهدند، مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند.



## اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند...

برای فرهنگ سازی رده بندی سئی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بجهه هایشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی نقاشهای متعدد آن را تقویت کند.

به گزارش آی تابناک: در ایران پیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند آن ها برای دستیاری به اطلاعات ارتباط با دوستان و اعضا خانواده انجام تکالیف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و الیه بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عمده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظر فرست ها و تهدیدها مورد توجه قرار نماید. فضای مجازی برای استفاده در موارد متعددی مفید است: هرچند خطرات بالقوه و بالغلى برای فرزندان در این فضا نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی نفعان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم نه فقط در بسیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است. خسرو کردیمین - معاون نظارت و ارزش بانی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایسا درباره رده بندی بازی های رایانه ای توضیح داد: رده بندی سئی از نظر محتواهای بازی هاست که در همه جای دنیا نیز قبل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت بررسی رده بندی سئی و محتواهای قرار می گیرد. در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی سئی بازی های رایانه ای را بر عهده دارد، بازی را به طول کامل بررسی می کنند. وی در ادامه با بیان این که رده های سئی که به بازی ها داده می شود، بر اساس شرایط سئی است که شامل مثبت هفت، ۱۰، ۱۲ و ۱۸ می شود، افزود: اگر یک بازی مغایر با فرهنگ اسلامی، بومی و ایرانی باشد، طبعاً رای نمی اورد و رده نمی گیرد اما اگر مغایر باشد و مشکلی مغایر با فرهنگ ما داشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان کرد: بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صداوسیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمن بر این بوده که این موضوع را در بین آحاد مردم جایگذاریم و الیه اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتش که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و توائمه به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی سئی را آموزش دهد.

معاون نظارت و ارزش بانی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی ها بیان کرد: ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهند و آن ها هم به شدت استقبال می کنند از این که این بررسی محتواهای صورت گیرد و بتوانند با آسودگی خاطر بازی ها را در اختیار کودکانشان قرار دهند.

کردیمین با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار کرد: بهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بگذاریم، باز هم موفق نخواهیم بود، مادامی که مردم از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بجهه هایشان مطلع شوند و وقتی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند و بلکه حتی نقاشهای متعدد را تقویت کند.

وی ادامه داد: اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشود و متقاضی تداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دغدغه ای در این حوزه تداریم. تمام درخواست ما نیز این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی سئی و دقت نظر مردم روی محتواهای بازی ها و این که این بازی اصلًا مجاز هست یا نه و اگر مجاز است برای چه سئی قابل استفاده را دارد، برطرف شود که در آن صورت دغدغه ای در این باره نخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات عامل سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود و بسیار حائز اهمیت است، اظهار کرده بود فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحث دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشونت و مباحث جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافق را ایجاد کرده است، البته در کشور ما مسائل شرعاً هم اهمیت دارد.

خسرو سلجوچی هم چنین خاطرنشان کرده بود: حتی خود محصولاتی که برای کودک مناسب است، برای سنین مختلف رتبه بندی می شود. (ادامه دارد...)

(ادامه خبر...) در حال حاضر در کشور برای بازی های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خاتمدها آگاه نیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکشان هست یا خوب و خوبی کم از آن استفاده می شود. درصورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهد. مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند.

ضعیف: ایستا

## مکالمه

## اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را پدافتند...

برای فرهنگ سازی رده بندی سنی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بجه هایشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهد که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی نقاط مثبت آنان را تقویت کند.

در ایران بیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند؛ آن ها برای دستیابی به اطلاعات، برقراری ارتباط با دوستان و اعضا خاتمدها، انجام تکالیف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و البته بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عمده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظر فرصت ها و تهدیدها مورد توجه قرار داد.

فضای مجازی برای استفاده در موارد متعددی مفید است: هرچند خطرات بالقوه و بالغی برای فرزندان در این فضای نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی نفعان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم ته فقط در ایران بلکه در بسیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است. خسرو کردپیش - معاون نظارت و ارزش بازی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایستا درباره رده بندی بازی های رایانه ای توضیح داد: رده بندی سنی از نظر محتواهای بازی هاست که در همه جای دنیا نیز قابل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت توجه بررسی رده بندی سنی و محتواهای قرار می گیرد در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی سنی بازی های رایانه ای را بر عهده دارد، بازی را به طول کامل بررسی می کنند وی در ادامه با بیان این که رده های سنی که به بازی ها داده می شود بر اساس شرایط سنی است که شامل مثبت هفت، ۱۲، ۱۵ و ۱۸ می شود، افزود: اگر یک بازی مغایر با فرهنگ اسلامی، يومی و ایرانی باشد طبعاً رای نمی آورد و رده نمی گیرد اما اگر مغایر نباشد و مشکلی مغایر با فرهنگ ما نداشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان کرد: بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صداوسیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمن بر این بوده که این موضوع را در بین آحاد مردم جا بیندازیم و البته اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتش که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و توائسته به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی سنی را آموخته دهد.

معاون نظارت و ارزش بازی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی ها بیان کرد: ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهد و آن ها هم به شدت استقبال می کنند از این که این بررسی محتواهای صورت بگیرد و بتوانند با آسودگی خاطر بازی ها را در اختیار کودکانشان قرار دهند.

کردپیش با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار کرد: بهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بگذاریم، باز هم موفق نخواهیم بود، مادامی که مردم از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای هایشان مطلع شوند و قتنی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند و بلکه حتی نقاط مثبت شان را تقویت کند.

وی ادامه داد: اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشود و متقاضی تداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دغدغه ای در این حوزه نداریم. تمام درخواست ما تیز این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی سنی و دقت نظر مردم روی محتواهای بازی ها و این که این بازی اصلاً مجاز هست یا نه و اگر مجاز است برای چه سنی قابلیت استفاده را دارد، بروط شود که در آن صورت دغدغه ای در این برخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود بسیار حائز اهمیت است، اظهار کرد: یو: فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحث دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشونت و مباحث جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافقی را ایجاد کرده، البته در کشور ما مسائل شرعاً هم اهمیت دارد.

خسرو سلجویی هم چنین خاطرنشان کرده بود: حتی خود محصولاتی که برای کودک مناسب است، برای سینم مختلف رتبه بندی می شود در حال حاضر در کشور برای بازی های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خاتمدها آگاه نیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکشان هست یا خوب و خوبی کم از آن استفاده می شود. درصورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهد. مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند. ایستا

## اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند... (۱۴۰۵-۰۷-۰۸/۲۲)

برای فرهنگ سازی رده بندی سنی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بچه هایشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی نقاط مثبت آنان را تقویت کند.

موبنا - در ایران بیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند؛ آن ها برای دستیابی به اطلاعات، برقراری ارتباط با دوستان و اعضا خانواده، انجام تکالیف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و البته بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عمده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظر فرصت ها و تهدیدها مورد توجه قرار داد. فضای مجازی برای استفاده در موارد محدودی مفید است؛ هرچند خطرات بالقوه و بالغی برای فرزندان در این فضا نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی تعلقان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم نه فقط در ایران بلکه در سراسر از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است. خسرو کردیمین - معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایسنا درباره رده بندی سنی در همه جای دنیا نیز قبول از این که یک بازی برای همچنان انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت بررسی رده بندی سنی و محتوایی قرار می گیرد. در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی سنی بازی های رایانه ای را بر عهده دارد، بازی را به طول کامل بررسی می کنند و محتوایی در ادامه با بیان این که رده های سنی که به بازی ها داده می شود بر اساس شرایط سنی است که شامل مثبت هفت، ۱۵ و ۱۸ می شود، افزود؛ اگر یک بازی مغایر با فرهنگ اسلامی، يومی و ایرانی باشد، طبعاً رای نمی اورد و رده نمی گیرد اما اگر مغایر نباشد و مشکلی مغایر با فرهنگ ما نداشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان کرد؛ بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صدای سیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمن بر این بوده که این موضوع را در بین آحاد مردم جا بیندازیم و البته اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتش، که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و تواسته به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی سنی را آموزش دهد.

معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی ها بیان کرد؛ ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهند و آن ها هم به شدت استقبال می کنند از این که این بررسی محتوایی صورت گیرد و بتوانند با آسودگی خاطر بازی ها را در اختیار کودکانشان قرار دهند.

کردیمین با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار کرد؛ بهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بگذاریم، باز هم موقوع نخواهیم بود، مادامی که مردم از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بچه هایشان مطلع شوند وقتی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند و بلکه حتی نقاط مثبت شان را تقویت کند.

وی ادامه داد؛ اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشود و متقاضی تداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دغدغه ای در این حوزه نداریم. تمام درخواست ما تیز این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی سنی و دقت نظر مردم روی محتوای بازی ها و این که این بازی اصلاً مجاز هست یا نه و اگر مجاز است برای چه سنی قابل استفاده را دارد، برطرف شود که در آن صورت دغدغه ای در این باره نخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود و بسیار حائز اهمیت است، اظهار کرد؛ بود؛ فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحثت دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشوت و مباحثت جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافقی را ایجاد کرده، البته در کشور ما مسائل شرعاً هم اهمیت دارد.

خسرو سلجوچی هم چنین خاطرنشان کرد؛ حتی خود محصولاتی که برای کودک مناسب است، برای سنین مختلف رتبه بندی می شود در حال حاضر در کشور برای بازی های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خانواده ها آگاه نیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکشان هست یا خوب و خوبی کم از آن استفاده می شود. درصورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهند، مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک، رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند.

منبع: ایسنا

## فاؤانیوز

### اگر والدین خطرات بازی های رایانه ای را بدانند... (۱۴۰۵-۰۷-۰۸/۲۲)

برای فرهنگ سازی رده بندی سنی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بچه هایشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی نقاط مثبت آنان را تقویت کند.

به گزارش فاؤانیوز به نقل از ایسنا، در ایران بیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند؛ آن ها برای دستیابی به اطلاعات، برقراری (آدامه دارد ...)

(ادامه خبر...) ارتباط با دوستان و اعضای خانواده، انجام تکالیف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و البته بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظیر فرست ها و تهدیدها مورد توجه قرار داد.

فضای مجازی برای استفاده در موارد متعددی مفید است: هرچند خطرات بالقوه و بالفضل برای فرزندان در این فضای نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی نفعان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم نه فقط در ایران بلکه در بسیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است. خسرو کردمیهن - معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایسنا درباره رده بندی بازی های رایانه ای توضیح داد: رده بندی سنی از نظر محتوایی بازی هاست که در همه جای دنیا نیز قبل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت برسی رده بندی سنی و محتوایی قرار می گیرد. در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی سنی بازی های رایانه ای را بر عهده دارد، بازی را به طول کامل بررسی می کنند. وی در ادامه با بیان این که رده های سنی که به بازی ها داده می شود، بر اساس شرایط سنی است که شامل مشت هفت، ۱۲، ۱۵ و ۱۸ می شود، افزود: اگر یک بازی مغایر با فرهنگ اسلامی، يومی و ایرانی باشد طبعاً رای نمی آورد و رده نمی گیرد اما اگر مغایر نباشد و مشکلی مغایر با فرهنگ ما نداشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان گردید: بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صداوسیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمان بر این بوده که این موضوع را در بین احاد مردم جا بیندازیم و البته اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتش رضایت بخش بوده است و توانسته به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی سنی را آمزش دهد.

معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی های بیان گردید: ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدھیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهند و آن ها هم به شدت استقبال می کنند لزین که این برسی محتوایی صورت گیرد و بتواتر با آسودگی حاضر بازی ها در اختیار کودکانشان قرار دهند.

کردمیهن با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار گردید: بهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بکاریم، باز هم موفق نخواهیم بود، مادامی که مردم از محتوا، اسباب ها و خطرات بازی برای بجهه هایشان مطلع شوند و قنی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند و بلکه حتی نقاط مثبت شان را تقویت کند.

وی ادامه داد: اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشود و متقاضی تداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دغدغه ای در این حوزه نداریم. تمام درخواست ما تیز این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی سنی و دقت نظر مردم روی محتوای بازی ها و این که این بازی اسلاماً مجاز هست یا نه و اگر مجاز است برای چه سنی قابلیت استفاده را دارد، بروزگشته که در آن صورت دغدغه ای در این باره نخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود و بسیار حائز اهمیت است، اظهار گرده بود: فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحث دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشونت و مباحث جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافقی را ایجاد کرده، البته در کشور ما مسائل شرعاً هم اهمیت دارد.

خسرو سلجویی هم چنین خاطرنشان گرده بود: حتی خود محصولاتی که برای کودک مناسب است، برای سنین مختلف رتبه بندی می شود. در حال حاضر در کشور برای های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خلاصه ها آگاه نیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکشان هست یا خیر و خوبی کم از آن استفاده می شود. درصورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهند. مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک، رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند.

## بازی های رایانه ای چه خطراتی برای بچه ها دارند؟ (۱۴۰۰-۰۷-۰۷)

برای فرهنگ سازی رده بندی سنی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا، اسباب ها و خطرات بازی برای بجهه هایشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی نقاط مثبت آنان را تقویت کند.

در ایران پیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند؛ آن ها برای دستیابی به اطلاعات، برقراری ارتباط با دوستان و اعضای خانواده، انجام تکالیف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و البته بازی رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظیر فرست ها و تهدیدها مورد توجه قرار داد.

فضای مجازی برای استفاده در موارد متعددی مفید است: هرچند خطرات بالقوه و بالفضل برای فرزندان در این فضای نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی نفعان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم نه فقط در ایران بلکه در بسیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است.

خسرو کردمیهن - معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، درباره رده بندی بازی های رایانه ای توضیح داد: رده بندی سنی از نظر محتوایی بازی هاست که در همه جای دنیا نیز قبل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت برسی رده بندی سنی و محتوایی قرار می گیرد. در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی سنی بازی های رایانه ای را بر عهده دارد، بازی را به طول کامل بررسی می کنند (ادامه دارد...).

(ادامه خبر ...) وی در ادامه با بیان این که رده های سنی که به بازی ها داده می شود، بر اساس شرایط سنی است که شامل مثبت هفت، ۱۲، ۱۵ و ۱۸ می شود افزود: اگر یک بازی مغایر با فرهنگ اسلامی، یومی و ایرانی باشد، طبعاً رای نمی اورد و رده نمی گیرد اما اگر مغایر نباشد و مشکلی مغایر با فرهنگ ما نداشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان کرد: بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صداوسیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمن بر این بوده که این موضوع را در بین آحاد مردم جا بیندازیم و البته اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتنی که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و توانسته به قشر زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی سنی را آموخته دهد.

معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به بخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی ها بیان کرد: ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدھیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهند و آن ها هم به شدت استقبال می کنند از این که این بررسی محتوایی صورت بگیرد و بتوانند با آسودگی خاطر بازی ها را در اختیار کودکانشان قرار دهند.

کردمیهن با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار کرد: بهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بگذریم، باز هم موفق نخواهیم بود، مادامی که مردم از محتواهای خوب ها و خطوات بازی نمی بینند و مطلع نمی شوند. وقتی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند و بلکه حتی تقدیم مثبت شان را تقویت کند.

وی ادامه داد: اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشود و متقاضی نداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دشغله ای در این حوزه نداریم. تمام درخواست ما تبیین این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی سنی و دقت نظر مردم روی محتوای بازی ها و این که این بازی اصلًا مجاز هست یا نه و اگر مجاز است برای چه سنی قابل استفاده را دارد، بشرط شود که در آن صورت دشغله ای در این بازه نخواهیم داشت.

۱۳۱ پیش از این هم عضو هیات عامل سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود و بسیار حائز اهمیت است، اظهار کرده بود فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحثت دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشونت و مباحثت جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نباشد، در کشورهای لیبرال هم موافقی را ایجاد کرده است. البته در کشور ما مسائل شرعاً هم اهمیت دارد.

خسرو سلجویی هم چنین خاطرنشان کرده بود: حتی خود محصولاتی که برای کودک مناسب است، برای سینم مختلف رتبه بندی می شود در حال حاضر در کشور برای های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خاتوهای ها آگاه تیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکشان هست یا خیر و خیلی کم از آن استفاده می شود. درصورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهند، مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند.

\*ایستا

## تصویر از اتفاق

### فناگاهی والدین از آسیب ها و خطوات بازی برای بچه های شان!

برای فرهنگ سازی رده بندی سنی در بازی های رایانه ای، مردم باید از محتوا، آسیب ها و خطوات بازی برای بچه هایشان مطلع شوند که در آن صورت بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار می دهند که نه تنها مشکلی برایشان ایجاد نکند، بلکه حتی تقویت آن را تقویت کند. به گزارش عصر ارتباط به نقل از ایستا، در ایران بیش از ۱۳ درصد کاربران اینترنت کودکان هستند: آن ها برای دستیابی به اطلاعات، برقراری ارتباط با دوستان و اعضا خانواده، انجام تکالیف درسی، دانلود موسیقی و فیلم و البته بازی های رایانه ای به اینترنت مراجعه می کنند. هم اکنون استفاده از رایانه و فناوری های دیجیتال بخش عمده ای از اوقات فراغت کودکان ایرانی را به خود اختصاص می دهد. به همین دلیل فضای مجازی را باید از هر دو منظر فرصت ها و تهدیدها مورد توجه قرار داد.

فضای مجازی برای استفاده در موارد متعددی مفید است: هرچند خطوات بالقوه و بالفعلي برای فرزندان در این فضای نیز وجود دارد که لازم است با مشارکت همه ذی نفعان تدبیری هوشمندانه اتخاذ شود که این مهم ته فقط در ایران بلکه در بسیاری از کشورهای جهان امری مقبول و در حال پیگیری است. خسرو کردمیهن - معاون نظارت و ارزش یابی بنیاد ملی بازی های رایانه ای - در گفت و گو با ایستا درباره رده بندی بازی های رایانه ای توضیح داد: رده بندی سنی از نظر محتوایی بازی هاست که در همه جای دنیا نیز قبل از این که یک بازی به مرحله انتشار برسد، اتفاق می افتد و بازی تحت برش بررسی رده بندی سنی و محتوایی قرار می گیرد. در ایران هم کارشناسان اسرا که رده بندی سنی بازی های رایانه ای را بر عهده دارد، بازی را به طول کامل بررسی می کنند.

وی در ادامه با بیان این که رده های سنی که به بازی ها داده می شود، بر اساس شرایط سنی است که شامل مثبت هفت، ۱۲، ۱۵ و ۱۸ می شود، افزود: اگر یک بازی مغایر با فرهنگ اسلامی، یومی و ایرانی باشد طبعاً رای نمی گیرد اما اگر مغایر نباشد و مشکلی مغایر با فرهنگ ما نداشته باشد، رده می گیرد.

رئیس ستاد مبارزه با بازی های غیرمجاز رایانه ای خاطرنشان کرد: بهترین گزینه برای فرهنگ سازی صداوسیماست اما با وجود مشکلاتی که وجود داشته از جمله عدم همکاری صدا و سیما، به اشکال مختلف در طول سال های گذشته تمام تلاشمن بر این بوده که این موضوع را در بین آحاد مردم جا بیندازیم و البته اقبال عمومی مردم به این موضوع فرهنگ سازی هم با توجه به امکانات و استطاعتنی که بنیاد داشته، رضایت بخش بوده است و توانسته به قشر (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) زیادی از مخاطبان فرهنگ سازی این رده بندی سنی را آموزش دهد

معاون تضارف و ارزش بازی بیان ملی بازی های رایانه ای را اشاره به پخش ارتباطات مردمی بنیاد بازی ها بیان کرد: ما با مردم ارتباط می گیریم برای این که این آگاهی را بدینیم که چه بازی هایی را در اختیار کودکانشان قرار دهند و آن ها هم به شدت استقبال می کنند از این که این برسی محتوایی صورت گیرد و بتوانند با آسودگی خاطر بازی ها را در اختیار کودکانشان قرار دهند. کردمیهن با تأکید بر اهمیت اطلاع رسانی به افراد، اظهار کرد: بهترین شکل کنترل بازار بازی های غیرمجاز رایانه ای داشتن اطلاع برای خود مردم است. اگر ما بخواهیم در هر فروشگاه یک ناظر بگذاریم، باز هم موفق نخواهیم بود، مادامی که مردم از محتوا، آسیب ها و خطرات بازی برای بجهه هایشان مطلع شوند و قتنی این اطلاعات تکمیل شود طبیعتاً بازی هایی را انتخاب می کنند و در اختیار کودکانشان قرار می دهند که مشکلی برای آن ها ایجاد نکند و بلکه حتی تقاضا مثبت شان را تقویت کند.

وی ادامه داد: اگر بازی های غیرمجاز توسط مردم و مخاطبان انتخاب و درخواست نشد و متقاضی تداشته باشد، به صورت خودکار بازارش از بین می رود و ما هیچ نگرانی و دغدغه ای در این حوزه نداریم. تمام درخواست ما تیز این است که به اشکال مختلف بحث رده بندی سنی و دقت نظر مردم روی محتوای بازی ها و این که این بازی اصلًا مجاز است یا نه و اگر مجاز است برای چه سنی قابلیت استفاده را دارد، بر طرف شود که در آن صورت دغدغه ای در این بازه نخواهیم داشت.

پیش از این هم عضو هیات عامل سازمان فناوری اطلاعات با بیان این که در دنیا مقوله رتبه بندی محتوا انجام می شود بسیار حائز اهمیت است، اظهار کرده بود: فیلم ها، کتاب ها، بازی ها و همه محصولات فرهنگی در دنیا رتبه بندی می شود. حتی فارغ از مباحثت دینی و مذهبی این رتبه بندی انجام شده است و برای بحث خشونت و مبالغه جنسی که ممکن است برای کودک مناسب نیاشد، در کشورهای لیبرال هم موافقی را ایجاد کرده، البته در کشور ما مسائل شرعاً هم اهمیت دارد.

حسرو سلیوقی هم چنین خاطرنشان کرده بود: حتی خود محصولاتی که برای کودک مناسب استه برای سنین مختلف رتبه بندی می شود در حال حاضر در کشور برای بازی های رایانه ای این رتبه بندی انجام شده اما خانواده ها آگاه نیستند که این رتبه بندی مناسب سن کودکشان هست یا خیر و خیلی کم از آن استفاده می شود. درصورتی که والدین باید دسترسی کودک را بر اساس رتبه بندی محتواهایی که انجام شده در اختیارشان قرار دهند، مانند یک کتاب فروشی که ممکن است همه کتاب ها برای کودک مناسب نباشد و کتاب ها مناسب با سن، جنس و علاقه کودک رتبه بندی می شود و به انتخاب آن ها کمک می کند.

## یک روز با پیروز مینایی، موسس بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ بازی تمام نشد (قسمت اول)

### یک روز یک مدیر



یک روز با پیروز مینایی،  
موسس بنیاد ملی بازی های رایانه ای

### بازی تمام نشد

آندریاکو، کنید، پیروز مینایی، رامین شناسی،  
در اشتاهید او استاد دانشگاه است املاک ها  
تحصیلات خوبی داشته، در میشیگان دروس  
خوانده ای، در قم اولین مدیرکش را گرفته، مدیر  
بنیاد بازی های رایانه ای بوده و در موسسه اوربا  
اسپریا از نایابی نوشته، شناخته امپریو اورا  
من هستم، ولی همه احمد صدیقی هم کنند،  
آزمایشگاه خادم کاری را تأسیس کرده اما اولین  
کتابخانه را به منسوبیت اله است، از سر برای  
سماق شده ولی بسیاری از عملیات های حساس  
چنگرا همراهی کرد است ما هم طلاق شدیم  
پیش از آنکه بک رو حلقت پایبری در آنکه که  
کلیپیور داشکوه علم و صنعت پیش از پروردیم،  
دکتر من کوایم این معاون فضی شدیم عالی  
اخلاق سازی را می شناییم شناخته، مایز شتری  
این استاد کوصرف کلیپیور آشنا شدیم.



## یک روز با بهروز مینایی، موسس بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ بازی تمام نشد (قسمت دوم)

موابق تحقیقی درکنفرانس و مقاله علمی کارشناسی ارشد فرم افزار ماتریسکا، کارشناسی ریاضیات و علوم کامپیوتر دانشگاه آزاد  
سوابق مدیریتی، موسس و مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای معاون فنی و سرمهدهای فناوری اطلاع رسانی مدیریت فناوری موسسه نور، موسس مرکز توسعه بازی های  
رایانه ای رایانکا، علم و صنعت

سال نویل ۱۳۹۱  
محل نویل: بیدگل



## خانوارده

پدر مارزوی تحقیقات ریاضیات نویو شاید است در غایبی از ازمواجع  
عن داشت چه کلاس و درس خسته ولی تکریب آنها باید همانجا هفته  
خواصی پدر و مادر خود اند نشان هم نداشتم، مثلاً هردو برادر من و هند من  
را در ماتematik هستند و برادر بزرگ حسن بروان ام امتحانی طلبگی مانند  
از اتفاقات در همان میشگان این بیوں شد و لی خود ممایعی خانوارده  
علیک ترکیبیم بود جای است بد ایند خود من سال های بعد  
وقت همان جای امتحانی تحصیل داد و هنوز بار و بار شویی من گردید  
که نکاشش من بروم بقدر خود رفت و قدر آن زمان او در انشگاه  
شما از دوست من خواند خواهر هم پدر و مادر کاست و پسک هم  
بلوک حلال هم سریزگم دکتر کامبیز از من خواند دختر بزرگم  
هم پیشکش را ایمه ماده و دفتر کوچکم در همین دانشگاه علم و  
صنعت مشغول تحصیل شده

نوشته شده بود «دیبرستان پهلوی»، یعنی از بجهه ها  
که بعد از شهید شد از دبیر مدرسه رفت بالا و  
کلمه پهلوی اش را شنید، این شد که کماندوها  
ریختند داخل مدرسه، کاری که تا آن زمان  
هزج و لوت تکریب داده بودند.  
صحنه هایی که بسی از آن تعریف می کند در  
عنی خشونت غالی از طنز استند و کماندوها که  
ریختند تیز مدرسه من رکن بودم کلام ریاضی  
ب که خلوات شد بود هر چه داشتم و ریختیم بشدت  
در رفاقت دادیم و لی نایند نشانست، کماندوها با گلک  
در را شکستند و از فرط خصباتی دهان شان گل  
گردید، یعنی شان چنان بایاتوم کویند روی همیز  
که بیز شکست و با تنهایش شروع گردیدند و از  
ذمته من در همین ماده شکست، این شد برقم  
بیمارستان چون سزاوایک می فهمید، برای همین  
هر آن بزرگ قمیش یک حاج آفای شکسته بند نا  
مثل بیهی بجهه ایها معالجمان کند حالاصحه

و طلبگی به تدریج مرا اگرفته، دوست داشتم  
علاوه بر رخوانی خودم معنی آن جیزی را که  
من خواندم هم باید بگیرم و این شد که دوم و سوم  
دیبرستان خود را اکنیته در اوقات فراغت شروع  
کردم به خواندن کتاب های ایندیان طلبگی مانند  
جامع المقدمات و همکر کرد در مور دشان، صرف  
و خود را هم همین طور خواندم و به حدی در کبار  
درسم چلور فرم که وقتی دیلم متوجه را اگر فرم  
قطله پک کتاب صمدیه ماند بود.

به روز مینایی شهر بور ۱۴ در بیدگل به دنیا آمد  
اویسی «وم یک خانوارده هفت نفره» متوجه در  
کاشان است و پدر من هبشه شغل آزاد داشت  
چون در که بود رانده ایوبیوس بود و سنتیه ای ام  
که رفت به کشاورزی و دامداری مشغول شد  
مسادرم هم در جوانی خیاط معمور بود که در محل نویل  
ولی سنت که بیشتر شد وقتی را بیشتر گذاشت  
برای تکه داری خانه و بجهه ها، خیلی هم روی این  
قضیه حساس بود.

هر چند بیدگل شهر محل نویلش است ولی  
مانند خیابان از اهالی قدیمی در میانه ۵۰-۴۰

مرکز استان مهاجرت نمی کنند که فاصله تا پاییزی  
هم نا شهر مسادری دارد، دلیل حاصل برای  
مهاجرت غیر از کمی امکانات و راحتی پیشتر

از اینها، فاصله دو شهر - ۱ کیلومتر هم می شود

دست کم سه روز در هفته بیدگل بوده بایده مان  
که را شکنگ انشد پس درم را شنید که از خانه های

رسندنگی کاشان بود و به تدریج کشاورز شد

خانه لول شان در کاشان در خیابان طلاقانی آن

آنست و اولین مدرسه اش را هم در همن شهر  
می بود، مدرسه آیت الله پیری، راهنمایی راهنم

مدرسه خاوری می بود «خانوارده معتقد و متعدد

بودند ولی مذهبی سیگنی به شمار نمی آمدند

مدارس هم این رنگ مذهبی داشت ولی به معنای

دقیق مدرسه دینی نبود

هوشش در ریاضی باعث می شود از همان اولین

ایشانی، رتبه های بالایی مدرسه را کسب کند و

در دیبرستان مشهور «آلام خوشی» (آلام) - که  
آن زمان نامش بود بهلوی - با همین علاوه و

در ریاضی در ریاضیات چندید یک سال روز در

کنکور آزمایشی شرکت می کند و رتبه خوبی هم

می آورد، چون سال سوم بودم نمی توانستم در

نیستنام شرکت کنم و سال بعد که قرار بود در

کنکور شرکت کنم اخلاق بشد

دیبرستانش را خیلی دوست دارد از مدارس

مانند گار کشوار شده و هنوز هم فصلی بکار را

هم کلاس های دوست دارد هم جمع می شوند، باز

شمال و پندرانگانه جنوب و عملیه براکنده

شده و بین ما از سپاهی هست تا خودناد، با این

وجود هنوز دور هم که جمیع می شوند خوب

می گذرد و بکدیگر را دوست دارم

با ازدیک، شدن به سال های اخلاقی، گرایش های

مذهبی اش با اقدامات بیشتری، بسروز می کند، با

دیبرستانشان دور هم جمیع می شوند و کتاب های

مذهبی را بیشترینه می باشند می خوانند و علاوه اش

به تحصیلات مذهبی هم بکدیگر می شود

این در اهدان ریچکی در مدرسه آیت الله پیری

من را گذاشت رخوانی قرآن بسیار بگیرم و

شاید از همین جاید که جو اخلاقیات «وزوی



۱۳۵۷ - روزهای نوجوانی دریی رایانه ایان که باید داشت



۱۳۶۸ - خیلی سال در مدرسه آیت الله پیری کاشان کاشت

**یک روز با بهروز مینایی، عوسم بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ بازی تمام نشد (قسمت سوم)**

ندادن. فقط معدل ۱۸ به بالارا راه می دادند. نسل جالیلی شکل گرفت.  
در آن تمام وقت هشتگوار خواندن دروس طلیکسی می شود، هزار آذان صبح می رفتم سر کلاس و درس می دادم و می خواهد نماز آذان مغایر، هنوز لغه و اقامه نکرده بودم و پیش آشناه صبوری که شاگرد آشناه بروجردی بود در گذاشتن چند درس را خوانده بودم و خیلی هم دوستش داشتم، خودش استاد شیخ مرتفع مطهری بود. در قم تمرکز بینستر بود تا اینکه چنگ شروع شد.  
ماجرای ججه رفتش هم جاذب است. در اوخر سال ۱۳۶۰ به اعقاب دعویت دیگ طبله ایان

سال ۱۳۶۰ به اتفاق دو دوست دیگر طبله‌اش  
من رو نداشت از ذفسر علی شمخانی از فرماندهان  
وقت معاشر اسدآرمان مجوز من گیرند که از جزو  
علیه راهی ججهه شوند: من آقای رسول زاده  
و شهید سعید خاکب این مجوز را گرفتم و راهی  
جهجهه شدم. مادر خود قم معصم شودم و لیل  
چون را پسر در خط مقدمه عدوان روحانی سپاه  
کار کنی کردیم با خودمان لیلس پرسی داشتم و  
در چهاره معصم من شدم. بعد از که آقای دولتمر  
وسایر دوستان تیپ امام صادق را راه اشناختند  
و تربیت فرمانده گردانی می گردند آمورش

و تربیتی در مدرسه مردمی می بودند اموری  
بینشیدند و بدین  
لوبن ایستگاه برایش سوستگر داشت - آقای  
علی فضلی که آلان هم از فرماندهان سپاه است  
یک نیم او گیگساران داشت که با عدهای  
آن پوستیم و شلدشکر میداشتهاد و کرج راهنم  
گرفت من در این حد بی تحریر بودم که حتی  
نام را برایم کس دیگری بست. در جلسات  
مسئل اعلامی و عرفانی می گذرم و خودم هم  
اگر هدایت پیش می آمد تکرار بچه ها من را نم



پیروزی استادیا من روزهای پیشترین کارش تحریم در داشتکاری است

البر خوردم آدم باین بعد برگت ستم عینکم را  
راشتم و آدم برو ۵۰

با راغفی که طی الملاطب فرنگی پیش می آید  
با قبول خودش «منظمه الفرسانه» تبعیضات  
نهی این را یافتد و بستری آدامه می دهد  
ناهیر آفتابی طنگی در کلستان برپاش جذاب  
بوده ولی وقتی پیش به قم بازی شود احسان  
یک کندیه را جشنده اصلی نزدیک شده می سال  
۶۰  
را برای بود کسانی که مشتمل بودند برند سر بازی.  
دون چشم شعبه بود و ممکن بود معاف بشونم  
اید آزمایش چشم من دارم برای همین آمدیدم  
آن آزمایش را در کلستان انجام شی دادند در  
بریوی انتظامی معاینه بزرگی و معاف نشد و ای  
روافت و آدمین کار که اتفاقاً علی سر برخیز تر  
از آن هم انجام شد فرستاد کردند در چند دوره  
کلستان ها حاضر شوند و این مساله نکاهم رایه  
شده می باشد

مکتبہ علوم اسلامیہ مدرسہ فریدون  
کلاس آیت اللہ مفتی کی مدرسہ فریدون  
نوجوانوں کی کنسٹ و درس ملکہ و اصول دار احمد بیش  
حکیم علی خان روز روڈ وہی بیندہ لحافظ قیفیہ یہ  
پول خود پس کا شناس آدم رحمان مدنی پک مردانہ  
قسم مثل یک دریابود۔ کسانی کی در قدم درس  
پی داد دن واقع ایسا گاہ بالائی داشتند و مہم فر از  
ن ہے خاطر موج اغلاط و بعد تطبیق داشتگاہ  
سمار زیبادی از طبلہ ہیں کہ در کلام رہا حاضر  
می شنست از داشتگاہ آمدہ بودند فضای عالمی  
سیار یورپی یونیورسٹی داشت۔ حتی دیدم کسی را کہ از  
اشتگاہ آمدہ جوڑے و معدالت ۱۷/۸ نومبر راء

ننده دارش این بود که چون گاز اسک آور زد  
و نداند. قبل از هجوم بیمهها اگر بازویل و غیره آتش  
وشن کرد بیوهند و این مواد ریخته بود در گاهرو  
در سه و همه پله ها و اهر و آبز این شده بود و غرق  
شش و دو هر کرسی <sup>می</sup> آمد از دست سریانها  
و زیره نازاره مرسید به این علاوه بایرون استینتا

شاید مامعهمه های خوبی در تحریم که پیش از کودم لز  
زمان گاهی این کار را غیر کردن که بدجه هایمن گلستان طی تعلیمات  
عبدالبنشید کل یک کتاب را نظریه نظریه سازی کرد مال سوم  
عین مسنان که این تأثیر را بهمن و آنده تها تمام مرت و مژه هایکه  
حتی لفاظ های کتاب را که سخت ترینش مریوطه داشتند مغلق  
قداکاریوں هنری از اسرائیل کرد و بعد از میلاد مسیح در معلمین از آنی  
صفاپر تغییل دادم گل شویق کردند و علاوه بر شووندیوس چند  
جلد از کتاب های نصیه های خوب را بایخه های خوب را بایخ صفت به من  
جازی ازدادند بعد از هفته هایی که معلمین های ایزد را گذاشتند و آنرا فرهنگ  
پسرش شاگردلو شده از زمان پرسلاسی بوده اند

داستان

ازدیزیرستان من و نیکسری ازدیروستان نوره مجمع من شدیم و با هم  
مقابلات گردیم که انجام که اطلب کتابهایی مذهبی بود این  
روزها را اولین مال های ۵۰ و ۵۲ درخواست شد و موج اولش کتاب های دکتر  
شریعی بود که همه اصفحه خود را در دید و معرفت مسایری از  
کتاب های جانشال آی احمد را در زبان ایلی فلسفی آیت الله علامی حسین خوانده  
بودند و از رویشان پادشاهیت برپاری کردند و بعد از اینکه از فرانسه آفای  
حکم اخراج و مجموع ماده های محمد لکن چهار روز پیش از اینکه  
داشتم و در مردمه هم مطمئن همی، بودند مثل آنها مشکل که امسای  
دانشمندی های داشتند و خودش تلازه ای داشتند و سازاری دیده باس  
وار شهروندانیت و سراسر مذهبی های من گرد هر چهار یه همان مدت از اینکه  
محض داشتند و غیری کردند و تا مصادیق دندن تلازه ای داشتند

## یک روز با پیروز مینایی، موسس بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ بازی تمام نشد (قسمت چهارم)

احمد

من خودم علاقه داشتم در کیفیتی از دین و به وقار آن بخدا اکرم مثلاً کتاب صمدیه کتاب سیار جاذب است گه در حروم شیخ بهادر برای تو خودش بوشه است بزیری امروزش علم بحروف گفته شده که مخصوص ترین و قشنگ ترین حالت اموزشی همکر برای این علم است بعد از آن کنکور خود را بدویه افلاطون، ارهنگی، در، از راهه رمضا هار روزیک صفحه ای را تشیوه که از محتوا خود را این یک کتاب خدم شد در همان نایابن هم کتاب مسوی امروز خود را به همین اندیشه هم کتاب خانه هار یه نام مسجد خلوکه زبانش را بازی دید و گفت گردد بود که از این روزه نام خس عالو این مسجد دلیقاً چسبیده بخانه مبارود یعنی از روحانیون آمد اصرار کرد که بعد از این لشکرها اصحابت کن. که هم اول گفتم براو چهارم و پنجم بعده رفته بزموره تکامل و هدف از زندگی ایران نیم ساعت حرف زد و ایشان هم که خیل خوش آمدید و بیهار هند کتاب اصول کافی را این همه که کرد و گفت هر چند امساعتماً بگذراست ولی ما را این به بعد مسجد قشم احمد صد ام کنم این امساعتو نزیر می روی همان دنی و نیز از خدا این منزه مارمه همه از جمله خانواده احمد صد ام کند.

ایوغریپ

بعد از همان عملیات در چهل هزار میلیون بود که رفته براز مناسخ دانی یا ایکها و عملیات اینانی در نیکه ایوغریپ که همین چند وقت پیش فیلمش را اشتبه کرد و میتوان دانشگاه اشان هم دادند و افکاراً صحنه هایی می دیدم که بازیش هنوز هم برایم ممکن نیست از خانکوبی بیرون من اندیمه با پاکیسته را گزینه هار یعنی دیدم هنالی دو هزار نانک طقطیم اجنه سنتیه چنان زیاد آتش بودم که لعن فهمیدم چه اتفاقی افتاده باره اندیم که مفترضه ایشان را بشیر بروی را ایک از بیچه ها در حال دویدم بود که گلوله ایانک خود را مسخر رفت ولی بدش تا پنهان همه بودیم ادامه هم داد حتی قابل مقایسه با توجه روی بود سینما این باید هم بودست.

من نوشته دانلوفاهم اینسان هم آنای سهیمی بر زمامه نویس های سیما ماهری بودند. بد نیست بدانید که برای اینسان کامپیوچر بود و می گفتند در حد شما بایست کم و بیش مخفیانه در شهر این بر زمامه نویسی بازیان سی را باد گرفتم و وقتی برو گشته به تدریج جایگاهم در ترتیب کت پیشتر شد در همین ممال هاست که ازدواج هم کند و صاحب فرزند اولش می شود. به تدریج با تبع اگر قرآن مخصوصاً نهاد شر کت آنها را به مقامات مذہبی کشیدند آستانه مرعشی و تختی گلابیگانی عرضه می کنند که همود توجه مراجع عظام فارم من گزند و سر ایام افراد می کنند آن را به آیت الله خامنه ای هم ارائه دهند: «مقام معظم رهبری ایزدیانی و درایت خاصی دارند و در همان مواجهه اول گفتند باید همه بهار و همه کتب حدیث و بیس اسلامی داد یعنی کنند و سرمهای خرید چند دانشگاه کامپیوچر XT و AT را دادند.

همین دیدار برای همینشه سر تو شست نور را عوض کرد. هیأت امنیتی برای شرکت انتخاب شد و شر کت به محل بزرگتری خل مکان کرد و



لیلی پاشایی

پیشنهاد خود را قبول شدگان. رشته ریاضی ها اگر ایشان کاربرد در کامپیوچر شد و انسانی داشتند آن آن آنای دکتر میزون شمس از دانشگاه تهران آمدند و شروع کردند به درس دادن. دکتر خرسنده از دانشگاه شرید پیشنهاد هم بودند که نوشی بزرگی در راه اندیختن آن رشته داشتند ایران بازیم گردند. جدا از شهید شدن دوستش آن شب برایش انداد یک اتفاق انسانی عجیب است: «میری تبلیغات لشکر که بعدها برادر خانم خود بند هم شد. شش طبق از عملیات دید من دارم رساله مکالمه من می خواهم و گفت حیف است شما بروی کشته بشوی. به دستور ما را گذاشت پیش باد گیری زبان های مانشین و مسواری مانند نگذشت بر روم جبهه باور نکند بعد این همه سال زندگی ایشان می شود» علیرضا طلب پور که بعد از در دانشگاه شرید پیشنهاد فارغ التحصیل شدیم حتی در سگ PC راهم نمیدیدم.

در همان حین ایست که شروع می کند به باد گیری زبان های مانشین و مسواری مانند نگذشت بر روم جبهه باور نکند بعد این همه سال هنوز هم این اتفاق را به دل دارم و به خود ایشان هم می گویم». بعد از آن در عملیات جزیره مجنون و فتح المیون حاضر می شود ولی در وقت و پر گشت به قم برای تحصیلش عملیاتی هائند عملیات خوش شهر را لز دست می دهد: «کنایه را شروع کرد بودم و او ایشان آزاد می خواندم ناینکه بعد از در صطایه پیک حانه گرفتیم. اندیز بزیر ظر آقابان متکلی و متنظری در زیر زمینی که گرفته بودند مستقر بودم تا بعد از در مدرسه و آنها درس خوانند که زیر ظر آمیرزا آملی پدر آشیخ صادق اداره می شد. در آنجا ساکن شدیم و نا اخیر هم آنجا بودیم».

سال ۱۶۴۱ است که از یک عملیات برجهی گردد و من هم دیدم. آنکه خبر داشته باشد خواهر امنش را برای گنکور نوشته در همان رفت و بر گشت به جبهه ایست که گنکور باید و برای کتاب استصارت تو شده بود. علیم هم موفق بود. خود آقای طالب پور هم پادی بیس بسلام و فاکس بر زبان



بهمن از تیم ملی، نادیم دیش و نیلی آن اشایی شود.

**یک روز با پیروز میناپی، موسس بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ بازی تمام نشد (قسمت پنجم)**



دانشکده از سر طاری معاون استادیات هنای و عالی روزانه ملزوم می‌باشد.

من آندم حوزه و تلاش نمی کردم طی چند سال یک مجهود درست و حسایی مشویم باید من را فهم ۵ تکری کلام جذب دارد تا بتویت هدف من خواهدم با بررسی گشتم در تکری کامپیوترم را می گزینم.<sup>۱۷</sup>

به ترتیب یکی از اسانیدش برای چند داشتنگاه در آمریکا در خواسته هی فرستند و اتفاقاً در سه داشتنگاه پذیرفته هی شود، داشتن گلهای ایانش تگران، پنسیلوانیا و میشیگان، چون نمی تواند در ایران هزار نقالی بگیرد برای همین انتخاب من این را شرکت می کنم که هر دو پذیرفته هی برخی داشتنگاه های شمال آمریکا و کانادا است از جمله داشتنگاه میشیگان، نورث اش ۷۶ از ۸۰ می شود و بار مسفر به آمریکا راه می بندد: «با خلیل ها از آقای سروش گرفته نبا آیت الله یهاد الدینی و همه مشورت گردم و هر کسی یک چیز نمی گفت تا اینکه آخر حرش سه این نتیجه رسیدم که این ویز گئی ای که یک نظر هم طبله باشد و هم بر علوم کامپیوتر مسلط باشد در اراده پیشران کمی جمع است و من یکی از آنها هستم، خلیل ملا الله داشتم با اسناده از من کاوی و داده گاوی که در آن رمان علم پیشمار چندی در پتوانم کارهای جدید در زمینه علوم دینی و اسلامی انجام بددهم، این راحتی در توانه در خواسته به داشتنگاه به اینها یا همان State of Purpose توانسته بسودم و پذیرفته شده بود.

بسال ۷۴ چون در میانه سال تحصیلی است و نمی خواهد زندگی خانواره دارد راه هم برند خودش تهابی راهی آمریکا می شود و تا خرداد ۷۵ همین می کند که خانواره هم بشه و بیرون از اینستگ شرق ساکن نمی شود و آنچه داشش کامپیوتر را اسکریپت هوش معمتوی می خواند، «وقتی استعلام گهه دم من یک مدرک در زمینه علوم اسلامی دارم مرایش حاصل بود که آدم نام دکتری ام را در زمینه رشته کامپیوتر بخواهیم همه هوسایه مادر از زمینه حوزه علمیه می داشتند، بنی داشتیون ایرانی هم بیجید و بجهه های انجمن اسلامی، هر از گلهای مارادعوت هم، گرداند که برا

وارد مرحله فعلی اش شد که احتمالاً بزرگ ترین موسسه رایانه ای علوم اسلامی در ایران و خاورمیانه به شمار نمود هر چند هیات امنیت دیدگذس از مدتی باطل بپرداخته و اشان رزم جد و موسسه طلوع نایابی شد، سید مطه عاشقی نماینده آن زمان شهر قم در مجلس شورای اسلامی مدحتی مدیریت مجتمعه را بر پنهان می گردید اما نکته آن اعدام خود شورای عالی چهره سرشناس سال های بعد شورای عالی طلایع و سلطانی، مدیر بخش نرم افزار می شود، درین سال ها از رئیس کامپیوترش از داشتنگاه اعلم و ساخته می گیرد و بایان یافعی در مردم کاربرد تأثیرپذیر در علم رجل است، در همان زمان برای پور هم یک برنامه ویراستار می تویسد و تحلیلگر و طراح نیز هست: «تور انتوار را که عرضه کردم و ایرانی جیتیکس بردهم درست همزمان بودا اولین خترم، ۱۳۷۷/۷/۷».

در این حین هر چند علاقه اش به طبلیکی را حفظ کرده و اولی از رفرصتی که برای آن هرارد کاسته شده با اینکه درست می کند میں آشنازی با جمعی که سادق لازرجانی در زمینه کلام جدید گرد آورد و پیسارهای خط لکنگی اش را دنبال کند: «هنوز و پیسارهای آن خط لکنگی اش را دنبال کند: هنوز موسسه آموزش ویژه و هشت امام حسین (ره) نشکل نشود بود ولی آن جمعی که در کوچه راه حق بودند، غلاده بر خود آقای لازرجانی، سقطی ملکیان و آنای لکنگاهون بودند که تازه آمد، بودند ایران مادر و داده قله (رسوس)، بنی تمحص حوزه کلام جدید گردانیدم و بر قفسور لکنگاهون دو زمینه ظلقه جدید و خلائق کتاب هایی ماتشد جان ایک و اخلائی مور از تاریخ می کردند و من سپس ایار علاقه داشتم، عهالیان شد یک مدرک، کارشناسی ارشد در هنریه دین شناسی و پایان نامه ام زیر نظر خود نای لکنگاهون نکند اندیشه های سید حسین مدرسی بود در زمینه عصمت آنها که بعد ها شد که کتاب

سال ۷۹ خودش بالآخره با این سه راهی ای که در آن قرار گرفته بروند و می شود: «باید

کربلاي ۴  
پسنه عملات های عوینی که انجام شد کربلاي ۲ جزو  
برگرفتاریات ترین ها و در آن زمان من در کنگره ای ازگران هی تی قیمه داده شده اند  
بودند ماسفعه ای از حوالی اهواز و کرخ پور و ملکه بودند و عویض هادر کشته  
بودند فرماده اند شکران زمان هر احوال است که معمم بود و اصلحه هم  
داشتند اتفاقاً از دریانه ها که انداده عملات است که شدمد اشم برای یک از  
آنها نهاده اند از این دلیل که انسان و اتوپریون می داشتند خلاصه هم بودند  
منظر فرماده و ایشان گفتند که من خواهم فرمادم که گردان مسلم را  
بدهم به تو از قدرهای انداد را خسیست گفتم ای از این بحسب این است  
و من هموزان افراد را خسایل شد این شناسم ایشان گفتدند یعنی  
چه ای از حرف فرماده اند تعریم کن آن گفته در قرآن هم از همین دید  
لای اکله ای انسا ای اوسط خداونده هم چیز کسر ای اثیلیت منی کنم مگر  
یک دار از ای ایشان  
فرماده هم که این از دوستان ای ایشان صاف مخدوم این مسلوب است  
را واقع کردند و هر چشم باید عملات در شعار شاهزاده ای شاهزاده همین  
رس که فقط ۱۱ صلحیه بپیرشان چاهدات لامشاعه خودتان بشهاد  
واحصان باید بپیرشان و تانک بپیرشان و گوشت همچو شاهزاده همین  
حصم گذشته که لفظ ای ایشان ای ایشان ای ایشان ای ایشان ای ایشان  
هر چند تابعه اند عملات ای ایشان ای ایشان ای ایشان ای ایشان ای ایشان

الدواء

حال اواده که رفاقت و آدمدیه چهاره راه میدند از اول استمره برای این داشتند  
تو شستند و وقتی دیدند که بعد از قبول داشتن گذاهم دستور دادند ستم  
و بیان در حال رفت و آمدی تضمیم گردیدند پس اینمین پیکنند تابایانه شد  
من هم بینهایم این بود که من چهیز ندارم و خانه و زندگی ندارم که  
بروز نم نمیگردید و گردن در مساله لازگاری دارم ۹۷ نیز شش گوشیده شده اند  
گلپیشه که رکن شکوه، بدیر اندود کلند و رو گفت این جانه ای  
حال از گیره ایه نداری معلوم شد که این اینز نم نم دارد و گذراخواه  
و سوابی خانه و فرش و اینهار افزایش و خود بر اوج مخصوصی کشان ها که خانه  
در مساله ای از اول بوده ایه بسته بکه میلین و ایه ای از تو همان بیان ای من  
بیک خانه خوبیده و تا نشکلیز نمیگ دهد من هست خانه راندیده بود  
اشاره به تفاوت اینهاست که اینهار داشتند



بر این شرط های مختلف در این محدوده یک قانون ملی صادر شود.



وسته بور نلاش می کند معتبرای سراسر سلطانان سنتی بیرون داشته باشد.

23

5

وافق آمریکا به لحاظ فرهنگی مشکل نداشتم خانواده‌ام  
جذب شدن را ارادت نداشتند و اندگی شان را هم کردند ملاحته‌های  
سخته‌گرده این روزی شک است بسته‌گاهی بازی می‌گزیند و شرکت‌ها  
داشتند مشکل نداشتم و لافت این است که همان روی رفاقت مردم  
حساس نبودند بعزم ائمه<sup>۱۰</sup> سید امیری در آمریکا اتفاق افتاد که  
شناوری این طرق گردید و تحلیل‌مان هم بی‌مشترک شد که این مشترکین  
دعا که برای این جهاد و طاهر متعصب بودند سیاست‌آواره بودند  
ایرانی‌ها چنینی اند که اگر بخواهیم منصف باشیم باید این  
بیویو که معتزل ما را کم دیده بودند عجیب‌ترین لازم‌وردهای از این کفر  
من گفتم مرزهای خود را بسیار بزرگ برای یک گفتگوی رهای وسیع رفته  
بودند و کل جهاد از هم باهن آمدند و بودند از همان نوع فردی‌گردی‌های  
جهادیه بودند و باز کاریهای این افراد را در جهاد چشم خواهیم داشتم  
من گفت که این مردم شرور و شوندگان نیز گفتم تو همه‌ی شان خوبه  
شوار استند و ایضاً واهید به شماره‌ای زیادی از این افراد ایکی خیلی شرایط فراگیری  
ظرفیت بودند و این جای اندگی نبود دست کم بیان این ویا ویا و هر چند  
ما نتوانیم غایل نگران بشه هاویه و وزیر پسر در میزرسان انجاب بودند  
این‌جا محال راحت نبود برای حضن به هر یه‌ایی دوکسان که شبهه‌ما  
بودند چوچون شدمیم حس دعای ندبه راهم دروم جمع من شدم و  
هر گز غذای اوردتا فرشت برای یاهم بودن داشته باشم

شیعه را برای معارفی کن، مثلاً اسلام دوم آدم در قریب پرورشیتین از زبان اهل متبت شیعه را برای دانشجویان در میشیگان معرفی کرد که به نظر خودم اسلام‌آبدیدهای خوب هم شد. تکرار هم گویه‌های خود بزرگان اهل متبت بود و سعی کرد از زبان خود شان و دشمنان به شیوه را توضیح بدهم، بعد از کمبها و شهرهای دیگر هم از من خواستند که بیان همه مسائل را توضیح بدهم و که اگر برای همین میلیات اسلامی در امریکا بمانی من شود برایت گزین کارت هم گرفت و لی واقعیت هم ذهنیتی در این باره مدانشم.

در این‌دای سال تحصیلی خان‌ساده راهبه ایران  
من فرستند نا در رسید بجهة های قطع شود و خودش  
از دکتری اش دفاع می کند و به قبول بازیم گردد:  
«تویسته‌خواه میل شاگرد فیلی استاد من و پیام  
پاتچ بود، ایشان به من گفتند من توییز به راحتی  
بروی در گروگل کار کن و لی می داشتم اگر به  
سبک زندگی آمریکایی عادت کنم بر گشتن  
محبت می شود، برای همین بر گشتم و همه هم  
مهر دیوانگی روی پیشانی ام زندگانی»  
پس از چنین سال که به داشتگاه علم بازمی گردد  
و پس داشتگاه چون تخریب شد، رادرزیمه نه  
آمورش محاذی دیده زاویه خواهد که برای  
داشتگاه همان سیستم آمورشی هستی بر ووب را  
و راه بینازد. سیستم را اول برای کارشناسی ارشد  
حقوق چنان‌دوامی راهی از اداره و بعد طی «وسال  
سایر و شناخته‌هاهم شناسی این سیستم می شود.  
از سال ۱۹۶۷ پیمانی کارکرد رادر داشتگاه علم و  
سنتز به عنوان استاد شروع می کند، او اولی از  
مهندسان نرم افزار آزار ۲۰۰۰ هوش مصنوعی و سیستم  
غیره را در دامنه این سیستم می‌داند. همچنان که  
آن‌ها را در این سیستم می‌داند،



سید علی بن ابی طالب علیہ السلام

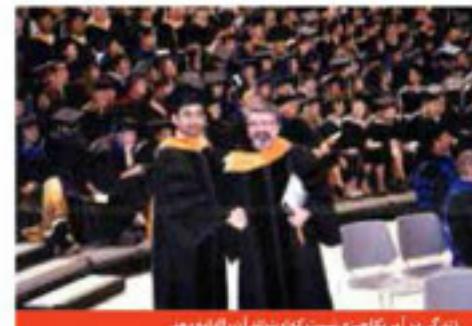
بیجانی هنر اینها را توی سر بندان می زند.  
محل نامنی بود: چه ساختار سازمانی و نوعی  
عامل با دولت برای پنهان مشخص نیست و در  
من وزیر ارشاد بعدی حکله معاصر، برای زمین  
تهران پیش از تکثیر می شود: «مثل این بود که  
مادری چیزی را خواهد لوازم مستولیت هایی  
که به ما داده بودند را من داده و معاونت مالی و  
فری آنها اسلامی یا مهر اهلی نی کرد، هر کاری  
را یا چنگ و دندان انجام می دادیم».  
در دوره دوم دولت محمود احمدی تزارد ماجرای  
حقیقت ناحلال بنسلاهم پیش می رود: «پس  
روز امتداد گفتند در شورای اداری و وزارت  
رشاد تصویب شد: که شما در دفتر رسانه های  
ادغام شوید و دیگر همه وسائل نان را  
جمع کنید. من مگنون باشند: شناسابlagخ کنید ما  
جمع می کنیم در همان روزها بآنای سقددی  
رفتیم خدمت آفاد را آن جلسه گفتم که وقتی  
لیلاد را در رسانه های دیجیتالی ادعام کنید  
خر کوش از باری ها را بر عواهد داشت. آقای  
حسنی چا خورد و گفت نه من خوهم شمارا  
با لیلاد زیر نظر خودم. این شد که رفتیم زیر نظر

مشکلات بودجه طی آن شش سال کم و پیش  
بینای رفاقت می کند ولی مبنای دست از این  
نهادی که به نامش زده شده نمی گذشت: سال  
اول از یک میلارڈ تومان تخصیص شدته  
میلارون تومان محقق شد که خرج رهن گردید  
و این نتیجه هم بود که هم صنعت بازی ایران را  
گرفته بازی های این مانند گرتساب و آسمان دز با  
مدل جهانی که میانسی طراحی گردید وارد بازار  
می شوند و موقوفیتی نیسی دارند: مدل وام بهادران  
گرفت مورد علاقه من شد و هنوز هم باور دارم

آنلاین برازی همینشه بازی را عرض می‌کند.  
گروه نظریه و مسر کرم‌های التکنولوژی و برای  
وابین پار مطالعات فضای بازی و بازار هنوز بسیار  
توده‌گر کیم ایران اشروع می‌کند. یک سال بعد  
بوده انشکلیک پیشاد ملی بازی‌های رایاله‌ای که همان  
همان در شورای عالی انتقال فرهنگی مصوب  
تبدیله در سال ۱۴۰۰ اجرا می‌شود و ازین‌یک  
پیش: معاونت سیاست‌گذاری وقت وزارت ارشاد، که  
در پوزنها قرار است پیشاد پر نظرش باشد، هیات  
تدبیرهای انتخاب می‌کند که بهروز میانی  
و زمره آنهاست. وظی انتخابات هیات مدیره  
برگزار می‌شود از پنجم بنیان تخریم رئیس هیات  
مدیره و هم‌مدیر عامل می‌شود خود میانی این  
می‌شود سیگنالیتیکس غیرداد.

حمد شهر باری که خودش می‌باشد رای  
مظار هرندی، وزیر و قوت فرهنگ و ارشاد  
سلامی، معرفی کرده اجازه نمی‌دهد به آین  
سرعت از معاوحت طنی برود و ولی به شدت در گیر  
اسامیں پیشادی می‌شود که ناهمن امروز هم  
خبرساز ترین نهاد بازی سازی کشور است. در  
عثمان قدم اول می‌فهد مستول تهادی شده که  
بر عمل از خانواده ارشاد نیست. «بولو دارم  
شید ما همین شتر، گاو بلنگ داشت. شاید هم  
می‌دانیم به شخص شورای لغایت فرهنگی  
مرمی گشت که آنها استدلال خودشان را داشتند  
دور از مطلق هم نبود، متلا آینکه بیناد دستش  
از براش و دی حساب تداشته باشد و بتواند برای  
خودش در آمدزایی گفت این شد که فقر و دشمنی  
خبر انتقامی شد از آن و ظایف حاکمیتی مانند  
ظاهرات و تربیت و آموزش و حمایت از تولید  
الخلی خواستند. خب، موگردی مانند حمایت و  
ظاهرات بود جه می خواست و دفتر رسانه های

یاست



لندن گی در امریکا پیرزی بست که دو شووند آن را کاملاً بدهند

حالقاد بین سالی است که توسعه بازی هاراهم به  
شکل پیشرفتی کارانی کیم ۴

در همان بازی ای که به عنوان استاد حق التدريس  
در دانشگاه علوم و صنعت منطقه کاراست بدون  
هیچ مقدمه ای به مدیریت اجرایی کشته برپا نمی شود: «شاید باوریم بر این تاریخ ساخت باشد ولی  
من در همین دانشگاه مشغول تدریس بودم که  
فهمیدم حکمک به عنوان معاونت فنی دبیر خانه  
شورای عالی اطلاع رسانی صادر شده از دولت  
شندم که جنین سمعنی دارم».

هر چند نیز که زیر نظر حمید شهرباری و شورای عالی اطلاع رسانی می آمد زیر بر اساس این شورا این شراید است و این به گفته خودش معنی همه آثار این بود که ساختار و مفاهیمی که از زمان نصرالله چهانگرد و خرسنگوی در شورا یاکی مانده حتی امکان دست یافته بوده باقی بماند: «معنی کردیم کمیسون های تشکیل شده باقی بمانند و تقویت شوند مثلا در همه خطوط زیان فارمی و ترجمه مانشی و عطاپایی کارهای زیبادی کردیم که تجربه اش شده مخصوصاً مانند پرواستیار که تابیر شناختن اسر و هم باقی است. گروه اوت فارمی را به اذ اختم که از آن چونست مستغلی در آمد و داد آقای سعیدی تائشی را برای همیشه در اوردادش هم با مصادف شد. در همه لشکرها هم صدای چندین استاد داشتگانی کار کردیم»  
در همه میانه بکی از گروههایی که راه



در زیر این مقدمه هست شهر بازیگر سوپر تور مادری بخش فرماینگار می شود

یک روز با پیر و میانی، موسس بنیاد ملی یازی های را اینه ای؛ یازی تمام نشد (قسمت هشتم)



سازمان اسناد و کتابخانه ملی

که برای بینندگان در سرتاسر تیرین حالت همان بود که با استفاده از این اوراها بیکاری که داشت باز می‌سازان شریک شد و آنها را توانند کرد. مدنی شبه به متدولوژی‌های سرمایه‌گذاری خطوط توزیع بایک‌ها را از دیدش ضعف بازرسازی ایرانی همان باز را پیام و توزیع یا به عبارتی تجارتی سازی نمی‌دانست و این در همان پایه نظام رده‌مندی ESRB را هم بالا گذاشت این امر بگاره‌ای می‌باشد از این‌جهت و به ظرف خودش طرح در ذات ابرار نداشت: «ما می‌خواستیم مطالعه کنیم و در فضای اول بهمیم بازی هاچطور برای مخاطب ایرانی راه‌یافته و مطبله بندی می‌شوند. تا این‌جا شد سازمان ESRB برای ایجاد و ایجاد رسانه‌ها همراهی نکردند و کل بحث در بندی نه برای دولت هم بود و نه برای خانواده‌ها. نظام از مانند اینها داشت

تراز و رابه نفع بازی ایران نسبت دارد.  
خودش باور دارد که بینای قصی، کلاید  
و توسعه جنبش بازی سازی ایرانی  
الشنان این بخش از ترازهای به عنوان یعنی  
فناوری اخلاق اعلاءات کشور و رساناً باشند  
بختی از دستاوردهای دوران مدیریت  
بود. و همچنان برای این مسئله میتوان  
آن را روزی هسته اسلام بدین معنی داشت که هر چیزی  
حبابی از این ماجرا نگرد. حتی نوشته آنچه  
ضرر عامی و راربردم که میان کلاههای مرزی کلاید،  
مازای بخش کنند ولی گنس تعیین نگردد.  
در توضیح طرح هولو گرام به حبابیت از

مایه شدست انتقاد کرد. در حالی که نه قاطعه‌مندی  
می‌گویند رسمت بود، شش سال کار مادر است. اینسته  
بازی سازی تیر مسال رفت و رحتمهای مایه  
سرپوشید. این شدست این پسیوار مراغه‌گران کرد.  
برای بنیاد هرچه کردیم بدجلوه داده شد. من از  
آتشگاه کردم بستهبان تیستم»  
از بنیاد گره برخون می‌رود مدتها به داشتگاه  
بین‌المللی امام رضا (ع) در زمینه رانندگی  
بردهیں تولید بازی‌های رایانه‌ای مشاوره می‌دهد  
و رشته مطالعات بازی را برای رشته علوم انسانی  
ظر احسن و تصویب می‌کنند. نور کرسش را بر  
دانشگاه علم و صنعت می‌گذارد و با دیرینه  
شورای عالی لفظی مجازی نیز همکاری هایی  
می‌کند. در داشتگاه آزمایشگاه داده کاری و  
توسعه بازی راه‌مند اندازد. این روزها نور کرسش  
بر رانندگی یک دستیار هوشمند برای فنیه

238

ساده‌ترین حمایتی که از بازی‌سازها می‌گردیده اصرار از داشتن برای  
آنکه گزینی و به اصطلاح متورنگ‌الزویرستی ایستاده باشد که تا  
آن زمان عوذهشان ویژه بوده‌اند و متأبهه کارکرده بودند استهتوی  
لایلی سالیان که انتشكیل شده‌هه ایعماق استدیوهاش بودند که بازی  
ساخته بودند بدین ترتیب نیروهای عوبون هم تربیت شده و هم به کار  
گرفته شد به ما گفته‌نی شد که خودمان حمایتی کنیم و شریک  
شیوه‌نم خودمان مجوزیم و خودمان هم برای تو فرموده در  
یادداشتگاه خارجی بازی خودمان انتخاب کنیم و در این اتفاقات این  
ست که همه روحیه پدرانه داشتیم و دین دیگران را غص کنستیم  
و دوامستیم کل صفتیست بیرون نهاده یکن و اونقدر همراهی  
من از آنهمه که در مجموعه زمان دیابت من ۱۵ میلیارد به بیان کرد  
شده و ما ۲۰۰۰ میلیارد هسته هست که همچنان یافته بیش از دوبار از این  
خصوص چند و سه مرتبه گذاری کردیم



卷之三十一

# راهنمای بولتن

## قالب محتوا

خبر



یادداشت



گزارش



مقاله



اطلاعیه



فراخوان



گفتگو



پیام مردمی



تصویری

شماره صفحه



۱

۲

۳

۴

۵

۶

فراآنی خبر

محل قرارگیری

بریده جراید در روزنامه

فراآنی خبر

محل قرارگیری

بریده جراید در روزنامه

ثبت

منفی

بی طرف

جهت گیری محتوا

بزهاب

عنوان خبر

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

محل قرارگیری خلاصه خبر

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای  
در آیینه مطبوعات

۱۳۹۷/۰۸/۲۶

