



نیرماه
۱۴۰۵

چشم انداز گیم

نشریه تخصصی بازی های دیجیتال



۴ توسعه بازی های ضد آمریکایی

۱۰ حسن پایگر، استریمر جنجالی آمریکایی - ترک تبار

۱۲ مروری بر هفت دوره برگزاری رویداد جایزه بازی های جدی

۱۴ گزارش «Game On» شرکت Globant درباره آینده صنعت بازی





صندوق پژوهش و فناوری
صنایع خلاق



سید مهدی سادات

این نشریه با حمایت صندوق پژوهش و فناوری غیردولتی صنایع خلاق و بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای منتشر می‌شود.

صاحب امتیاز

صندوق پژوهش و فناوری غیردولتی صنایع خلاق
سید مهدی سادات حیاتشاهی

سر دبیر

فرزانه شریفی

تیم تحریریه

- طراح و صفحه آرایی: شایان نشاط
- راحله چمن زاد: دبیر هیئت تحریریه و پژوهشگر حوزه رسانه و صنعت بازی‌های دیجیتال
- سید مهدی سادات حیاتشاهی: پژوهشگر و فعال حوزه صنایع خلاق
- سید محمدرضا حسینی لواسانی: پژوهشگر حوزه صنایع خلاق
- محیا برکت: پژوهشگر حوزه بازی‌های دیجیتال
- ریحانه رفیع زاده: پژوهشگر حوزه بازی‌های دیجیتال
- محمدعلی امینی: پژوهشگر حوزه صنایع خلاق
- فاطمه حیدری: پژوهشگر حوزه صنایع خلاق
- امیر حسین ودیعی: پژوهشگر مطالعات بازی‌های دیجیتال



السَّلَامُ عَلَيْكَ يَا أَبَا عَبْدِ اللَّهِ الْحُسَيْنِ

فهرست



۱۰

گزارش ویژه

حسین پاکر، استریمر جنجالی آمریکایی -
ترک تبار



۶

گزارش

الگوی حمایت اقتصادی و تنظیم‌گری
صنعت بازی در چین



۴

یادداشت سردبیر

توسعه بازی‌های ضد آمریکایی
بازتاب سیاست، هویت و مقاومت



۱۶

مقاله

بررسی مشکلات نشر، تأمین مالی و راهکارهای
پیشنهادی در شرایط اقتصاد امروز



۱۴

گزارش

گزارش «Game On» شرکت Globant
درباره آینده صنعت بازی در ۲۰۲۶



۱۲

بازی جدی

مروری بر هفت دوره برگزاری رویداد جایزه
بازی‌های جدی با تأکید بر سمپوزیوم



۲۸

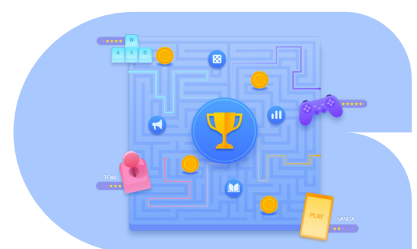
معرفی کتاب



۲۶

ساختارهای قانونی

ساختارها و قوانین کشورهای در زمینه بازی‌های
دیجیتال و سرگرمی



۲۲

بازی جدی

نگاهی به تاریخچه، کارکردها و چالش‌های
«بازی‌های جدی»



۳۰

مقاله

چالش‌های صنعت بازی در خاورمیانه



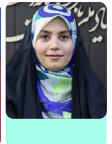
معمولاً در چند محور اصلی شکل می‌گیرند: نقد مداخلات نظامی آمریکا، بازنمایی مقاومت در برابر سلطه غرب، افشای خشونت و استعمار نوین، و تقویت هویت بومی یا انقلابی. یکی از مهم‌ترین نمونه‌ها در این حوزه، بازی روسی Atomic Heart است که هرچند مستقیماً اثری ضد آمریکایی محسوب نمی‌شود، اما با بازنمایی جهان بدیل شوروی و ارائه تصویری از قدرت علمی و نظامی بلوک شرق، نوعی رقابت ایدئولوژیک با روایت آمریکامحور بازی‌های غربی ایجاد می‌کند. این بازی تلاش دارد میراث شوروی را نه صرفاً به‌عنوان یک حکومت شکست‌خورده، بلکه به‌عنوان تمدنی قدرتمند و پیشرفته بازنمایی کند. در فضای سیاسی پس از جنگ اوکراین نیز بسیاری از تحلیلگران، موفقیت این بازی را بخشی از تلاش روسیه برای تقویت قدرت نرم فرهنگی دانسته‌اند.



توسعه بازی‌های ضد آمریکایی

بازتاب سیاست، هویت و مقاومت

فرزانه شریفی



معاون پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و عضو هیئت مدیره

در دهه‌های اخیر، بازی‌های دیجیتال دیگر صرفاً ابزار سرگرمی نبوده‌اند، بلکه به رسانه‌های فرهنگی، سیاسی و ایدئولوژیک تبدیل شده‌اند. همان‌گونه که هالیوود سال‌ها از سینما برای بازنمایی قدرت آمریکا، مشروعیت‌بخشی به سیاست‌های خارج و تصویرسازی از «دشمن» استفاده کرده است، صنعت بازی نیز به بستری برای روایت‌های سیاسی بدل شده است. در این میان، بخش عمده‌ای از بازی‌های جریان اصلی غربی، به‌ویژه آثار نظامی، تصویری قهرمانانه از ارتش آمریکا ارائه می‌کنند و کشورهایی مانند ایران، روسیه، چین یا گروه‌های مقاومت را در قالب تهدید معرفی می‌کنند. با این حال، در سال‌های اخیر برخی کشورها و جریان‌های فرهنگی تلاش کرده‌اند روایت‌های متقابل و بازی‌هایی با رویکرد ضد آمریکایی یا ضد هم‌زمن غرب تولید کنند.

این بازی‌ها را می‌توان در چارچوب «جنگ روایت‌ها» تحلیل کرد؛ جایی که هر کشور یا جریان سیاسی تلاش می‌کند از ظرفیت رسانه‌های تعاملی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی، تقویت هویت ملی و نقد سلطه فرهنگی آمریکا بهره بگیرد. بازی‌های ضد آمریکایی

از مداخلات نظامی و خشونت ارتش آمریکا ارائه می‌دهند. این آثار تلاش می‌کنند کلیشه قهرمان آمریکایی را بشکنند و مخاطب را با پیامدهای انسانی جنگ مواجه سازند.



بنابراین، مفهوم «ضدامریکایی» در بازی‌ها همیشه به معنای حمایت از یک کشور رقیب نیست، بلکه گاه به معنای نقد سرمایه‌داری، نظام‌گری و سیاست خارج آمریکا است. رشد این بازی‌ها را باید در بستر تحولات ژئوپلیتیکی جهان تحلیل کرد. با تضعیف نظم تک‌قطبی و افزایش رقابت قدرت‌های مانند چین و روسیه با آمریکا، رسانه‌های فرهنگ نیز به عرصه رقابت تبدیل شده‌اند. اگر در دهه ۲۰۰۰ اغلب بازی‌های پر فروش جهان روایت‌هایی آمریکامحور داشتند، امروز شاهد ظهور بازی‌هایی هستیم که روایت‌های بدیل را مطرح می‌کنند. این تغییر نشان‌دهنده گذار از «هژمونی مطلق فرهنگ» به سمت «چندقطبی شدن روایت‌ها» در فضای دیجیتال است. با این حال، بازی‌های ضدامریکایی با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستند. نخستین چالش، ضعف فنی و بودجه محدود در مقایسه با غول‌های صنعت بازی آمریکاست. بسیاری از این آثار از نظر گرافیک، گیم‌پلی یا بازاریابی توان رقابت جهانی ندارند. دومین چالش، خطر تبدیل شدن به ابزار تبلیغات مستقیم سیاسی است. زمانی که یک بازی بیش از حد شعاری و ایدئولوژیک شود، مخاطب جهانی خود را از دست می‌دهد. تجربه نشان داده است که موفق‌ترین بازی‌های سیاسی، آثاری هستند که پیام خود را در قالب روایت و تجربه تعاملی منتقل می‌کنند، نه تبلیغات آشکار. در نهایت، بازی‌های ضدامریکایی راهی توان بخشی از نبرد نرم در عصر دیجیتال دانست؛ نبردی که در آن کشورها و جریان‌های مختلف می‌کوشند از رسانه‌های نوین برای تأثیرگذاری فرهنگ و سیاسی استفاده کنند. همان‌گونه که آمریکا سال‌ها از بازی برای تثبیت تصویر خود به‌عنوان ناجی جهان بهره‌برده، اکنون دیگر کشورها نیز تلاش دارند روایت‌های متفاوتی از قدرت، مقاومت و عدالت ارائه دهند. آینده صنعت بازی احتمالاً بیش از گذشته شاهد رقابت روایت‌ها و شکل‌گیری جهان‌های چندصدایی خواهد بود؛ جهانی که در آن بازی دیجیتال نه فقط ابزار سرگرمی، بلکه عرصه‌ای برای بازنمایی هویت، ایدئولوژی و قدرت سیاسی است.

چین نیز در سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری گسترده‌ای روی صنعت بازی انجام داده و برخی آثار چینی به‌طور غیرمستقیم حامل پیام‌های ضد غربی یا ضدامریکایی هستند.



بازی‌هایی که بر مملکت‌گرایی چین، اقتدار دولت و مقاومت در برابر نفوذ خارج تأکید دارند، بخشی از راهبرد فرهنگ چین در رقابت با آمریکا محسوب می‌شوند. برای مثال، برخی بازی‌های نظامی چین آمریکا را به‌عنوان قدرتی مداخله‌گر و تهدیدکننده امنیت آسیا تصویر می‌کنند. افزون بر این، دولت چین به دنبال کاهش وابستگی فرهنگ به محصولات غربی و توسعه اکوسیستم بومی بازی است؛ اقدامی که خود نوعی مقاومت فرهنگی در برابر سلطه رسانه‌های آمریکا به شمار می‌رود.

در خاورمیانه نیز نمونه‌های متعددی از بازی‌های ضدامریکایی یا ضد صهیونیستی دیده می‌شود. ایران از جمله کشورهایی است که تلاش کرده از ظرفیت بازی‌های دیجیتال برای روایت دیدگاه‌های سیاسی و انقلابی استفاده کند. بازی مختار؛ فصل قیام با محوریت مبارزه با ظلم و انتقام از ستمگران، هرچند تاریخی است، اما در سطح نمادین حامل مفاهیم مقاومت و عدالت‌خواهی است. همچنین بازی سفیر عشق با بازنمایی واقعه عاشورا و مفاهیم ایثار و مبارزه با ظلم، در برابر روایت‌های غالب غربی از قهرمان‌سازی قرار می‌گیرد. برخی بازی‌های ایرانی نیز مستقیماً به مقابله با داعش، تروریسم و سیاست‌های آمریکا در منطقه اشاره داشته‌اند.

در لبنان و فلسطین نیز جریان‌هایی نزدیک به محور مقاومت، از بازی به‌عنوان ابزار رسانه‌ای استفاده کرده‌اند. بازی‌هایی با محوریت مقاومت فلسطین یا مقابله با اشغالگری اسرائیل، در بسیاری از موارد آمریکا را حامی اصلی این ساختار معرفی می‌کنند. هرچند این آثار معمولاً از نظر فنی قابل رقابت با بازی‌های بزرگ غربی نیستند، اما از منظر ایدئولوژیک و رسانه‌ای اهمیت دارند؛ زیرا نشان می‌دهند بازی دیجیتال به میدان جدیدی برای تقابل گفتمان‌ها تبدیل شده است. از سوی دیگر، آمریکای لاتین نیز شاهد تولید برخی بازی‌های انتقادی نسبت به سیاست‌های ایالات متحده بوده است. در کشورهایی مانند ونزوئلا یا کوبا، نگاه ضدامریکیالیستی سابقه‌ای طولانی دارد و این رویکرد در برخی آثار رسانه‌ای و بازی‌ها نیز بازتاب یافته است. این بازی‌ها معمولاً بر موضوعاتی چون استعمار اقتصادی، کودتاها و موارد حمایت آمریکا و مقاومت مردمی تمرکز دارند.

نکته مهم آن است که بازی‌های ضدامریکایی صرفاً به تولیدات دولتی محدود نمی‌شوند. برخی بازی‌سازان مستقل در اروپا و آمریکا نیز به نقد سیاست‌های جنگ‌طلبانه ایالات متحده پرداخته‌اند. برای نمونه، بازی‌هایی مانند Spec Ops: The Line تصویری انتقادی

گزارش

بررسی

تطبیقی الگوهای تأمین مالی
و حمایت اقتصادی در زیست‌بوم

بازی‌های ویدئویی:

الگوی حمایت اقتصادی و

تنظیم‌گری صنعت بازی در چین

صنعت جهانی بازی‌های ویدئویی با عبور از ارزش ۲۰۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۴، از یک
مدیوم مصرفی و سرگرمی حاشیه‌ای، به یکی از استراتژیک‌ترین ارکان اقتصاد دیجیتال،
دیپلماسی فرهنگی و اعمال قدرت نرم در عرصه روابط بین‌الملل تبدیل شده است.

کالبدشکافی اقتصاد سیاسی در کشورهای پیشرو نشان می‌دهد که تسلط بر این
زیست‌بوم عظیم، محصول پویایی بازار آزاد و عدم مداخله دولت نبوده، بلکه خروجی
معماری پیچیده، چندلایه و مهندسی‌شده حاکمیت است.

بازی های خارج با محدودیت های بیشتری مواجه هستند. در نتیجه بسیاری از ناشران خارج ترجیح می دهند مالکیت معنوی آثار خود را به شرکت های چینی واگذار کنند تا بتوانند سریع تر وارد بازار شوند. این سیاست علاوه بر حمایت از صنعت داخلی، موجب انتقال دانش فنی و فناوری به شرکت های چینی شده است.

از دیگر ویژگی های مهم این الگو، تلاش برای کاهش انحصار شرکت های بزرگ است. دولت چین در سال های اخیر با توزیع متوازن تر مجوزها، فرصت بیشتری برای استودیوهای کوچک و متوسط فراهم کرده است. این اقدام موجب افزایش رقابت، رشد نوآوری و کاهش وابستگی صنعت به چند شرکت بزرگ شده است.

در حوزه اقتصادی، شرکت های بزرگ مانند تنسنت و نتایز نقش ستون فقرات اکوسیستم بازی چین را ایفا می کنند. این شرکت ها تنها ناشر یا توسعه دهنده بازی نیستند، بلکه مالک شبکه های اجتماعی، خدمات ابری، سامانه های پرداخت دیجیتال و زیرساخت های کلان داده هستند.

تنسنت از طریق سرمایه گذاری گسترده در استودیوهای بین المللی و خرید سهام شرکت های بزرگ جهان، شبکه ای جهانی از نوآوری ایجاد کرده است. از سوی دیگر، نتایز سرمایه گذاری سنگینی در تحقیق و توسعه، موتورهای بازی سازی اختصاصی و فناوری های هوش مصنوعی انجام داده است. این رویکرد موجب افزایش توان رقابتی چین در سطح جهانی شده است.

یکی از مهم ترین تحولات صنعت بازی چین، ظهور اکوسیستم مینی گیم های ویجت بوده است. این بازی ها بدون نیاز به نصب مستقیم در بستر پیام رسان ویجت اجرا می شوند و صدها میلیون کاربر فعال دارند. مدل مینی گیم ها هزینه جذب کاربر را به شدت کاهش داده و امکان دسترسی به گروه های جدیدی از کاربران، از جمله زنان، سالمندان و ساکنان شهرهای کوچک را فراهم کرده است. همچنین وابستگی این بازی ها به شبکه های اجتماعی موجب افزایش نرخ ماندگاری کاربران و رشد درآمد توسعه دهندگان شده است. از منظر راهبردی، این اکوسیستم وابستگی

بلکه ابزاری برای توسعه اقتصادی، قدرت نرم فرهنگی، مدیریت اجتماعی و رقابت ژئوپلیتیکی محسوب می شوند.

الگوی حمایت اقتصادی و تنظیمگری صنعت بازی در چین

چین با بیش از ۷۵۰ میلیون بازیکن و بازاری با ارزشی بیش از ۵۰ میلیارد دلار، بزرگترین بازار بازی جهان به شمار می رود. دولت چین از طریق همکاری راهبردی با شرکت های بزرگ فناوری مانند Tencent و NetEase مدلی را ایجاد کرده که در ادبیات اقتصاد سیاسی با عنوان «سرمایه داری پلتفرم دولتی» شناخته می شود. در این مدل، شرکت های بزرگ فناوری ضمن فعالیت اقتصادی، در تحقق اهداف فرهنگی و اجتماعی دولت نیز نقش ایفا می کنند.



«چین با تلفیق تنظیمگری دولتی، پلتفرم های بومی و سرمایه گذاری فناوریانه، صنعت بازی را به ابزاری برای توسعه اقتصادی و حکمرانی فرهنگی تبدیل کرده است.»

یکی از مهم ترین ابزارهای دولت چین برای مدیریت این صنعت، نظام صدور مجوز یا «بانهاو» است. تمام بازی ها برای ورود به بازار باید از سازمان ملی مطبوعات و انتشارات چین مجوز دریافت کنند. این نظام صرفاً یک سازوکار نظارتی نیست، بلکه ابزاری برای هدایت سرمایه و تعیین جهت توسعه صنعت محسوب می شود. بازی ها براساس پنج معیار اصلی شامل انطباق ایدئولوژیک، اصالت و نوآوری، کیفیت تولید، محتوای فرهنگی و میزان تکمیل پروژه ارزیابی می شوند. اگر بازی در هر یک از این معیارها امتیاز صفر بگیرد، مجوز آن رد خواهد شد. این سازوکار باعث شده سرمایه گذاران به سمت پروژه های خلاقانه، باکیفیت و دارای ارزش فرهنگی حرکت کنند و از تولید محصولات کم کیفیت یا تقلیدی فاصله بگیرند.

آمارهای سال های اخیر نشان می دهد که چین ضمن افزایش تعداد مجوزهای صادر شده، همچنان از تولیدکنندگان داخلی حمایت ویژه می کند. بخش عمده مجوزها به شرکت های چینی اختصاص یافته و

این پژوهش با هدف استخراج دلالت های راهبردی برای طراحی مدل بومی تخصیص منابع، به بررسی تطبیقی الگوهای تأمین مالی و حمایت نهادی در شش زیست بوم شاخص جهانی می پردازد.

یافته های پژوهش نشان می دهد که دولت ها متناسب با ساختار نهادی خود استراتژی های متنوعی اتخاذ کرده اند. در شرق آسیا، پارادایم «توسعه گرای دولتی» و استراتژی های صادرات محور در کره جنوبی، در کنار معماری تنظیمگری و مدل کلان «سرمایه داری پلتفرم دولتی» در چین، به عنوان موتور محرک این صنایع عمل می کنند. در منطقه خاورمیانه، عربستان سعودی با اتکا به اسناد توسعه ملی، رویکرد گذار از دولت رانیر به سرمایه داری دولتی دیجیتال را از طریق سیاست های تهاجمی تزریق کلان سرمایه دنبال می کند. در مقابل، اکوسیستم های غربی بر رویکردهای متفاوتی استوارند که شامل دکترترین «استثنای فرهنگی» و مهندسی مالی در فرانسه، طراحی اکوسیستم حقوقی و سیاست گذاری های مالی در بریتانیا، و حمایت راهبردی از نوآوری فناوریانه و اقتصاد دیجیتال در کانادا است.

سنتز این الگوهای جهانی تأیید می کند که زیست بوم بازی ها، به دلیل ماهیت شانس محور و هزینه های ثابت بسیار بالا در مرحله پیش تولید، نیازمند شبکه های هوشمند مداخله هستند. این مقاله در نهایت دلالت های راهبردی و چارچوب های مشخصی را برای طراحی مدل بومی سرمایه گذاری ارائه می دهد تا ضمن پوشش ریسک های سیستمی، زمینه را برای رقابت پذیری، خلق ارزش پایدار و بهره برداری از ظرفیت های فرهنگی و اقتصادی در زیست بوم داخلی فراهم آورد.

بخش اول این گزارش به بررسی ساختار حمایت اقتصادی، تنظیمگری و سیاست گذاری صنعت بازی های ویدئویی در چین می پردازد و نشان می دهد که موفقیت این کشور در تبدیل شدن به یکی از قدرت های اصلی صنعت بازی جهان، نتیجه یک سیاست جامع اقتصادی، فرهنگی و فناوریانه است. در این الگو، بازی های ویدئویی صرفاً یک صنعت سرگرمی نیستند،



این سیاست‌ها هستند. هدف این اقدامات، مقابله با اعتیاد به بازی، حفاظت از سلامت کودکان و هدایت اوقات فراغت نسل جوان است. هرچند این سیاست‌ها در کوتاه‌مدت فشار اقتصادی بر شرکت‌ها وارد کرده‌اند، اما در بلندمدت موجب تغییر جهت سرمایه‌گذاری‌ها به سمت حوزه‌های پایدارتر شده‌اند. یکی از پیامدهای مهم این محدودیت‌ها، رشد «بازی‌های جدی» و آموزش در چین بوده است. شرکت‌های بزرگ بازی‌سازی با حمایت دولت به تولید بازی‌هایی در حوزه آموزش، سلامت، امنیت سایبری، فرهنگ و محیط زیست روی آورده‌اند. این بازی‌ها علاوه بر اهداف اقتصادی، در خدمت سیاست‌های آموزش و اجتماع دولت نیز قرار دارند. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که بازار جهانی بازی‌های جدی

توسعه‌دهندگان چینی به فروشگاه‌های خارجی مانند اپل و گوگل را کاهش داده و نوع استقلال پلتفرم برای چین ایجاد کرده است.

بخش مهم دیگری از سیاست‌های چین به صادرات فرهنگی اختصاص دارد. دولت چین بازی‌های ویدئویی را به یکی از ابزارهای اصلی قدرت نرم خود تبدیل کرده است. در قالب راهبرد «برون‌گرایی»، دولت با ارائه یارانه‌ها، معافیت‌های مالیاتی، حمایت‌های حقوقی و تسهیلات صادراتی، از حضور بازی‌های چینی در بازارهای جهانی حمایت می‌کند. نتیجه این سیاست رشد سریع درآمد صادراتی صنعت بازی چین و تبدیل شدن آن به یکی از بازیگران اصلی بازار جهانی بوده است.

نمونه‌های موفق این سیاست راه‌توان در بازی‌هایی مانند Naraka، Genshin Impact، Black Myth: Wukong، Arknights و Bladepoint مشاهده کرد. این بازی‌ها علاوه بر موفقیت اقتصادی، حامل عناصر فرهنگی، اسطوره‌ای و هنری چین هستند و نقش مهمی در معرفی فرهنگ چین به مخاطبان جهانی ایفا می‌کنند. موفقیت چشمگیر بازی Black Myth: Wukong نشان داد که چین قادر است از طریق بازی‌های ویدئویی روایت‌های فرهنگی خود را در سطح جهانی گسترش دهد.

در کنار حمایت از توسعه صنعت، دولت چین سیاست‌های سخت‌گیرانه‌ای برای کنترل مصرف بازی نیز اعمال کرده است. محدودیت ساعات بازی برای افراد زیر ۱۸ سال، استفاده از سامانه‌های احراز هویت و فناوری تشخیصی چهره و محدودسازی پرداخت‌های درون‌برنامه‌ای بخشی از



«الگوی چینی حکایت از آن دارد که بازی‌های ویدئویی در اقتصاد دیجیتال امروز صرفاً یک کالای فرهنگی نیستند، بلکه می‌توانند هم‌زمان نقش موتور رشد اقتصادی، بستر نوآوری فناورانه و ابزار پیشبرد اهداف ژئوپلیتیکی و قدرت نرم را ایفا کنند.»

۶۶

«جمع‌بندی این الگو حاکی از آن است که موفقیت چین در صنعت بازی بر پایه هدایت هدفمند سرمایه، تقویت شرکت‌های بزرگ فناوری، توسعه بازارهای داخلی و تبدیل بازی‌های ویدئویی به بخشی از راهبرد کلان توسعه و نفوذ فرهنگ استوار شده است.»

در سال‌های آینده رشد قابل توجهی خواهد داشت و چین تلاش می‌کند از هم‌اکنون جایگاه پیشرو خود را در این حوزه تثبیت کند. در نهایت، فصل نتیجه می‌گیرد که مدل چین بر پنج اصل کلیدی استوار است: بهره‌گیری از قدرت پلتفرم‌های بوم، استفاده از تنظیم‌گری برای هدایت سرمایه، پیوند حمایت اقتصادی با صادرات فرهنگ، توسعه بازی‌های جدی از طریق سیاست‌های حمایتی و تقویت شرکت‌های بزرگ فناوری به عنوان ابزار قدرت ملی. این تجربه نشان می‌دهد که صنعت بازی می‌تواند هم‌زمان موتور رشد اقتصادی، ابزار توسعه فرهنگ و بخشی از راهبرد کلان قدرت نرم یک کشور باشد.





حسن پاکر HasanAbi

استریمر جنجالی آمریکایی-ترک تبار کیست؟

رسانه‌ها یا بحران‌های جهانی صحبت می‌کند. همین مدل باعث شده بخشی از نسل جوانی که معمولاً از رسانه‌های رسمی فاصله دارند، از طریق استریمرهای او با سیاست درگیر شوند.

حسن پاکر از نظر سیاسی به جریان چپ رادیکال آمریکا نزدیک است و خود را سوسیالیست و ضد امپریالیسم معرفی می‌کند. او منتقد جدی سیاست خارجی آمریکا است و بارها از نقش آمریکا در جنگ‌های خاورمیانه انتقاد کرده است. همین مواضع باعث شده هم محبوبیت زیادی در میان بخشی از جوانان چپ‌گرا پیدا کند و هم مخالفان جدی داشته باشد. برخی رسانه‌های آمریکایی او را یکی از اثرگذارترین صداهای چپ در اینترنت می‌دانند. در موضوع فلسطین، حسن پاکر یکی از شناخته‌شده‌ترین استریمرهای جامعه فلسطین در فضای انگلیسی‌زبان است. پس از جنگ غزه، او بارها در استریمرهای خود از مردم فلسطین حمایت کرد، سیاست‌های اسرائیل را محکوم کرد و درباره وضعیت انسان‌ها غزه صحبت نمود. شبکه‌هایی مانند

سیاسی، اجتماع و فرهنگ نظر می‌دهد. او از نخستین چهره‌هایی بود که نشان داد Twitch فقط پلتفرم بازی نیست و می‌تواند به میدان رقابت گفتمان‌های سیاسی نیز تبدیل شود. پژوهش‌های دانشگاهی درباره ارتباطات سیاسی در Twitch نیز از او به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نمونه‌های «سیاست‌ورزی در فضای استریمر» یاد کرده‌اند. در حوزه گیم، حسن پاکر راننده‌ی توان‌صرفاً یک گیمر حرفه‌ای دانست؛ بلکه او بیشتر «استریمر سیاسی - سرگرمی» است. او بازی‌هایی مانند GTA V, Elden Ring, Fortnite, و Among Us و برخی بازی‌های نقش‌آفرینی و آنلاین را در استریمرهای خود تجربه کرده است. بخشی از جذابیت محتوای او این است که بازی را با تحلیل سیاسی و طنز ترکیب می‌کند. برای مثال، هنگام بازی درباره سرمایه‌داری، سیاست خارجی آمریکا،

حسن پاکر (Hasan Piker) که بیشتر با نام HasanAbi شناخته می‌شود، یکی از مشهورترین استریمرهای سیاسی پلتفرم Twitch در جهان است. او متولد ۱۹۹۱ و ترک‌تبار ساکن آمریکاست و فعالیت حرفه‌ای خود را ابتدا در رسانه مترقی The Young Turks آغاز کرد. حسن پاکر در سال‌های اخیر توانسته ترکیبی از استریمر بازی، تحلیل سیاسی، واکنش به اخبار و گفت‌وگوهای زنده را به فرمی جدید از «سرگرمی سیاسی» تبدیل کند؛ مدلی که مخصوص نسل جوان اینترنت و کاربران Twitch است. شهرت اصلی او از زمانی آغاز شد که از قالب سنتی رسانه‌های سیاسی فاصله گرفت و وارد فضای استریمر شد. برخلاف مجریان تلویزیونی، پاکر ساعت‌های طولانی به‌صورت زنده با مخاطبان گفت‌وگو می‌کند، بازی انجام می‌دهد و هم‌زمان درباره موضوعات



Al Jazeera English نیز او را از «بلندترین صداهای حامی فلسطین» در میان استریم‌های آمریکایه توصیف کرده‌اند. پایکر معتقد است رسانه‌های جریان اصلی غرب در پوشش فلسطین جانب‌دارانه عمل می‌کنند و تلاش می‌کند از طریق استریم‌هایش روایت متفاوتی ارائه دهد. او همچنین با برخی فعالان فلسطینی و چهره‌های ضد جنگ همکاری رسانه‌ای داشته است. در عین حال، همین مواضع موجب شده نهادها و گروه‌های حامی اسرائیل به شدت به او حمله کنند. برخی سازمان‌ها مانند ADL او را متهم به تندروی و عادی‌سازی خشونت کرده‌اند، در حالی که هوادارانش این حملات را تلاشی برای خاموش کردن صداهای حامی فلسطین می‌دانند.

در باره ایران، مواضع حسن پایکر پیچیده‌تر و گاه متناقض تلقی شده است. او معمولاً با تحریم‌ها، مداخله نظامی آمریکا و سیاست‌های جنگ‌طلبانه علیه ایران مخالفت می‌کند و از منظر ضد امپریالیستی به موضوع نگاه دارد. برخی کاربران ایرانی در Reddit و شبکه‌های اجتماعی معتقدند که ایران را در قالب تحلیل‌های ضدغریبه خود بازتفسیر می‌کند و گاهی مسائل ایران را به صورت همه‌جانبه نادیده می‌گیرد. از سوی دیگر، هوادارانش می‌گویند او تلاش می‌کند مانع فضا سازی برای حمله نظامی یا تشدید تحریم‌ها علیه ایران شود؛ بنابراین می‌توان گفت حسن پایکر در قبال ایران بیشتر از زاویه ضد مداخله‌گری آمریکا و نقد سیاست خارجی غرب سخن می‌گوید.

یکی از ویژگی‌های مهم حسن پایکر، استفاده از زبان عامه‌پسند و فضای سرگرم‌کننده برای انتقال پیام سیاسی است. او برخلاف تحلیلگران سنتی، از میم، شوخ، فرهنگ اینترنت و حتی لحظات گیم‌پلی برای جذب مخاطب استفاده می‌کند. همین مسئله باعث شده بسیاری او را نسخه چپ‌گرای استریم‌های جریان راست مانند برخی یوتیوبرهای محافظه‌کار بدانند. رسانه‌ها بارها اشاره کرده‌اند که او توانسته مخاطبان جوان مرد را که معمولاً در معرض محتوای راست‌گرای اینترنتی هستند، به سمت گفتمان چپ جذب کند. در عین حال، حسن پایکر همواره چهره‌ای جنجالی بوده است. اظهارات تند او درباره سیاست خارجی آمریکا، اسرائیل و برخی مسائل جهانی بارها باعث تعلیق یا حاشیه‌رسانی شده است. مخالفانش او را افراطی و تحریک‌آمیز می‌دانند، اما طرفدارانش معتقدند او یکی از معدود استریم‌هایی است که بدون ملاحظه درباره فلسطین، جنگ، سرمایه‌داری و سیاست خارجی آمریکا صحبت می‌کند.

در مجموع، حسن پایکر را می‌توان نمونه‌ای مهم از نسل جدید «اینفلوئنسرهای سیاسی» دانست؛ افرادی که مرز میان سرگرمی، بازی، رسانه و سیاست را از بین برده‌اند. او توانسته از فضای گیم و استریم به عنوان ابزار تولید گفتمان سیاسی استفاده کند و میلیون‌ها مخاطب جوان را درگیر موضوعاتی مانند فلسطین، جنگ، سیاست خارجی آمریکا و مسائل هویتی کند. چه موافق او باشیم و چه مخالف، نمی‌توان انکار کرد که حسن پایکر امروز یکی از تأثیرگذارترین چهره‌های سیاسی-رسانه‌ای در فضای استریم و فرهنگ دیجیتال جهان است.



مروری بر هفت دوره برگزاری رویداد جایزه بازی‌های جدی با تأکید بر سمپوزیوم

ریحانه رفیع زاده اخویان

دکتری پژوهش هنر، محقق و مدرس دانشگاه



از میان رسانه‌های هنری عمر بازی‌های رایانه‌ای به نسبت کمتر از بقیه است و همانند مخاطب خود جوان و سرزنده به نظر می‌رسد. اولین بازی‌های رایانه‌ای در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم و در آزمایشگاه‌ها پدید آمدند و سال‌ها زمان برد تا مخاطب آن‌ها با پذیرش این رسانه جدید به شناخت و بررسی این پدیده نوین پرداخته و حوزه مطالعات بازی را راه‌اندازی کند. مطالعات بازی‌های رایانه‌ای در ایران نیز موضوع جدیدی است و اولین تلاش‌ها در حوزه بازی پژوهی به اواخر دهه ۱۳۷۰ و در غالب پایان‌نامه‌های دانشگاهی قابل‌ردیاب است.

«مغزینه» سازنده گفتمان جدید و اثباتی در این رویداد شود.

به دلیل ماهیت میان‌رشته‌ای بودن بازی‌های رایانه‌ای، دانشگاه‌های میزبان این رویداد نیز از دانشگاه‌های جامع و همچنین دانشگاه‌های برجسته در پایتخت انتخاب شده‌اند و حضور دانشگاه‌هایی نظیر دانشگاه علم و صنعت (توجه به بخش فنی)، دانشگاه صداوسیما (توجه به بخش هنری)، دانشگاه علامه طباطبائی (توجه به ماهیت انسانی) مؤید این موضوع است. رویداد سیگپ در دوره‌های مختلف خود تلاش کرده است که میزبان رویداد را به دانشگاه‌های مختلف محول نماید که این موضوع سبب توسعه و گسترش دامنه مخاطبان و دانشگاهیان مشارکت‌کننده در توسعه علم در این موضوع شده است.

این موضوع در بخش نویسندگان نیز قابل‌توجه است و نویسندگانی که بیشترین مقالات را در طی ادوار برای این رویداد ارسال کرده‌اند از پیش‌زمینه‌های مختلف دانشگاهی نظیر رشته‌های مهندسی برق و کامپیوتر، روانشناسی و هنر برخوردار هستند.

در بخش نویسندگان این موضوع قابل‌توجه است که زنان بخش قابل‌توجهی از بازی‌پژوهان را تشکیل داده و زنان ۴۳ درصد از سهم نویسندگان را به خود اختصاص داده‌اند. اختصاص نزدیک به نیمه از بازی‌پژوهان ایرانی به زنان -در مقایسه با درصد کمتر بازیکنان و بازی‌سازان زن ایرانی- موضوعی جالب‌توجه است.

گسترش رویداد سیگپ از یک رویداد ملی به یک رویداد بین‌المللی نیز از نکات موردتوجه این رویداد است. علاوه بر حضور اساتید خارجی در بخش سخنرانان و نویسندگان سیگپ این موفقیت را داشته است که مقالات برتر خود را در پایگاه داده معتبر و بین‌المللی IEEE نمایه کند که در این حوزه و مقیاس یک دستاورد بزرگ محسوب می‌شود. مقالات سیگپ در حوزه تخصصی بازی‌های جدی و تنها به زبان انگلیسی مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

جالب‌توجه است. درحالی‌که در قالب کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال؛ گرایش‌ها، فناوری‌ها و کاربردها، موضوع هنر جایگاه بالاتری را دارد، با تخصصی شدن رویداد و اختصاص آن به حوزه بازی‌های جدی، موضوع هنر به جایگاه پایین‌تری منتقل می‌شود. این موضوع البته می‌تواند چنین نیز برداشت شود که در بخش بازی‌های جدی، هنر جایگاهی تخصصی‌تر یافته و از یک پدیده عام به یک موضوع عملی تبدیل



می‌شود. با این حال به‌طورکلی به نظر می‌رسد با وجود نقش مهم زیبایی‌شناسی در بازی‌های رایانه‌ای محبوب، این موضوع در تحقیق و توسعه بازی‌های جدی مغفول مانده و چندان موردتوجه نبوده است. از سوی دیگر رشته علوم شناختی در سیر دوره‌های مختلف توانسته است از یک جایگاه حاشیه‌ای تبدیل به یک موضوع اصلی و محوری در رویداد سیگپ شود و با ارائه مقالات موفق در مورد بازی شناختی

از میان رسانه‌های هنری عمر بازی‌های رایانه‌ای به نسبت کمتر از بقیه است و همانند مخاطب خود جوان و سرزنده به نظر می‌رسد. اولین بازی‌های رایانه‌ای در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم و در آزمایشگاه‌ها پدید آمدند و سال‌ها زمان برد تا مخاطب آن‌ها با پذیرش این رسانه جدید به شناخت و بررسی این پدیده نوین پرداخته و حوزه مطالعات بازی را راه‌اندازی کند. مطالعات بازی‌های رایانه‌ای در ایران نیز موضوع جدیدی است و اولین تلاش‌ها در حوزه بازی پژوهی به اواخر دهه ۱۳۷۰ و در غالب پایان‌نامه‌های دانشگاهی قابل‌ردیابی است. کنفرانس بازی‌های رایانه‌ای؛ فرصت‌ها و چالش‌ها اولین بار در سال ۱۳۹۴ به‌عنوان یک رویداد رسمی به مطالعات بازی پرداخت و این روند با کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال؛ گرایش‌ها، فناوری‌ها و کاربردها ادامه یافت. در ادامه رویداد جایزه بازی‌های جدی از دل این کنفرانس بیرون آمد و جایگاه خود را به‌عنوان یک رویداد بین‌المللی تخصصی در حوزه‌های بازی‌های رایانه‌ای تثبیت کرد این رویداد در سه بخش مجزای جشنواره، هکاتون و سمپوزیوم به سه ضلع حمایت، آموزش و پژوهش در حوزه بازی‌های جدی پرداخت و توانسته است بازی‌سازان، بازی‌آموزان و بازی‌پژوهان را در یک رویداد جامع گرد هم آورد. از این‌رو پرداختن به روندهای موردتوجه و قابل‌مشاهده در این رویداد حائز اهمیت است.

با نگاهی بر موضوعات مورد پرداخت در ادوار مختلف از برگزاری بخش سمپوزیوم این رویداد این موضوع قابل استنباط است که مقالات دریافت شده از پژوهشگران به طیف مختلفی از موضوعات می‌پردازد که این موضوع ناشی از ذات چندگانه و چندرسانه‌ای بازی‌های رایانه‌ای است. مهم‌ترین موضوعات قابل استخراج شامل فنی، هنر، روانشناسی، سلامت، علوم شناختی، رسانه، سیاست، جامعه‌شناسی، حقوق، فلسفه، صنعت و البته آموزش است. در سیر ادوار مختلف رویداد سیگپ توجه به تغییرات در روند موضوعات مورد پرداخت در هر دوره



گزارش «Game On» شرکت Globant درباره آینده صنعت بازی در ۲۰۲۶

شرکت Globant در نوامبر ۲۰۲۵ گزارشی جدیدی با عنوان «Game On» منتشر کرد که در آن مهم‌ترین نیروهای تحول آفرین صنعت بازی‌های ویدئویی در سال ۲۰۲۶ بررسی شده‌اند. این گزارش معتقد است که آینده صنعت بازی دیگر صرفاً به کیفیت گرافیک یا وسعت جهان‌های بازی وابسته نیست؛ بلکه زیرساخت‌ها، هوش مصنوعی، اعتماد کاربران و اکوسیستم‌های اجتماعی به عوامل اصلی موفقیت تبدیل شده‌اند.

۲. گسترش هوش مصنوعی در توسعه و

عملیات بازی

دومین نیروی تحول آفرین، استفاده گسترده از هوش مصنوعی در فرآیند ساخت بازی‌هاست.

بر اساس داده‌های استناد شده در گزارش، حدود ۹۷ درصد توسعه‌دهندگان بازی از ابزارهای هوش مصنوعی برای سرعت‌بخشی به تولید محتوا استفاده می‌کنند. این ابزارها

در زمینه‌هایی مانند:

◀ تولید دارایی‌های هنری

◀ ساخت مدل‌های سه‌بعدی

◀ تست بازی

◀ متعادل‌سازی گیم‌پلی

◀ ترجمه و بومی‌سازی

◀ طراحی مراحل

کاربرد دارند.

گزارش تأکید می‌کند که هوش مصنوعی قرار نیست جایگزین خلاقیت انسان شود، بلکه نقش «همکار خلاق» را ایفا خواهد کرد و ظرفیت تولید استودیوها را افزایش می‌دهد.

در عین حال، استفاده از هوش مصنوعی؛ چالش‌های جدیدی نیز ایجاد کرده است؛ از جمله:

◀ مالکیت معنوی محتوای تولید شده

◀ شفافیت الگوریتم‌ها

◀ نگرانی‌های اخلاقی

◀ تأثیر بر اشتغال نیروی انسانی

۳. تعامل عمیق‌تر کاربران و قدرت

فرانچایزهای قدیمی

سومین روند کلیدی، تمرکز شرکت‌ها بر حفظ بازیکنان فعلی به جای جذب انبوه کاربران جدید است.

طبق داده‌های

گزارش، درآمد جهانی صنعت

بازی در سال ۲۰۲۵ به حدود ۱۸۹

میلیارد دلار رسیده و همچنان یک

از بزرگ‌ترین صنایع سرگرمی جهان

محسوب می‌شود. در عین حال،

انتظارات بازیکنان و فناوری‌های نوظهور

در حال تغییر دادن شیوه تولید، توزیع و

تجربه بازی‌ها هستند.

۱. تغییر پلتفرم‌ها؛ ظهور بازی‌های

قابل حمل و بازی ابری

نخستین روند مهم، حرکت صنعت از کنسول‌های سنتی به سمت پلتفرم‌های قابل حمل و مبتنی بر فضای ابری است.

در سال‌های گذشته قدرت سخت‌افزاری مهم‌ترین عامل رقابت میان کنسول‌ها بود، اما اکنون کاربران بیشتر به دنبال امکان بازی در هر زمان و هر مکان هستند. به همین دلیل دستگاه‌های هیبریدی، کنسول‌های دسته و سرویس‌های ابری اهمیت بیشتری پیدا کرده‌اند.

در این مدل، بازیکن می‌تواند تجربه بازی خود را میان چند دستگاه مختلف ادامه دهد؛ مثلاً بخشی از بازی را روی کنسول آغاز کرده و بعد روی موبایل یا رایانه ادامه دهد. گزارش پیش‌بینی می‌کند که این نوع دسترسی یکپارچه به یک از استانداردهای اصلی صنعت تبدیل شود.



در گذشته رشد بازار عمدتاً از

طریق ورود بازیکنان تازه حاصل

می‌شد، اما اکنون بسیاری از بازارها به

مرحله بلوغ رسیده‌اند؛ بنابراین شرکت‌ها

تلاش می‌کنند کاربران فعلی را برای مدت

طولانی‌تری در اکوسیستم خود نگه دارند.

راهکارهای اصلی شامل:

◀ سرویس‌های زنده (Live Service)

◀ بسته‌های الحاقی

◀ به‌روزرسانی‌های مستمر

◀ بازسازی نسخه‌های کلاسیک یا

(Remaster)

◀ احیای مجموعه‌های قدیمی

به همین دلیل فرانچایزهای مشهور بیش از گذشته اهمیت پیدا کرده اند؛ زیرا مخاطبان وفادار دارند و هزینه جذب کاربر در آنها کمتر است.

۴. نقش سازندگان محتوا و

اکوسیستم های تولید محتوای کاربر

چهارمین تحول بزرگ به قدرت فزاینده تولیدکنندگان محتوا مربوط می شود.

از محتوای خود درآمد کسب کنند این وضعیت باعث شده مرز میان توسعه دهنده و کاربر تا حدی از بین برود و مدل های جدیدی از مشارکت شکل بگیرد.

۵. فشارهای نظارتی و عصر جدید اعتماد پنجمین نیروی مهم، افزایش نظارت های قانونی و مقرراتی است. دولت ها و نهادهای قانون گذار در کشورهای مختلف نسبت به برخی سازوکارهای درآمدزایی بازی ها حساس تر شده اند؛ از جمله:

• لوت باکس ها (Loot Boxes)

• سیستم های گاچا (Gacha)

• الگوریتم های پنهان

• ویژگی های مبتنی بر هوش مصنوعی که برای کاربر شفاف نیستند

گزارش هشدار می دهد که در سال های آینده اعتماد کاربران به یکی از ارزشمندترین دارایی های شرکت های بازی سازی تبدیل خواهد شد. استودیوهایی که نتوانند شفافیت و امنیت کاربران را تضمین کنند، با چالش های جدی مواجه خواهند شد.

دیدگاه مدیر استودیوی بازی و آموزش Globant

Kevin Janzen در این گزارش اشاره می کند که ادغام ها و خریدهای بزرگ سال ۲۰۲۵ همچنان ساختار رقابتی صنعت را در سال های آینده تحت تأثیر قرار خواهند داد. او همچنین معتقد است که تیم های کوچک توسعه بازی اکنون می توانند محصولاتی در سطح آثار بزرگ و پرهزینه تولید کنند و این روند در سال ۲۰۲۶ حتی شدیدتر خواهد شد. به بیان دیگر، ابزارهای نوین و هوش مصنوعی تا حدی شفاف میان استودیوهای مستقل و شرکت های بزرگ را کاهش داده اند.

جمع بندی Globant

نتیجه اصلی گزارش این است که موفقیت در صنعت بازی سال ۲۰۲۶ به توانایی شرکت ها در چند حوزه وابسته خواهد بود:

۱. استفاده مسئولانه از هوش مصنوعی
۲. جلب و حفظ اعتماد کاربران
۳. طراحی تجربه های چند پلتفرمی
۴. بهره گیری از اکوسیستم تولیدکنندگان

امروزه پلتفرم هایی مانند:

TikTok

YouTube

Twitch

به مهم ترین ابزار کشف بازی های جدید تبدیل شده اند و در بسیاری از موارد تأثیر آنها از تبلیغات سنتی بیشتر است. طبق تحلیل گزارش، بازیکنان دیگر صرفاً مصرف کننده نیستند؛ آنها می توانند:

• تولیدکننده محتوا باشند

• ماد (Mod) بسازند

• نقشه طراحی کنند

• رویداد برگزار کنند

محتوا

۵. استفاده اخلاقه از داده های

کاربران

۶. سرمایه گذاری روی فناوری های ابری و

قابل حمل

به باور نویسندگان گزارش، آینده صنعت بازی متعلق به شرکت هایی است که «نوآوری» و «مسئولیت پذیری» را هم زمان دنبال کنند و میان فناوری، خلاقیت و اعتماد اجتماع تعادل برقرار سازند.

۹۹

صنعت بازی های ویدیویی در آستانه تحولی بزرگ قرار دارد؛ جایه که هوش مصنوعی، تجربه های فراگیر و مدل های نوین درآمدزایی، قواعد سنتی توسعه و عرضه بازی ها را دگرگون می کنند. گزارش Game On شرکت Globant تصویری از مهم ترین روندهای ارائه می دهد که آینده این صنعت را تا سال ۲۰۲۶ شکل خواهند داد.



چالش‌های ساختاری صنعت بازی سازی ایران

بررسی مشکلات نشر، تأمین مالی و راهکارهای پیشنهادی در شرایط اقتصاد امروز



پیام آزادی



سید مهدی سادات حیاتشاهی

این حال، صنعت بازی سازی ایران همچنان با مجموعه‌ای از چالش‌های ساختاری، اقتصادی و حقوقی مواجه است که مانع تبدیل شدن این ظرفیت بالقوه به یک مزیت رقابتی پایدار شده‌اند. تحریم‌های بین‌المللی، محدودیت‌های مالی، نوسانات اقتصادی، ضعف زیرساخت‌های حقوقی و کمبود سرمایه‌گذاری تخصصی، از جمله عواملی هستند که روند توسعه صنعت بازی سازی کشور را با موانع جدی روبه‌رو کرده‌اند. در این میان، سه حوزه «نشر»، «جذب سرمایه» و «تأمین مالی» بیش از سایر بخش‌ها تحت تأثیر این شرایط قرار گرفته‌اند و نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت یا شکست پروژه‌های بازی سازی دارند. این مقاله با هدف بررسی دقیق و تحلیلی این سه محور، به واکاوی مهم‌ترین مشکلات صنعت بازی سازی ایران پرداخته و راهکارهایی برای بهبود وضعیت موجود ارائه می‌دهد.



صنعت بازی‌های دیجیتال در دو دهه گذشته به یکی از بزرگترین و پویاترین صنایع فرهنگی و فناوری جهان تبدیل شده است. براساس گزارش‌های بین‌المللی، ارزش بازار جهانی بازی‌های ویدئویی از مجموع صنایع سینما و موسیقی فراتر رفته و سالانه صدها میلیارد دلار گردش مالی ایجاد می‌کند. این صنعت علاوه بر نقش اقتصادی، به ابزاری برای توسعه فناوری، دیپلماسی فرهنگی، اشتغال‌زایی و صادرات محتوای دیجیتال تبدیل شده است. در ایران نیز طی سال‌های اخیر رشد چشمگیری در تعداد استودیوهای بازی سازی، توسعه دهندگان مستقل و شرکت‌های فعال در حوزه بازی‌های موبایلی و رایانه‌ای مشاهده شده است. وجود نیروی انسانی جوان، متخصص و خلاق در زمینه‌های برنامه‌نویسی، طراحی هنری، مدل سازی سه‌بعدی، انیمیشن، روایت‌پردازی و موسیقی، ظرفیت ارزشمندی برای توسعه این صنعت فراهم کرده است. با

چالش های حوزه نشر بازی های دیجیتال

ضعف اکوسیستم نشر داخلی

در بسیاری از کشورهای موفق در حوزه بازی سازی، ناشران حرفه ای نقش مهمی در تأمین مال، بازاریابی، تبلیغات و توسعه بازار ایفا می کنند. در ایران، تعداد ناشران تخصصی بازی بسیار محدود است و بسیاری از آن ها از منابع مال و دانش تخصصی کافی برای رقابت در سطح بین المللی برخوردار نیستند.

این مسئله موجب شده استودیوها علاوه بر تولید بازی، وظایف همچون بازاریابی، روابط عمومی، مدیریت کاربران و انتشار محصول را نیز بر عهده بگیرند. چنین وضعیتی موجب افزایش هزینه های عملیاتی و کاهش تمرکز تیم های توسعه بر کیفیت محصول می شود.

محدودیت دسترسی به بازارهای جهانی

یکی از مهم ترین موانع پیش روی بازی سازان ایرانی، دشواری حضور در بازارهای بین المللی است. در صنعت جهانی بازی، بخش عمده درآمد از طریق فروش در پلتفرم های دیجیتال و همکاری با ناشران بین المللی حاصل می شود. با این حال، محدودیت های ناشی از تحریم ها باعث شده بسیاری از استودیوهای ایرانی نتوانند به صورت مستقیم از ظرفیت این بازارها بهره مند شوند.

مشکلات مربوط به افتتاح حساب های بین المللی، انتقال درآمدهای ارزی، ثبت شرکت در کشورهای دیگر و دریافت خدمات مال بین المللی، هزینه فعالیت حرفه ای را برای بازی سازان ایرانی افزایش داده است. در بسیاری از موارد، توسعه دهندگان مجبور به استفاده از واسطه های خارجی هستند که علاوه بر افزایش هزینه ها، ریسک های حقوقی و مالی متعددی نیز ایجاد می کند.

مشکلات بازاریابی و جذب مخاطب

یکی از ضعف های جدی صنعت بازی سازی ایران، کمبود دانش و زیرساخت های بازاریابی حرفه ای است. بسیاری از تیم ها در زمینه جذب کاربر، تحلیل داده های بازار، بهینه سازی فروشگاه های نرم افزاری (ASO)، تبلیغات دیجیتال و مدیریت جامعه کاربران تجربه محدودی دارند.

از سوی دیگر، هزینه تبلیغات در فضای دیجیتال به طور مداوم افزایش یافته و محدودیت دسترسی به برخی شبکه های تبلیغاتی جهانی، فرصت رشد بین المللی را برای بازی های ایرانی کاهش داده است.

ضعف نظام مالکیت فکری

حفاظت ناکافی از حقوق مالکیت فکری یکی دیگر از چالش های اساسی حوزه نشر است. دانهود غیرقانونی بازی ها، کپی برداری از دارایی های دیجیتال و نبود سازوکارهای مؤثر برای مقابله با نقض حقوق تولیدکنندگان، امنیت اقتصادی پروژه ها را تهدید می کند.

در چنین شرایطی، انگیزه سرمایه گذاری بر روی تولید محتوای خلاقانه کاهش یافته و توسعه دهندگان نسبت به بازگشت سرمایه خود اطمینان کافی ندارند.

چالش های جذب سرمایه در صنعت بازی سازی ایران

علاوه بر چالش های اقتصادی و زیرساختی، دو مانع بزرگ دیگر در مسیر رشد صنعت بازی سازی در ایران وجود دارد که به ساختار نظام سرمایه گذاری و فرهنگ مالی کشور بازمی گردد: ناشناخته بودن ماهیت صنعت برای سرمایه گذاران سنتی و فلیج بودن ابزارهای نوین تأمین مالی جمعی (Crowdfunding).

الف) شکاف معرفتی: بازی سازی؛ صنعتی در لباس سرگرمی

سرمایه گذاران بزرگ و عمومی در ایران (مانند هلدینگ های صنعتی، بانک ها یا فعالان بازار مسکن) اغلب با ادبیات صنعت بازی بیگانه هستند. این موضوع منجر به بروز مشکلات زیر می شود:

- عدم درک مدل درآمدی (Revenue Model): سرمایه گذار ایرانی عادت به دارایی های مشهود (زمین، ماشین آلات) دارد. در بازی سازی، دارایی

اصلی "کد" و "هنر دیجیتال" است. درک مدل های مثل «پرداخت درون برنامه» (Freemium) یا «اشتراک ماهانه» برای کسی که به اجاره بها یا سود فروش فیزیکی عادت دارد، دشوار است.

- ناتوانی در ارزیابی ریسک: در صنایع سنتی، پیشرفت کار با متر و ابعاد قابل اندازه گیری است. در بازی سازی، ممکن است یک پروژه ۸۰٪ پیشرفت فنی داشته باشد؛ اما هنوز سرگرم کننده نباشد. سرمایه گذاران عمومی نمی توانند تشخیص دهند که آیا یک پروژه در حال شکست است یا در مسیر بهینه سازی.

- نگاه سنتی: اسباب بازی محور: هنوز در لایه های مدیریتی کلان، بازی های ویدئویی به عنوان یک محصول فرهنگی-تربیتی "یا صرفاً سرگرمی برای کودکان دیده می شوند، نه یک صنعت های تک (High-Tech) با گردش مالی میلیاردی که از مجموع صنعت سینما و موسیقی جهان بزرگتر است. این نگاه باعث می شود سرمایه های بزرگ به



سمت حوزه‌هایی مثل پتروشیمی یا فولاد هدایت شوند.

ب) بن‌بست کرافاندینگ (Crowdfunding) در ایران

در دنیا، پلتفرم‌هایی مثل Kickstarter یا Indiegogo فرشته نجات بازی‌سازان مستقل هستند. اما در ایران، استفاده از این پدیده با موانع جدی روبروست:

- محدودیت‌های قانونی و مالی: ساختار جذب سرمایه جمعی در ایران با چالش‌های حقوقی روبروست. اگر مدل "مشارکت در سود" (Equity Crowdfunding) باشد، قوانین بورس و ثبت شرکت‌ها آن قدر پیچیده است که استودیوهای کوچک نمی‌توانند از آن استفاده کنند. اگر مدل "پاداش محور" (Reward-based) باشد، به دلیل تورم بالا، بازی‌ساز نمی‌تواند تضمین کند محصول را که امروز بابتش پول گرفته، دو سال دیگر با همان ارزش به دست حامی برساند.

- عدم اعتماد عمومی: فرهنگ حمایت مالی از یک ایده (پیش‌خرید محصولی که وجود ندارد) در ایران ضعیف است. به دلیل کلاهبرداری‌های متعدد در فضای مجازی و نبود نهاد ناظر قدرتمند که امنیت سرمایه‌های خرد مردم را تضمین کند، مردم عادی به سختی حاضر می‌شوند مبالغه را برای تولید یک بازی پرداخت کنند.

- نبود پلتفرم تخصصی: پلتفرم‌های کرافاندینگ فعلی در ایران عمومی هستند (خیریه، هنری، یا استارت‌آپ عمومی). بازی‌سازی نیاز به پلتفرم تخصصی دارد که بتواند دمو بازی را ارائه دهد، سیستم‌های رتبه‌بندی داشته باشد و با جوامع گیمری (Community) در ارتباط باشد.

- مشکلات درگاه‌های بانکی و تسویه: قوانین مبارزه با پول‌شویی و سقف تراکنش‌ها، جمع‌آوری مبالغه خرد از هزاران نفر و انتقال یکباره آن به حساب تولیدکننده را با موانع بانکی و مالیاتی روبرو می‌کند.

پیامد این دو مشکل باعث حبس در "چرخه فقر تولید" می‌شود. ترکیب این دو مشکل باعث شده است که بازی‌ساز ایرانی در یک بن‌بست قرار بگیرد. اول اینکه سرمایه‌گذار بزرگ وارد نمی‌شود؛ چون صنعت را نمی‌شناسد و آن را جدی نمی‌گیرد و دوم مردم (سرمایه‌گذار خرد) نمی‌توانند

از طریق کرافاندینگ حمایت کنند چون بستر قانونی و پلتفرمی آن مهیا و مناسب بازار اقتصادی کشور نیست. در نتیجه بازی‌ساز ناچار است یا با سرمایه شخصی بسیار اندک بازی بسازد (که منجر به کیفیت پایین می‌شود) یا به دنبال پروژه‌های سفارشی و دولتی برود که معمولاً خلاقیت را قربانی اهداف دیکته‌شده می‌کنند.

۲-۲. عدم شناخت کافه سرمایه‌گذاران

صنعت بازی‌سازی از منظر اقتصادی دارای ویژگی‌های متفاوتی نسبت به صنایع سنتی است. فرآیند تولید بازی معمولاً زمان‌بر بوده و موفقیت تجاری آن وابسته به عوامل متعددی همچون کیفیت محصول، بازاریابی، رفتار کاربران و شرایط بازار است.

بخش قابل توجهی از سرمایه‌گذاران ایرانی شناخت دقیقی از این صنعت ندارند و اغلب انتظار بازگشت سریع سرمایه را دارند. این در حالی است که بسیاری از پروژه‌های موفق جهانی پس از چند سال توسعه و سرمایه‌گذاری مستمر به سوددهی رسیده‌اند.

۲-۲. کمبود سرمایه‌گذاری خطرپذیر (VC)

اکوسیستم سرمایه‌گذاری خطرپذیر در ایران هنوز به بلوغ کافه در حوزه صنایع خلاق دیجیتال نرسیده است. تعداد صندوق‌های تخصصی سرمایه‌گذاری در صنعت بازی بسیار محدود بوده و اغلب سرمایه‌گذاران تمایل بیشتری به حوزه‌هایی مانند تجارت الکترونیک، فین‌تک و خدمات آنلاین دارند.

۲-۳. ریسک بالای پروژه‌های بازی سازی

ماهیت صنعت بازی به گونه‌ای است که حتی پروژه‌های باکیفیت نیز ممکن است به موفقیت تجاری نرسند. این ویژگی موجب افزایش ریسک سرمایه‌گذاری شده و بسیاری از سرمایه‌گذاران را از ورود به این حوزه باز می‌دارد.

ابزارهای خارجی با مشکلات متعددی روبه‌رو شوند.

این موضوع علاوه بر افزایش هزینه‌ها، سرعت توسعه پروژه‌ها را نیز کاهش می‌دهد.

۳. نبود مدل‌های درآمدی پایدار

بازار داخلی ایران هنوز ظرفیت کافی برای تأمین مبالغه‌های بزرگ را ندارد. درآمد حاصل از تبلیغات دیجیتال و پرداخت‌های درون برنامه‌های نیز تحت تأثیر شرایط اقتصادی کشور قرار گرفته است.

در نتیجه بسیاری از استودیوها برای تأمین هزینه‌های خود به پروژه‌های سفارشی، برون‌سپاری خدمات یا فعالیت در حوزه‌های غیرمرتبط روی می‌آورند که این امر تمرکز آن‌ها بر تولید بازی را کاهش می‌دهد.

۴. محدودیت دسترسی به تأمین مبالغه جمعی

در بسیاری از کشورهای جهان، توسعه‌دهندگان از طریق پلتفرم‌های تأمین مبالغه جمعی نظیر Kickstarter و Indiegogo منابع مبالغه‌های خود را تأمین می‌کنند. اما محدودیت‌های بین‌المللی، امکان استفاده مستقیم از این ظرفیت‌ها را برای بازی‌سازان ایرانی بسیار دشوار کرده است. راهکارهای پیشنهادی برای توسعه صنعت بازی‌سازی ایران

علاوه بر این، نبود داده‌های دقیق بازار، کمبود گزارش‌های تحلیلی و فقدان نظام استاندارد ارزش‌گذاری استودیوها، فرآیند تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران را دشوارتر می‌کند.

۲-۴. مهاجرت نیروی انسانی متخصص

مهاجرت گسترده برنامه‌نویسان، هنرمندان و طراحان بازی در سال‌های اخیر به یک از مهم‌ترین دغدغه‌های سرمایه‌گذاران تبدیل شده است. از دست دادن نیروهای کلیدی در میانه توسعه پروژه می‌تواند زمان‌بندی، کیفیت و هزینه‌های تولید را به‌طور جدی تحت تأثیر قرار دهد.

این مسئله سطح ریسک سرمایه‌گذاری در صنعت بازی ایران را افزایش داده و موجب کاهش تمایل سرمایه‌گذاران به حمایت از پروژه‌های بلندمدت شده است.

چالش‌های تأمین مبالغه‌های بازی‌سازی

۱. کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش

بسیاری از استودیوهای ایرانی با مشکل کمبود نقدینگی مواجه هستند. پروژه‌های بازی‌سازی معمولاً به چندین ماه یا حتی چند سال زمان نیاز دارند و تأمین هزینه‌های جاری در این دوره یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های توسعه‌دهندگان محسوب می‌شود.

عدم دسترسی به منابع مبالغه‌های پایدار موجب شده بسیاری از پروژه‌ها پیش از رسیدن به مرحله انتشار متوقف شوند یا با کاهش کیفیت مواجه شوند.

۲. افزایش هزینه‌های تولید

نوسانات نرخ ارز تأثیر مستقیمی بر هزینه‌های تولید بازی دارد. تجهیزات سخت‌افزاری، موتورهای بازی‌سازی، نرم‌افزارهای تخصصی، خدمات ابری و بسیاری از ابزارهای مورد نیاز توسعه بازی وابسته به بازارهای بین‌المللی هستند.

افزایش مستمر هزینه‌ها باعث شده برنامه‌ریزی مبالغه بلندمدت برای استودیوها دشوار شود و ریسک اقتصادی پروژه‌ها افزایش یابد.

۳. محدودیت در پرداخت‌های بین‌المللی

بسیاری از خدمات ضروری صنعت بازی‌سازی نیازمند پرداخت ارزی هستند. محدودیت‌های بانکی و مبالغه‌های موجب شده توسعه‌دهندگان برای خرید خدمات و





راهکارهای پیشنهادی



برای توسعه صنعت بازی سازی ایران

۲



پلتفرم‌های پیش‌فروش و تأمین‌حالی جمع

برای حل مشکل کرادفاندینگ، بانک‌ها یا صندوق‌های ضمانت می‌توانند به عنوان رکن ضامن وارد عمل شوند. به این صورت که پول مردم در حساب واسط (Escrow) بماند و با تأیید ناظر فنی در مراحل مختلف به پروژه تزریق شود تا اعتماد عمومی جلب شود.

۱



تقویت قوانین مالکیت فکری

اجرا و بهینه سازی و کاربردی سازی جدی قوانین کپی‌رایت. حمایت حقوقی از IP ها و مقابله با داندلود غیرقانونی.

۴



تسهیل ارتباطات بین‌المللی و شبکه سازی

برنامه ریزی و حمایت جهت حضور در نمایشگاه‌های جهانی، ایجاد کانال‌های مالی امن بین‌المللی، توسعه همکاری‌ها و شبکه‌های منطقه‌ای و ایجاد کانال‌های همکاری‌سازی

۳



حمایت هدفمند دولت

معافیت‌های مالیاتی، تسهیلات ارزی، وام کم بهره برای استودیوها، حمایت از صادرات فرهنگ دیجیتال و اصلاح قوانین کرادفاندینگ.



جمع‌بندی

صنعت بازی‌سازی ایران در نقطه‌ای قرار گرفته است که از یک سو دارای ظرفیت انسانی، خلاقیت و دانش فنی قابل توجهی است و از سوی دیگر با مجموعه‌ای از چالش‌های ساختاری، اقتصادی و حقوقی مواجه است. پیامد این مشکلات باعث چرخه فقر تولید در این صنعت شده است. به طوری که بازی‌ساز ایرانی در یک بن‌بست قرار گرفته است که اولاً سرمایه‌گذار بزرگ وارد نمی‌شود چون صنعت را نمی‌شناسد و آن را جدی نمی‌گیرد و ثانیاً مردم (سرمایه‌گذار خرد) نمی‌توانند از طریق کرادفاندینگ حمایت کنند چون بستر قانونی و



۶



توسعه مدل‌های ناشر - سرمایه‌گذار (Publisher-Led Investment)

به جای اینکه سرمایه‌گذار مستقیماً با تیم درگیر شود، باید نهادهای واسطه (Publishers) تقویت شوند که زبان هر دو طرف را بفهمند. سرمایه‌گذار پول را به ناشر دهد و ناشر با مدیریت ریسک، آن را بین چندین تیم کوچک توزیع کند. این کار نیاز تیم‌ها به درگیر شدن با مسائل اداری و ثبت شرکت را به حداقل می‌رساند.

۵



اصلاح قوانین برای شرکت‌های پروژه‌محور (SPV)

قانون‌گذار (مجلس یا شورای عالی فضای مجازی) باید امکان ایجاد شرکت‌های تک‌پروژه یا ساختارهای قانونی ساده‌تری را فراهم کند که پس از پایان پروژه و تقسیم سود، به راحتی منحل شوند، بدون اینکه درگیر بروکراسی‌های سنگین مالیاتی و تأمین اجتماع طولانی‌مدت شوند.

۸



راه‌اندازی صندوق‌های جسورانه تخصصی (Vertical VCs)

ایجاد صندوق‌هایی در بورس که دارایی آن‌ها نه زمین و سوله، بلکه سیدی از حق امتیاز (Royalty) بازی‌ها (انیمیشن یا فیلم) مختلف باشد. این کار به سرمایه‌گذار عمومی اجازه می‌دهد با خرید واحدهای این صندوق، بدون نیاز به دانش فنی، در سود صنعت بازی شریک شود. همچنین کمک به ماهیت حقوقی شبیه صندوق‌ها مانند توسعه شتاب‌دهنده‌ها و مراکز کار اشتراکی گیم که سهام آنها قابل ارائه به سرمایه‌گذاران باشد.

۷



تقویت قوانین مالکیت فکری

بانک‌ها و نهادهای مالی می‌توانند سورس‌کد، برند بازی و ترافیک کاربر را به عنوان دارایی معتبر برای اعطای تسهیلات پذیرند. این امر فشار نیاز به سرمایه‌گذار خارج در مراحل اولیه (Seed Stage) را کاهش می‌دهد.

پلتفرم آن مهیا و مناسب بازار اقتصادی کشور نیست. مشکلات مربوط به نشر، جذب سرمایه و تأمین مالی، سه مانع اصلی رشد این صنعت محسوب می‌شوند که تأثیر مستقیم بر توان رقابتی استودیوهای ایرانی در بازارهای داخلی و بین‌المللی دارند. با وجود این چالش‌ها، ظرفیت‌های موجود نشان می‌دهد که در صورت اصلاح سیاست‌های حمایتی،



بازی‌های جدی؛ فراتر از سرگرمی

نگاه به تاریخچه، کارکردها و چالش‌های «بازی‌های جدی»؛ آثاری که آموزش، سلامت، سیاست و تغییر رفتار را به قلب گیم‌پلے می‌آورند.

امیرحسین ودیعی

پژوهشگر بازی‌های ویدئویی



یک بررسی تاریخی

مطالعه تاریخی بازی‌های جدی نشان می‌دهد که تمایل برای جهت‌دادن بازی‌ها به سوی اهداف اجتماعی و آموزشی، قدمتی چند هزارساله دارد. افلاطون استدلال می‌کرد که بازی باید ابزاری برای هدایت تمایلات کودک به سوی نقش‌هایی باشد که در بزرگسالی بر عهده خواهد گرفت (ویلکینسون، ۲۰۱۶). در قرن‌های هجدهم و نوزدهم، فیلسوفان عصر روشنگری، از جمله روسو و شیلر، بازی را به مثابه ضرورتی برای رشد و حق بنیادین در دوران کودکی بازتعریف کردند؛ روسو از حق کودکان برای «خوردن، دویدن و بازی کردن، به هر اندازه که دوست دارند» می‌گوید و در نگاه او، برای کودکان «کار و بازی یک می‌شوند» (کوهن، ۲۰۰۷). این فهم روان‌شناختی با نظریات ویگوتسکی تعمیق یافت؛ او بازی را شکلی از ارضای امیال می‌داند که به کودک امکان می‌دهد «یک سر و گردن بالاتر» از خود روزمره‌اش رفتار کند. آن پیاژه، هم‌عصر ویگوتسکی، نیز بازی را سازوکاری برای تثبیت مهارت‌ها از طریق تکرار و تسلط می‌دید؛ دیدگاهی که سنگ بنای مطالعات بعدی پیرامون نقش بازی در رشد شناختی، عاطفی و اجتماعی کودکان شد (ویلکینسون، ۲۰۱۶).

گذار به عصر دیجیتال، هم‌زمان با پدید آمدن علوم کامپیوتر، شاهد ظهور بازی‌های جدی دیجیتال بود. برخلاف تصور رایج، برخی از نخستین برنامه‌های رایانه‌ای اساساً برای سرگرمی ساخته نشدند، بلکه برای نمایش و پیشبرد پژوهش‌های حوزه تعامل انسان و کامپیوتر و نیز هوش مصنوعی طراحی شده بودند (مایرا، ۲۰۰۸). بازی «او ایکس او» (۱۹۵۲)، اثر الکساندر داگلاس شکلی از بازی

فرض کنید کودکی به دیابت مبتلاست و به جای دریافت دستورالعمل‌های خشک پزشکی که ممکن است نامفهوم و مبهم باشد، در قالب یک بازی یاد می‌گیرد چگونه سطح قند خون خود را کنترل کند یا به تغذیه خود اهمیت بدهد. آنچه در نگاه نخست بازی به نظر می‌رسد، در عمل به ابزاری برای یادگیری و تمرین بدل می‌شود. این تجربه نمونه روشنی از چیزی است که آن را «بازی جدی» می‌نامیم.

بازی‌های جدی واجد وجهی پداگوژیک‌اند؛ یعنی فعالیت‌هایی به بازی افزوده می‌شود که چیزی را آموزش می‌دهند یا مهارتی را منتقل می‌کنند، و دقیقاً همین ویژگی بازی جدی را از محصولات دیجیتالی صرفاً سرگرم‌کننده متمایز می‌سازد؛ زایداتصریح می‌کند که «بازی‌های جدی چیزی بیشتر از هنر، داستان و نوآوری دارند و آن افزودن شدن پداگوژی است» (زاید، ۲۰۰۵؛ به نقل از سوزی و همکاران، ۲۰۰۷). سوزی تصریح می‌کند که از نگاه زاید، وجه آموزشی بازی می‌باید تابع از وجه داستانی و جنبه سرگرمی آن باشد (همان)، دیدگاهی که البته در میان صاحب‌نظران حوزه بازی‌های جدی مخالفین دارد.

برخی پژوهشگران نیز از وجه تمایزدهنده پداگوژی در تعریف بازی‌های جدی فاصله گرفته‌اند و فارغ از جنبه‌های آموزشی، بازی‌های جدی را مأمور انتقال مفاهیم تبلیغاتی، اطلاعاتی، شبیه‌سازی و تربیتی می‌دانند. روی هم رفته، می‌توان یک بازی جدی را بر اساس هدف آن تعریف کرد، هدف یک بازی جدی، ایجاد تعامل کاربران با یک برنامه فناورانه است که ابعاد آموزشی، تربیتی، پرورشی، ارتباطاتی و اطلاعاتی را با عنصر تفریحی و تکنولوژیک برگرفته از بازی‌های ویدئویی ترکیب می‌کند (آلوارز و میثو، ۲۰۰۸).

مفهوم بازی جدی یکی از واژگان کلیدی مطالعات معاصر بازی‌های دیجیتالی به‌شمار می‌آید؛ با این حال، تعریف دقیق آن، خصوصاً با اختلاف نظرهای میان دانشگامیان و فعالان صنعت بازی، همچنان محل مناقشه است.

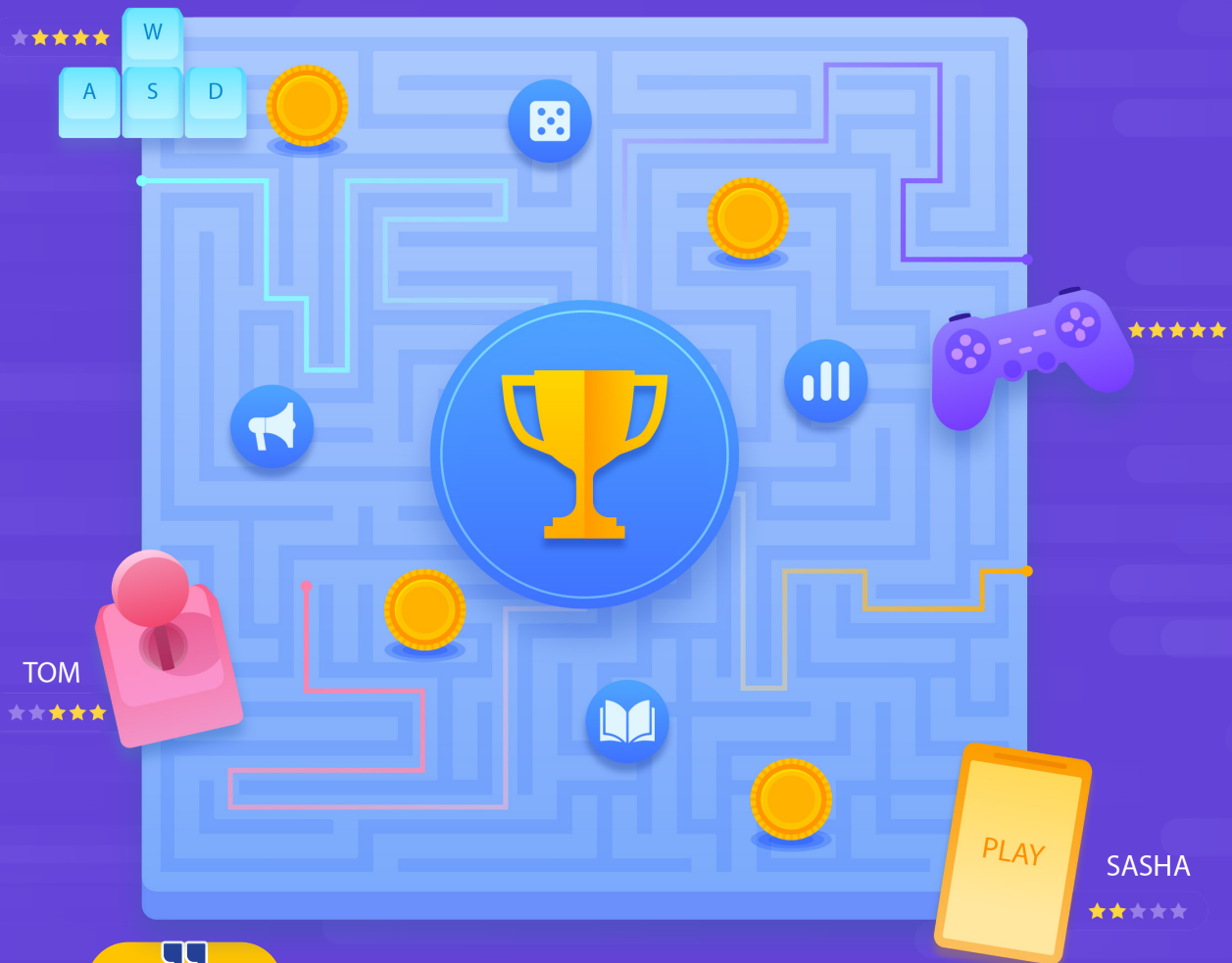
در لایه‌های بنیادین، پژوهش‌های این حوزه به تدریج بر سر یک هسته مفهومی به توافق رسیده‌اند: «بازی‌های جدی به دلیلی غیر از سرگرمی طراحی شده‌اند» (ولف، ۱۴۰۳)؛ این تعریف به هیچ وجه به این معنا نیست که چنین بازی‌هایی نباید سرگرم‌کننده باشند؛ بلکه نشان می‌دهد که هدف اصلی طراحی آن‌ها آموزش، تربیت، اطلاع‌رسانی یا اقناع است، به بیانی بهتر، بازی‌های جدی، بازی‌هایی‌اند که نخستین هدفشان فراتر از صرف سرگرمی، لذت یا تفریح، طراحی یا به‌کار گرفته می‌شوند (مایکل و چن، ۲۰۰۶). پژوهشگرانی چون کلارک ایت، که نخستین بار در سال ۱۹۷۰ این اصطلاح را در معنای مدنظر ما به کار برده، بازی‌های جدی را بازی‌هایی با «هدف آموزشی از پیش اندیشیده» توصیف می‌کرد که قرار نیست اساساً برای سرگرمی صرف انجام شوند (بروئر و بنته، ۲۰۱۰).

تعاریف متأخرتر از سوی زاید و همچنین مایکل و چن بر این نکته تأکید دارند که

پنهان» رفته اند تا محتوای آموزشی به صورت یکپارچه در دل گیم پلے ادغام می شود، نه آنکه محدود به پاداشی سطحی برای به پایان رساندن یک وظیفه باشد. به علاوه، پژوهشگران توضیح داده اند که ظرفیت بازی های جدی چنان گسترده است که می توانند فراتر از آموزش به کودکان رفته و مخاطبان بزرگسال را نیز هدف قرار دهند (مایکل و چن، ۲۰۰۶).

دانشگاه و پژوهشی، با نمایش یافته های علمی، شکل گرفته اند. موج کنونی این جنبش به طور رسمی در سال ۲۰۰۲ و با راه اندازی بنیاد بازی های جدی و انتشار بازی «ارتش آمریکا» (۲۰۰۲)، شتاب گرفت (همان). این دوره شاهد تغییری اساسی در مدل اقتصادی بازی های جدی بود؛ گرچه نمونه های اولیه اغلب به فروش خرد فروشی متکی بودند، بازی های جدی معاصر معمولاً از سوی کارفرمایان یا نهادهای

دوز بود که به عنوان بخشی از پروژه پایان نامه او در دانشگاه کمبریج با موضوع تعامل انسان و کامپیوتر طراحی شد. همچنین «تینیس دونفره» (۱۹۵۸)، اثر ویلیام هگن باتم با این نیت ساخته شد که «این پیام را منتقل کند که تلاش های علمی ما برای جامعه مهم است» (جوته، ۲۰۱۱). در دوران جنگ سرد، ارتش به یک از مشوقین اصلی بازی های جدی دیجیتال بدل شد و عناوینی چون «کارمونت» (۱۹۵۳)، برای شبیه سازی



از آموزش مدیریت دیابت تا شبیه سازی جنگ و دیپلماسی؛ بازی های جدی ثابت کرده اند که گیم می تواند فراتر از سرگرمی، ابزاری برای یادگیری، درمان و حل مسائل دنیای واقعی باشد.

مشخص، مانند ارتش، نظام سلامت یا سازمان های مردم نهاد، برای حل مسئله های معین تأمین مالی می شوند. این تغییر، امکان عبور از الگوی اولیه «آموزش-سرگرمی» دهه ۱۹۹۰ را فراهم کرد؛ الگویی که به دلیل تکیه بر مکانیسم های تکراری و طوطی وار و گره زدن «خطابه های بد با بازی های بد» به شدت مورد انتقاد قرار گرفته بود. در مقابل، بازی های جدی معاصر به دنبال «یادگیری

مانورهای پیچیده تاکتیکی و «هاتسپیل» (۱۹۵۵) برای آزمایش پیامدهای تسلیحات هسته ای و حملات هوایی توسعه یافتند (همان). چنین نمونه هایی پژوهشگران را متقاعد کرده که نخستین بازی های ویدئویی ساخته شده، بیش از آنکه در پی سرگرمی باشند، کارکردی آموزشی، تحلیلی و کاربردی داشته اند و در بستر نهادهای نظامی، با تربیت و آموزش سربازان یا آزمون استراتژی ها،



بازی‌های جدی و مسائل واقعی

بازی‌های جدی برای مواجهه با مسائل پیچیده دنیای واقعی، از ترکیب پیچیده از فعالیت، نحوه ادراک، کاربرد و محیط بهره می‌گیرند و از شیوه‌های گوناگونی برای درگیر کردن بازیکن استفاده می‌کنند (لامارتی و همکاران، ۲۰۱۴).

بعضی از این بازی‌ها بیشتر روی فعالیت‌های ذهنی تمرکز دارند؛ مثلاً بازی‌هایی که برای یادگیری زبان یا تقویت مهارت‌های شناختی ساخته شده‌اند، مثلاً یادگیری زبان در بازی گمشده در امپراتوری میانه.

برخی دیگر بازیکن را به تحرک بدنی وادار می‌کنند، مانند بازی‌هایی که برای ورزش، تناسب اندام یا توانبخشی جسمی به کار می‌روند؛ در مواردی هم بازی‌ها واکنش‌های بدنی و فیزیولوژیک کاربر، مثل تعادل، هماهنگی یا واکنش عصبی، را هدف می‌گیرند، به‌ویژه در حوزه‌های پزشکی و درمانی، مثلاً بازی‌ورزش‌های دیجیتال مانند «وی‌فیت» (همان). به‌علاوه امروزه متخصصان توانسته‌اند در تشخیص بیماری‌ها، از جمله اختلال استرس پس‌اساتحه یا اختلال کم‌توجهی-بیش‌فعالی در کودکان از بازی‌های جدی بهره ببرند (سوزی و همکاران، ۲۰۰۷). تجربه بازی‌های جدی معمولاً فقط به تصویر و صدا محدود نمی‌شوند، در بعضی بازی‌های جدی، حس

لامسه نیز وارد ماجرا می‌شود تا بازیکن بتواند وزن، شکل یا بافت اشیای مجازی را احساس کند؛ قابلیتی که در آموزش پزشکی، شبیه‌سازی‌های صنعتی یا حتی حفاظت از میراث فرهنگی کاربرد دارد (لامارتی و همکاران، ۲۰۱۴).

با اتکاب به مفهوم «دایره جادویی» هویزینیا (۱۹۷۱)؛ یعنی فضای جداسده از زندگی روزمره که قواعد خاص خود را داراست، بازی‌های جدی امکان آزمایش ایمن سناریوهای پرمخاطره، مانند آموزش آتش‌نشانان در بازی «بیوه‌زارد» یا شبیه‌سازی مذاکرات دیپلماتیک در «بِلِت» را بدون پیامدهای واقعی فراهم می‌کنند.

همانطور که اشاره شد، یکی از مهم‌ترین میانجی‌هایی که اثرگذاری بازی‌های جدی را بالا می‌برد، شبیه‌سازی محیطی است. در این وضعیت شبیه‌سازی‌های محیطی کاربر را قادر می‌سازند تا محیطی را تجربه کنند که در آن بتوانند با یک موقعیت/نقش خاص مقابله کنند یا یک مهارت خاص را تمرین کنند. رویکردهایی مانند رویکرد تغییر موقعیت اجتماع در این نمونه‌ها به بازیکنان امکان می‌دهد که نقش طرف‌های مختلف را در یک درگیری بر عهده بگیرند و این شانس را داشته باشند که همان درگیری را از دیدگاه‌های مختلف تفسیر کنند (زمبونی و همکاران، ۲۰۱۱).

یکی دیگر از میانجی‌هایی که بازی‌های جدی از طریق آن به مسائل واقعی می‌پردازند، استفاده از فناوری اقلان و شبیه‌سازی روابط علت و معلولی است.

از آنجا که بازی‌ها می‌توانند پیامدهای یک رفتار، مانند سوء مصرف مواد مخدر یا رانندگی پرخطر را به صورت آنی و ملموس نشان بدهند، در تغییر نگرش‌ها و رفتارها، اغلب از روش‌ورها و کتابچه‌های اطلاع‌رسانی مؤثرتر واقع می‌شوند (زمبونی و همکاران، ۲۰۱۱).

در حوزه سلامت، بازی‌هایی مثل «کاپیتان نولین» و «پیک و مارلون» تأثیرات واقعی چشمگیری نشان داده‌اند؛ کارآزمایی‌های بالینی حاکی از کاهش ۷۷ درصدی مراجعات بیمارستانی در کودکان بود که این بازی‌های مدیریت دیابت را انجام می‌دادند، زیرا توانایی خودمراقبتی آن‌ها افزایش یافته بود و کودکان آموخته بودند که چطور سطح انسولین خون را مدیریت کنند و وعده‌های غذایی سالم داشته باشند (جوتی، ۲۰۱۱).





از انجامش ناتوان اند. این بازی‌ها عرصه‌ای از نوآوری و آزمایش‌گری فراهم می‌کنند که دسترسی‌پذیر و فراگیر است و میان تأهل درون بازی و مطالبات بیرون حل مسئله پیوندی برقرار می‌کند (ویلیکینسون، ۲۰۱۶). هرچند بحث بر سر تعریف و میزان اثربخشی بازی‌های جدی احتمالاً دهه‌ها ادامه خواهد داشت، رشد صنعت و ادغام روزافزون آن در حوزه‌هایی چون سیاست‌گذاری، سلامت، تربیت و کنشگری اجتماعی نشان می‌دهد که دیگر تردیدی در جدی بودن بازی‌ها باقی نمانده است (جوتی، ۲۰۱۱). در نهایت، تردیدی نیست که بازی‌های جدی تجله معاصر درک کهن از انسان است؛ ژرف‌ترین و موثرترین یادگیری زمانی رخ می‌دهد که ما غرق در بازی هستیم.

۹۹

بازی‌ها سال‌هاست از صفحه سرگرمی عبور کرده‌اند؛ حالا در کلاس درس، بیمارستان، پادگان و حتی اتاق‌های تصمیم‌گیری جهانی نقش آفرینی می‌کنند. از کنترل قند خون یک کودک تا آموزش استراتژی‌های نظامی؛ بازی‌های جدی مرز میان سرگرمی و واقعیت را از نو تعریف کرده‌اند.

بازی‌های جدی در پرورش مهارت‌های پیچیده‌تری مانند برنامه‌ریزی یا یادگیری زبان عملکرد قابل‌قبولی دارند، در انتقال دانش ساده و واقعیت‌محور اغلب ناکارآمدند. همچنین همواره این خطر وجود دارد که جذابیت‌های سطحی بازی، ضعف‌های بنیادی آموزش را پنهان کند (ویلیکینسون، ۲۰۱۶). امری که بروکمن آن را «کلم بروکلی باروکش شکلات» نامیده است (بروکمن، ۱۹۹۹).

در نهایت، هرچند بازی‌های جدی با انتقال کانون کنترل از مدرس به یادگیرنده می‌توانند غرقگی، و در نتیجه انگیزه ایجاد کنند، این ویژگی لزوماً به یادگیری مؤثر منجر نمی‌شود (استیپلتون، ۲۰۰۴). استفاده از بازی‌های تجاری آماده مانند «تمدن» برای اهداف آموزشی، بیش از آنکه یادگیری مستقیم ایجاد کند، معمولاً به «یادگیری حاشیه‌ای» می‌انجامد؛ حالتی که بازی بستر اصلی آموزش نیست و صرفاً نقش جرقه‌ای برای علاقه‌مندی بیشتر را ایفا می‌کند. از این منظر، بازی‌های جدی را باید ابزاری وابسته به زمینه، طراح و استفاده هوشمندانه تلقی کرد (بروئر و بنتی، ۲۰۱۰؛ سوزی و همکاران، ۲۰۰۷).

با بلوغ تدریجی این حوزه، بازی‌های جدی از سوی برخی به‌عنوان «زبان آینده» توصیف می‌شوند؛ شکلی نو از ارتباط که توان بازنمایی پدیده‌های چندبعدی جهان جهانی‌شده را دارد، آن‌هم به شیوه‌ای که رسانه‌های ایستا

نقدهای به بازی‌های جدی

در سطح مفهومی، با وجود اجماع گفته‌شده بر سر تعریف بازی‌های جدی، خود این اصطلاح از سوی برخی دانشگامیان این‌همان دانسته شده است چراکه از نظر آنان همه بازی‌ها جدی‌اند، چون نیازمند تمرکز زیاد و نیز تأثیرات عمیق بر جهان‌بینی، نگرش و تجربه زیسته بازیکنان است. به‌علاوه، این اصطلاح از سوی برخی دیگر ترکیبی تناقض‌آمیز توصیف می‌شود (بروئر و بنتی، ۲۰۱۰). برای کسانی که با تکیه بر تعریف کلاسیک هویزینیا از بازی به‌مثابه کنشی آزاد و بیرون از زندگی «عادی» (هویزینیا، ۱۹۷۱)، بازی را ذاتاً فعالیته «غیرجدی» می‌دانند، ترکیب «بازی جدی» حامل نوعی تناقض درونی است.

علاوه بر این، در سطح عملی نیز انتقادهایی متوجه بازی‌های جدی است؛ مهم‌ترین آن‌ها «شکاف شواهد» درباره میزان اثربخشی‌شان است. چندین مطالعه نتایج مربوط به پیامدهای یادگیری را «ناچیز» توصیف کرده‌اند و نشان داده‌اند که در رابطه با بازی‌های جدی، برتری معناداری نسبت به کلاس‌های سنتی گزارش نشده است (گیسن، ۲۰۱۵). در نظر منتقدان این حوزه، موفقیت بازی‌ها به شدت وابسته به بافت اجرا، کیفیت طراح آموزشی و نقش تسهیلگر است (همان). به‌علاوه، گرچه



ساختارها و قوانین کشورها در زمینه بازی‌های دیجیتال و سرگرمی

بخش دوم

باشد. همچنین برای اکثر کنسول‌ها، ابزارهای توسعه فقط برای توسعه‌دهندگان مجاز در دسترس هستند. البته در رایانه‌های شخصی آزادی بیشتری وجود دارد.

ساختارها و قوانین مرتبط با صنعت اسباب بازی در آمریکا

ایمنی جزء مهم‌ترین اولویت‌ها برای ارزیابی هر اسباب بازی در هر مرحله از فرآیند تولید آن است. از هنگامی که اسباب بازی در مراحل اولیه ایده قرار داشته تا وقتی که محصول نهایی برای فروش در خرده‌فروشی‌ها آماده می‌شود. کمیسیون ایمنی محصولات مصرفی ایالات متحده همواره اسباب بازی‌ها را در بین ۱۵ دسته محصولات مصرفی که در خانه یافت می‌شوند، از لحاظ ایمنی مهم‌ترین در نظر می‌گیرد. اسباب بازی‌سازان ایالات متحده از مجموعه‌ای اجباری از قوانین و مقررات ایمنی تحت عنوان ASTM F963 پیروی می‌کنند - مشخصات استاندارد ایمنی مصرف‌کننده برای ایمنی اسباب بازی، که تحت ASTM بین‌المللی از سال ۱۹۸۶ موجود بوده است. انجمن اسباب بازی کمیته چند ذی‌نفعی راهبردی می‌کند که به طور مستمر این استاندارد را بررسی کرده تا اطمینان حاصل کند که با تحقیقات مرتبط با نیازهای جدید کودکان، داده‌های حوادث پزشکی جدید مرتبط به اسباب بازی، تکنیک‌های ارزیابی ریسک، علم و نوآوری‌های تولید همگام است. این استاندارد آخرین بار در سال ۲۰۲۲ بازنگری شد.



ایالات متحده آمریکا

آمریکا با برخورداری از بازار صنعت بازی در حدود ۵۵ میلیارد دلار بزرگ‌ترین کشور در زمینه صنعت بازی است.

رده‌بندی سنی اجباری

هیئت رده‌بندی نرم‌افزار سرگرمی سازمان غیرانتفاعی و خود تنظیم‌کننده است که در ۱۹۹۴ تأسیس شده و بخشی از انجمن نرم‌افزار سرگرمی محسوب می‌شود. این سازمان، رده‌بندی نرم‌افزارها و بازی‌های دیجیتال را تعیین می‌کند و والدین می‌توانند انتخاب‌های آگاهانه داشته باشند. هیئت رده‌بندی نرم‌افزار سرگرمی حاوی رهنمودهایی درباره تناسب سن، محتوا و عناصر تعاملی است و به عنوان بخشی از نقش خود تنظیم‌کننده، دستورالعمل‌های تبلیغاتی اتخاذ شده توسط صنعت را اجرا می‌کند و همچنین مسئولیت تضمین اصول حفظ حریم خصوصی آنلاین برای کامپیوتر و بازی‌های دیجیتال و سایر نرم‌افزارهای سرگرمی در کانادا، مکزیک و ایالات متحده را بر عهده دارد. با اینکه سیستم رده‌بندی در آمریکا داوطلبانه است، تقریباً تمام بازی‌های دیجیتال که در خرده‌فروشی‌ها فروخته یا به صورت دیجیتالی دانلود می‌شوند، رده‌بندی این هیئت را دارند. سیاست‌های بسیاری از خرده‌فروشان ذخیره

و یافروش بازی‌هایی است که دارای رتبه هیئت رده‌بندی نرم‌افزار سرگرمی هستند و تولیدکنندگان کنسول نیاز دارند بازی‌هایی که روی سیستم آن‌ها در آمریکا و کانادا منتشر می‌شوند، از طریق هیئت رده‌بندی نرم‌افزار سرگرمی رتبه‌بندی کنند.

در آمریکا، قوانین بازی‌های دیجیتال توسط سیاستمداران که به اعمال نظارت و مقررات بر بازی‌های دیجیتال فشار آورده‌اند، حمایت شده است. به هیچ سازنده کنسول اجازه انتشار بازی‌های با برچسب «فقط برای بزرگسالان» در آمریکا داده نشده، با این حال استیم اجازه انتشار بازی‌های دیجیتال را با این برچسب بر پلتفرم خود داده است. در عین حال تجارت و خرید و فروش بازی‌ها شدیداً تحت تأثیر رده‌بندی سنی اعطا شده به بازی‌ها قرار دارد.

مجوز توسعه بازی

عملاً گواهینامه مخصوصی برای توسعه‌دهنده بازی وجود ندارد؛ اما بسته به پلتفرمی که فرد بازی را روی آن توسعه می‌دهد، ممکن است مجبور شود برای پیوستن به برنامه‌های توسعه‌دهندگان که اجازه دسترسی به ابزارهای توسعه یا فروشگاه‌ها را ارائه می‌دهد، اقداماتی را انجام دهد. برای توسعه در پلتفرم اپل، فرد باید یک توسعه‌دهنده مجاز برای انتشار در فروشگاه

۹۹

در آمریکا، قوانین بازی‌های دیجیتال توسط سیاستمداران که به اعمال نظارت و مقررات بر بازی‌های دیجیتال فشار آورده‌اند، حمایت شده است. به هیچ سازنده کنسول اجازه انتشار بازی‌های با برچسب «فقط برای بزرگسالان» در آمریکا داده نشده



آلمان

کشور آلمان با نزدیک به ۴.۵ میلیارد دلار درآمد سالانه از بازی یکی از قطب‌های بازی در قاره اروپا است. این کشور در زمینه قانون‌گذاری و نظارت بر بازی‌ها قوانین دقیقی دارد و در قاره اروپا از این حیث پیش‌تاز است. این کشور دارای قوانین سخت‌گیرانه قانونی برای طبقه‌بندی و فروش بازی‌های دیجیتال در قالب رسانه‌های است. پایه قانونی برای صدور این قوانین، «قانون حفاظت از کودکان و نوجوانان آلمان» است که رتبه‌بندی سنی فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی را نیز در رسانه‌های تصویری برای دسترسی عمومی کنترل می‌کند (یواس‌ک، ۲۰۱۳). صنعت اسباب بازی در آلمان که نسبتاً پویا و یکی از بزرگترین در نوع خود در اتحادیه اروپا محسوب می‌شود، برای بسیاری از تولیدکنندگان اسباب بازی خارج از آلمان تا سال ۲۰۲۶ به ۴.۹۷ میلیارد دلار خواهد رسید. (Renub Research)

در زمینه قانون‌گذاری صنعت اسباب‌بازی دولت آلمان یک دستورالعمل ایمنی اسباب بازی را تصویب کرده است که در مورد محصولات طراحی شده یا در نظر گرفته شده برای کودکان زیر ۱۴ سال اعمال می‌شود. همچنین اتحادیه اروپا نیز برای اطمینان از ایمن بودن اسباب‌بازی‌ها برای بازی کودکان، دستورالعمل ایمنی اسباب بازی اتحادیه اروپا EC/EN/۲۰۰۹ را معرفی کرده است که هدف

آن ایجاد حداقل استانداردهای ایمنی مربوط به ویژگی‌های اسباب بازی، اشتهال پذیری، مواد، اسناد و موارد دیگر است. دستورالعمل ایمنی اتحادیه اروپا برای اسباب‌بازی‌ها، تولیدکنندگان را ملزم می‌کند که محصولات خود را با علامت CE تأیید کنند، که نشان می‌دهد اسباب‌بازی با استانداردها مطابقت دارد. درج علامت CE بر روی اسباب‌بازی‌ها برای فروش آنان در اتحادیه اروپا اجباری است و تولیدکنندگان باید آزمایش‌هایی را انجام دهند و اسنادی را ارائه کنند تا نشان دهند که با این استانداردها مطابقت دارند. عدم رعایت این استاندارد می‌تواند منجر به جریمه و فراخوان محصول شود.

بازی و اسباب بازی در ساختار دولتی آلمان

قانون حفاظت از کودکان و نوجوانان آلمان، به ایالت‌های فدرال که وظیفه طبقه‌بندی بازی‌ها را قبل از انتشار بازی‌ها، برای افراد جوان زیر ۱۸ سال بر عهده دارند واگذار می‌شود. رتبه‌بندی سنی بازی‌های دیجیتال وظیفه وزارتخانه‌های ایالت‌های فدرال است که صلاحیت قانونی در امور جوانان را دارند. وزارتخانه مربوطه از یکی از ایالات، به عنوان نماینده همه وزارتخانه‌های ایالت‌های فدرال مسئول رتبه‌بندی سنی است. کارکنان آن به طور مستقیم به عنوان نمایندگان مقامات عالی‌ایالت‌های فدرال در حفاظت از جوانان در هر طبقه‌بندی دخیل هستند

موسسه توفسود (TUVSUD)

یک سازمان گواهی‌دهنده وابسته به اتحادیه اروپا است که اسباب‌بازی‌های تولیدی را از نظر مطابقت با الزامات قانون ایمنی اسباب بازی اتحادیه اروپا مورد بررسی قرار می‌دهد. این سازمان خدمات کاملی از خدمات تست، گواهی‌دهی، ممیزی و مشاوره را در حوزه اسباب‌بازی‌ها برای همه کشورهای اتحادیه اروپا ارائه می‌دهد. این موسسه آزمایشگاه‌های مجهزی دارد که محصولات را از لحاظ فیزیکی مورد بررسی قرار می‌دهد. همچنین نشان TUVSUD بر روی اسباب‌بازی‌های مورد تایید، درج می‌شود.

۲۱

آلمان یکی از قطب‌های مهم صنعت بازی و اسباب‌بازی در اروپاست که با قوانین سخت‌گیرانه در حوزه ایمنی، رتبه‌بندی سنی و استانداردهای اتحادیه اروپا (از جمله نشان CE) فعالیت می‌کند. این کشور با نهادهای نظارتی تخصصی و بازار روبه‌رشد چند میلیارد دلاری، از پیشگامان تنظیم‌گری و توسعه این صنعت در اروپا محسوب می‌شود.



کہ چگونه بازیهای دیجیتال مے توانند محل تقابل دو تجربه تاریخے باشند:

تجربہ استعمار و سلطہ فرهنگے غرب تجربہ زندگی در نظام کمونیستے و دوران پساکمونیسم ایده اصلی کتاب

ایده محوری کتاب این است کہ بیشتر نظریہهای رایج بازیهای دیجیتال بر اساس تجربہ غرب، بهویژہ آمریکا و اروپای غربے شکل گرفتهاند؛ در حالے کہ کشورهای شرق اروپا، روسیہ یا برخے کشورهای آسیایے تجربہ تاریخے متفاوتے از مدرنیته، جنگ، ایدئولوژی و هویت دارند. بنابراین، بازیهایے کہ در این مناطق ساخته مے شوند یا مخاطبان آنها هستند، دارای معناها و روایتهای متفاوتے اند.

کتاب مے پرسد:

آیا بازیهای ویدئویے فقط حامل ارزشهای غربے هستند؟

کشورهای پساکمونیستے چگونه خود را در

بازیها باز نمای مے کنند؟

رابطہ بازیها با حافظہ جنگ سرد، فروپاشے شوروی و

سرماہداری جہانے چیست؟

آیا بازیها ابزار استعمار فرهنگے اند یا مے توانند رسانه مقاومت باشند؟

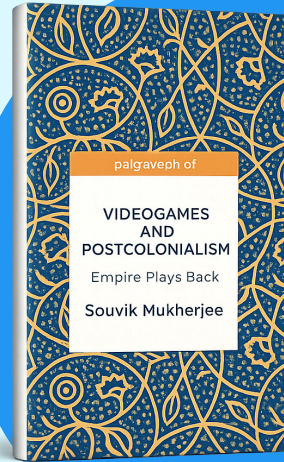
نقد هژمونے غرب در صنعت بازی

کتاب توضیح مے دہد کہ بسیاری از بازیهای مشهور جہان، روایت آمریکامحور دارند. در این آثار، آمریکا معمولاً ناجے جہان است و کشورهای شرقے، مسلمان یا کمونیست بهعنوان دشمن تصویر مے شوند. نویسندگان با استفاده از نظریہ پسااستعماری نشان مے دہند کہ این باز نمایها نوعے «دیگری سازی» فرهنگے ایجاد مے کنند.

این بخش برای پژوهشهاییے درباره باز نمای خاورمیانہ، اسلام یا ایران در بازیها بسیار کاربردی است.

برخے از مقالات و مباحث مطرح شدہ در کتاب

۱. رئالیسم استعماری در بازیهای ویدئویے
۲. بازی Shenmue: بررسی پیوند پسااستعمار و نئولیبرالیسم
۳. بازیهای Horizon Forbidden West و Horizon Zero Dawn: تحلیل شخصیت «الے» به عنوان کارآفرینے استعماری
۴. بازی No Mans Sky: بررسی مفهوم سرزمین بے صاحب (Terra Nullius) در استعمار فضا
۵. بازی Starfield: استعمار و غیاب امپراتوری
۶. بازی The Witcher: نگاهے به پدیده ضد بالکان گرایی (-Anti-Balkanism)
۷. بازی Resident Evil Village: روابط قدرت استعماری در مثلث ژاپن-آمریکا-رومانے
۸. مجموعہ بازی Assassins Creed: بررسی اصالت تلفیقے و مناظر اشیاء در این بازی



نویسنده و ویراستار:
(Andrei Nae)، مدرس
دانشگاه بخارست.

تاریخ انتشار: ۱۴ دسامبر
۲۰۲۵
ناشر: De Gruyter
Oldenbourg
تعداد صفحات: حدود ۲۸۵ تا ۳۰۰

این کتاب یک اثر آکادمیک جدید

است کہ به بررسی تعامل پیچیدہ بازیهای ویدئویے با میراث استعمار مے پردازد. این کتاب با فراتر رفتن از رویکردهای سنتے، به دنبال تحلیل قدرت استعماری در بازیها در هم تنیدگی با ساختارهای دیگر قدرت و نظامهای اقتصادی است.

این کتاب مجموعہای از مقالات است کہ شکاف موجود در مطالعات بازیهای ویدئویے درباره استعمار را پر مے کند. بر خلاف بسیاری از تحلیلهای پیشین کہ عمدتاً بر تقابل دوگانہ شمال / جنوب جہانے یا غرب / شرق متمرکز بودند، این جلد به بررسی مناطق و ساختارهای قدرت پیچیدہتری مے پردازد.

یکے از نکات برجستہ و بدیع این کتاب، تمرکز ویژه آن بر اروپای شرقے و زمینہهای پساکمونیستے

است. نویسندگان نشان

مے دہند کہ چگونه این بافتارها با استعمار در

بازیهای ساخته شدہ در داخل یا خارج از این منطقه در

هم مے آمیزند. این اثر برای محققان و دانشجویان حوزههای

مطالعات بازی، مطالعات منطقهای، نظریہ پسااستعماری و

مطالعات فرهنگے منبعے ارزشمند محسوب مے شود.

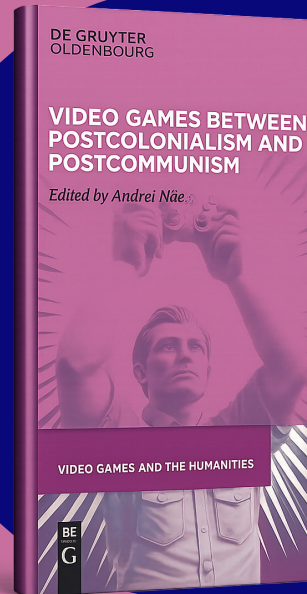
این اثر، یکے از آثار مهم در حوزه مطالعات بازیهای دیجیتال، مطالعات فرهنگے و نقد ایدئولوژیک بازیها است کہ به بررسی بازیهای ویدئویے از منظر «پسااستعماری» و «پساسوسیالیستے / پساکمونیستے» مے پردازد.

این کتاب تلاش مے کند نشان دہد کہ صنعت بازیهای دیجیتال صرفاً یک صنعت سرگرمے نیست، بلکہ بازتابے از روابط قدرت، هویت، تاریخ و سیاست جہانے است.

این اثر عمدتاً بر کشورهای اروپای شرقے، روسیہ و جواہے تمرکز دارد کہ پس از فروپاشے بلوک شرق وارد نظم جہانے سرماہداری و فرهنگ دیجیتال غربے شدہ اند. نویسندگان کتاب بررسی مے کنند

۲

Videogames and Postcolonialism: Empire Plays Back



از مسائل فرهنگی جهان در تحقیقات بازی های ویدیویی هستند. این کتاب با پرداختن به یک شکاف بزرگ در تحقیقات مطالعات بازی، به گفتمان های نظریه پسااستعماری به طور کلی متصل می شود و از این طریق، نقطه ورود دیگری برای این رسانه جدید ارتباطات دیجیتال به گفتمان های بزرگتر علوم انسانی فراهم می کند.

درباره نویسنده

سوویک موکرجه استادیار ادبیات انگلیسی در دانشگاه پرزیدنسی، کلکته، هند است. زمینه های اصلی تحقیقات او مطالعات بازی، علوم انسانی دیجیتال، ادبیات اوایل مدرن و نظریه ادبی است و او نویسنده کتاب «بازی های ویدیویی و داستان سرایی: بازی های

خواندن و بازی کردن

کتاب ها» (انتشارات پالگریو مک میلان، ۲۰۱۵) است.

فهرست ۵ فصل کتاب

۱. بازی های ویدیویی و پسااستعمارگرایی: مقدمه
۲. عرصه های بازی امپراتوری: امپراتوری و فضامندی در بازی های ویدیویی
۳. بازی با سوژه ترکیبی: برده و فرودست در بازی های ویدیویی
۴. بازی با تاریخ های جایگزین: پسااستعمارگرایی، تاریخ و بازی های ویدیویی
۵. بازاندیشه (پسا)استعمارگرایی در بازی های ویدیویی: به سوی نتیجه گیری.

ناشر پالگریو مک میلان چم: Palgrave Macmillan Cham
نویسنده: سوویک موکرجه

اگر به این موضوع علاقه دارید، ممکن است کتاب «Videogames and Postcolonialism: Empire Plays Back» (بازی های ویدیویی و پسااستعمار: امپراتوری پاسخ می زند) نوشته سوویک موکرجه (Souvik Mukherjee) که در سال ۲۰۱۷ منتشر شده است.

این کتاب پیشگام نیز به بررسی نقش استعمار در بازی های مانند Civilization و Age of Empire می پردازد و می تواند زمینه مناسبی برای درک بهتر کتاب آندری نائه فراهم کند.

این کتاب بر بررسی تقریباً نادیده گرفته شده امپراتوری و استعمار در بازی های ویدیویی تمرکز دارد.

مطالعات بازی از زمان آغاز خود در دهه نود، علیرغم محبوبیت اولیهی فرنچایزهای بازی های ویدیویی مانند تمدن و عصر امپراتوری، از این مسائل دوری کرده است. این کتاب به بررسی روش های پیچیده ای می پردازد که برخی از بازی های ویدیویی مفاهیمی از فضا، سیستم های سیاسی، اخلاق و جامعه را که اغلب عمیقاً با استعمار عجین شده اند، شکل می دهند.

این کتاب با فراتر رفتن از سوالات مربوط به فرهنگ های بازی اروپایی و آمریکایی، به مسائلی می پردازد که به مخاطبان جهانی مربوط می شود - از جمله، به ویژه میلیون ها نفری که در کشورهای سابقاً مستعمره بازی های ویدیویی انجام می دهند و به دنبال مداخله ای به موقع با ایجاد آگاهی بیشتر



چالش های صنعت بازی در خاورمیانه

در سایه جنگ و تنش های اخیر با آمریکا

صنعت بازی های دیجیتال در خاورمیانه طی سال های اخیر به یکی از سریع ترین حوزه های رشد فرهنگی و اقتصادی منطقه تبدیل شده است. کشورهایمانند عربستان سعودی، امارات متحده، قطر و ترکیه تلاش کرده اند با سرمایه گذاری گسترده در بازی سازی، ورزش های الکترونیک و زیرساخت های دیجیتال، سهم بیشتری از اقتصاد جهانی سرگرمی را به دست آورند. با این حال، تشدید تنش های ژئوپلیتیکی منطقه، به ویژه درگیری های مرتبط با آمریکا و متحدانش در خاورمیانه، چشم انداز این صنعت را با چالش های تازه ای مواجه کرده است.

در ظاهر، صنعت بازی حوزه ای سرگرمی محور و مستقل از تحولات نظامی به نظر می رسد؛ اما در واقع، بازی های دیجیتال به شدت به ثبات اقتصادی، سرمایه گذاری خارجی، زیرساخت های اینترنتی، تبادلات مالی بین المللی و همکاری های فرامرزی وابسته هستند. هرگونه بحران امنیتی می تواند زنجیره رشد این صنعت را مختل کند.



کاهش امنیت سرمایه‌گذاری و فرار سرمایه

یکی از مهم‌ترین پیامدهای جنگ و تنش‌های منطقه‌ای، افزایش ریسک سرمایه‌گذاری است. توسعه یک بازی ویدئویی، به‌ویژه در سطح حرفه‌ای، نیازمند سرمایه‌گذاری چندساله و همکاری گسترده میان ناشران، استودیوها و سرمایه‌گذاران بین‌المللی است. در سال‌های اخیر، دولت عربستان با اجرای برنامه «استراتژی ملی بازی و ورزش‌های الکترونیک» میلیاردی دلار برای تبدیل شدن به قطب جهانی بازی سرمایه‌گذاری کرده است. این برنامه ایجاد هزاران شغل و صدها شرکت بازی‌سازی را هدف قرار داده است.

اما هرگونه تشدید درگیری نظامی در منطقه می‌تواند شرکت‌های خارجی را نسبت به حضور بلندمدت در خاورمیانه محتاط‌تر کند. حتی اگر جنگ مستقیماً در کشورهای میزبان صنعت بازی رخ ندهد، افزایش ریسک سیاسی می‌تواند موجب تعویق پروژه‌ها، کاهش سرمایه‌گذاری خطرپذیر و خروج بخشی از سرمایه‌های خارجی شود. این نگرانی در برخی بحث‌های تخصصی و تحلیل‌های صنعت نیز مطرح شده است.

اختلال در رویدادهای ورزش‌های الکترونیک

خاورمیانه طی چند سال گذشته به یکی از مراکز اصلی برگزاری مسابقات ورزش‌های الکترونیک تبدیل شده است. عربستان میزبان رقابت‌های بزرگ جهانی شده و تلاش دارد جایگاه خود را به عنوان پایتخت ورزش‌های الکترونیک تثبیت کند. با این حال، شرایط جنگی می‌تواند چندین مشکل ایجاد کند:

- کاهش حضور تیم‌های خارجی به دلیل نگرانی‌های امنیتی
- فزایش هزینه‌های سفر و بیمه
- محدودیت‌های پروازی
- کاهش استقبال گردشگران و تماشاگران بین‌المللی

صنعت ورزش‌های الکترونیک به شدت به حضور فیزیکی بازیکنان، رسانه‌ها و اسپانسرها وابسته است و ناامنی منطقه‌ای می‌تواند درآمد این بخش را کاهش دهد.

فرصت‌های پنهان در دل بحران

با وجود همه تهدیدها، جنگ و تنش‌های ژئوپلیتیکی می‌توانند برخی فرصت‌ها را نیز ایجاد کنند. نخست، دولت‌های منطقه ممکن است برای کاهش وابستگی خارجی، سرمایه‌گذاری بیشتری روی تولید محتوای بومی انجام دهند. دوم، نیاز به روایت‌های فرهنگی مستقل می‌تواند به شکل‌گیری بازی‌هایی با الهام از تاریخ، اسطوره‌ها و هویت‌های منطقه‌ای منجر شود.

بسیاری از تحلیلگران معتقدند که جهان عرب با جمعیت صدها میلیون و میراث تاریخی غنی، هنوز در تولید بازی‌های دارای هویت فرهنگی بومی ظرفیت‌های استفاده‌نشده فراوانی دارد. این موضوع در بحث‌های جامعه بازی‌سازان منطقه نیز بارها مطرح شده است.



۳

آسیب به زیرساخت‌های دیجیتال و اینترنت

بازی‌های آنلاین بدون اینترنت پایدار، مراکز داده و شبکه‌های ارتباطی قدرتمند قابل توسعه نیستند. در شرایط بحران نظامی، دولت‌ها معمولاً اولویت منابع خود را تغییر می‌دهند و حتی احتمال محدودیت‌های ارتباطی، حملات سایبری و اختلال در شبکه‌ها افزایش می‌یابد. در سال‌های اخیر کشورهای حوزه خلیج فارس سرمایه‌گذاری سنگینی روی مراکز داده و زیرساخت‌های ابری انجام داده‌اند تا بتوانند میزبان بازی‌ها و سرویس‌های آنلاین باشند.

فشار اقتصادی بر استودیوهای مستقل

برخلاف شرکت‌های بزرگ، استودیوهای مستقل منطقه از منابع مالی محدودی برخوردارند. افزایش نرخ ارز، تورم، دشواری انتقال پول و کاهش سرمایه‌گذاری خارجی نخستین ضربه را به این گروه وارد می‌کند. نمونه‌هایی از فعالان صنعت بازی در فضای آنلاین نشان می‌دهد که برخی شرکت‌های وابسته به بازار خاورمیانه حتی با تأخیر در پرداخت حقوق کارکنان مواجه شده‌اند و جنگ به طور غیرمستقیم بر جریان درآمدی آن‌ها اثر گذاشته است. در چنین شرایطی بسیاری از نیروهای متخصص ممکن است به مهاجرت یا خروج از صنعت بازی فکر کنند که این مسئله به فرار مغزها منجر می‌شود.

۴

سیاسی شدن محتوای بازی‌ها

یکی دیگر از چالش‌های مهم، ورود مستقیم مسائل ژئوپلیتیکی به روایت بازی‌ها است. در سال‌های اخیر بازی‌های متعددی با مضامین جنگی، خاورمیانه‌ای یا مرتبط با سیاست جهانی تولید شده‌اند. این روند باعث شده بازی‌ها پیش از گذشته به میدان رقابت روایت‌های سیاسی تبدیل شوند. در فضای جنگی، توسعه دهندگان خاورمیانه‌ای با چند پرسش مهم روبه‌رو می‌شوند:

- چگونه هویت فرهنگی خود را بازنمایی کنند؟
- تا چه اندازه وارد موضوعات سیاسی شوند؟
- آیا بازار جهانی پذیرای روایت‌های بومی منطقه خواهد بود؟

این مسئله به ویژه برای استودیوهای بومی منطقه خواهد بود که به دنبال تولید بازی‌هایی با مضامین مقاومت، فلسطین یا نقد مداخلات خارج هستند اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

وابستگی به شرکت های خارجی

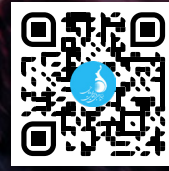
بخش عمده فناوری های مورد استفاده در صنعت بازی، از موتورهای بازی سازی گرفته تا فروشگاه های دیجیتال و سرویس های ابری، در اختیار شرکت های آمریکایی است. شرکت هایی مانند Microsoft، Google، Apple و Epic Games نقش مهمی در اکوسیستم جهانی بازی دارند. در شرایط تنش سیاسی، تحریم ها یا محدودیت های اقتصادی می توانند دسترسی برخی کشورها و شرکت های منطقه به این خدمات را دشوار کنند. این وابستگی ساختاری یکی از آسیب پذیری های اصلی صنعت بازی خاورمیانه محسوب می شود.

صنعت بازی خاورمیانه امروز در نقطه ای حساس قرار گرفته است. از یک سو، سرمایه گذاری های عظیم، جمعیت جوان، رشد ورزش های الکترونیک و برنامه های توسعه ای کشورهایمانند عربستان فرصت کم سابقه ای برای تبدیل منطقه به یکی از قطب های جهانی بازی فراهم کرده اند.

از سوی دیگر، جنگ ها و تنش های منطقه ای با آمریکا و متحدانش می توانند این مسیر را با چالش هایی چون کاهش سرمایه گذاری، اختلال در رویدادهای بین المللی، نااطمینانی اقتصادی، مهاجرت نیروی انسانی و سیاسی شدن فضای بازی مواجه کنند. آینده صنعت بازی در خاورمیانه بیش از هر زمان دیگری به توانایی کشورهای منطقه در ایجاد ثبات، توسعه زیرساخت های مستقل و تولید محتوای فرهنگی بومی وابسته خواهد بود. در چنین شرایطی، بازی های دیجیتال دیگر صرفاً یک صنعت سرگرمی نیستند؛ بلکه به بخشی از رقابت اقتصادی، فرهنگی و حتی ژئوپلیتیکی قرن بیست و یکم تبدیل شده اند.



چشم انداز گیم



صندوق پژوهش و فناوری
صنایع خلاق

