

گیم اور



همراه با پوستر بازی

حماسه پیل افکن زاہلی

پیش‌نمایش بازی رستم: نبرد اساطیر



ورود زنان ممنوع



ابری با احتمال بارش بازی



گزارش کامل DGRC2018



مصاحبه با Creative Mobile



شناسنامه
* فصل‌نامه علمی، فرهنگی، خبری گیم‌آور
* شماره پنجم / سال دوم / زمستان ۱۳۹۷
* صاحب امتیاز: انجمن علمی بازی‌های رایانه‌ای دانشگاه فردوسی
* شماره مجوز: ۹۶۲۳۳
* مدیر مسئول: علی گلدانی
* سردبیر: آیدین نوری
* مدیر: سید پوریا کاظمی
* صفحه‌آرا و گرافیکست: سید پوریا کاظمی
* طراح جلد: فرشید خدایارزاده
* همکاران این شماره: سیاوش شهزادی، رضا قرالو، سپهر تراسی، سعید زعفرانی، سید جواد وثوق حسینی، علیرضا خزاعی، محمد نوری، محمد فرخی، الهام کارگر طرزق، حسن چناری، نازنین نوری، علی فخار، مجید رحمانی و آرش حکیمی
* با سپاس فراوان از دکتر سعید ابریشمی و رضا احمدی
* ارتباط با ما:
gameover@rpfic.ir
gameover@um.ac.ir
* تلگرام: @gameovermag

نظرات



- ۲ سخن مدیر مسئول
- ۴ اخبار بازی‌ها
- ۷ نگاهی به عملکرد بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در سال ۱۳۹۷
- ۹ تولد یک‌سالگی نشریه گیم‌آور
- ۱۱ بازیکنان چه چیزی می‌خواهند؟
- ۱۵ نقد و بررسی
- ۲۲ پیش‌نمایش بازی رستم: نبرد اساطیر
- ۲۷ بازی‌سازهای موفق چه کسانی هستند؟ - بخش دوم
- ۲۹ قضیه رستم و سوپرمن
- ۳۱ بوستر
- ۳۳ گزارش کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال
- ۳۷ ورود زنان ممنوع
- ۳۹ تاریخ انقضاء
- ۴۵ بازی‌وارسازی (Gamification)
- ۴۷ معرفی نظام ارزیابی و رده‌بندی سنی بازی‌های ویدیویی
- ۵۱ ابری با احتمال بارش بازی
- ۵۴ از کنترلر تا انجین، با وساطت قلم
- ۵۵ آینده ویدیوگیم ایران چه خواهد شد؟
- ۵۹ مصاحبه با Creative Mobile
- ۶۲ حامیان رسانه‌ای



مدیر مسئول

به نام خدا

مخاطبین گرامی نشریه گیم آور، سلام

سلامی به گرمی دم‌های شما برای همراهی ما در سال ۹۷ و سلامی به سبزی حضورتان در جشن تولد یک‌سالگی کودکی بالغ از جنس گیم آور و روی هم‌رفته دمتان گرم و دلتان سبز باشد، سبزی از نوع جوانه زدن‌های امید در بهار ۹۸.

قبل از آغاز صحبت‌م جا دارد به نمایندگی از مجموعه گیم آور به تمامی شما مخاطبین چند ده‌هزار نفری عزیزمان تبریک عید باستانی را بگویم.

و اما آن‌قدر اتفاقات خوب در این یک سال برای این کودک بالغ افتاد که نمی‌دانم از کجا شروع کنم؛ از همراهی بزرگان گیم کشور بگویم یا از رشد فزاینده و نظرهای دلگرم‌کننده شما عزیزان؛ ولی نکته قابل‌توجه این است که برخلاف فضای مسموم موجود در برخی حرفه‌ها، در دنیای سراسر اشتیاق و در اکوسیستم میلیونی گیم کشورمان فضا برای نفس کشیدن و رشد کردن باز است و به قول عادل خان «چه قدر خوبیم ما» و این خوبی‌ها بود که به قول آیدین نوری عزیز، نتیجه‌اش این شد که «ما رکورد زدیم...» و این رکوردی بود از جنس همراهی تمامی گیمی‌های خوب کشورمان که همگی نیز در این رکورد سهیم هستند و انشالله در ادامه هم شاهدش باشیم.

ما در گیم آور با نگرشی عمیق به فضاهای کم‌تر پرداخته شده در صنعت گیم کشور و با تمرکز بر بازی‌های ایرانی روبه‌جلو پیش رفتیم و سعی کردیم در این صنعت، اولین‌ها را رقم بزنیم؛ از اخبار و مقالات علمی و تخصصی گرفته تا نقد و پیش‌نمایش و حتی گزارش و مصاحبه‌هایمان، که نمونه بارز آن اولین پیش‌نمایش بازی ممتاز قصه‌ی بیستون و یا همکار رسانه‌ای شدن و گزارش‌های اختصاصی در رویدادهای بین‌المللی همچون TGC۲۰۱۸ و DGRC۲۰۱۸ بود. در انتها نیز در حرکتی ویژه از شماره چهارم این نشریه به‌سوی استودیوها و بازی‌سازان برتر جهان رفتیم و برای شروع، مصاحبه‌ای اختصاصی با ناتی داگ را تدارک دیدیم تا شوری ویژه در این نشریه راه انداخته باشیم.

البته جا دارد از حمایت‌های تمام‌قد دانشگاه فردوسی مشهد و بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با تمامی زیرمجموعه‌هایشان تشکر ویژه بنمایم و هم‌چنین از هیأت تحریریه قوی و ممتازمان که عاملی برای کسب رتبه در چندین جشنواره بزرگ کشور بودند، سپاسگزاری کنم و در پایان نیز بار دیگر از شما مخاطبین عزیز تشکر می‌کنم و همچون گذشته مجدداً تقاضا دارم که ما را از نظرات مفیدتان بهره‌مند سازید و در بهبود فعالیت‌مان همراهان باشید.

خدایا چنان کن سرانجام کار / تو خشنود باشی و ما رستگار

علی گلدانی



آریو، پاتوق و فروشگاه دیجیتال گیمرها

فروشگاه آریو

اخیراً هم پرمخاطب‌ترین بازی جهان، یعنی «کراس فایر» به این فروشگاه آمده است. کراس فایر، یک بازی شوتر اول شخص آنلاین و رایگان با سرعت اکشن بالا، تمرکز فوق‌العاده برای بالانس نگه داشتن بازی و پشتیبانی همه‌جانبه از کاربران است و با داشتن بیش از ۶۶۰ میلیون کاربر ثبت نام شده تا پایان ماه سپتامبر سال ۲۰۱۸ میلادی، رکوردی جدید را در صنعت بازی جهان به ثبت رسانده است.

حال در جشن تولد یک‌سالگی نشریه گیم آور، فروشگاه آریو برای مخاطبان ما، هدیه ویژه‌ای را تدارک دیده است و آن هم چیزی نیست جز ۳۰٪ تخفیف برای بازی‌ای که دلشان می‌خواهد!

کد تخفیف آریو:

tavalod_gameovermag

پس همین حالا به فروشگاه بزرگ آریو سر بزنید و بازی مورد علاقه‌تان را دانلود کنید.



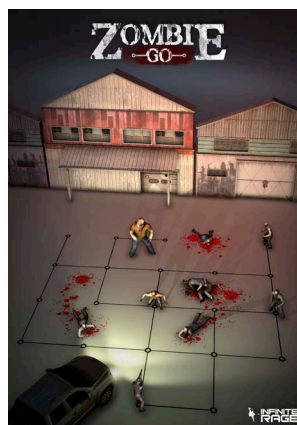
Scan me

خیلی وقت است که دیگر عمر دیسک‌های بازی برای رایانه‌های شخصی به سر آمده و با وضع وخیم عدم تمایل هیچ ناشری به انتشار بازی‌های ایرانی و عرضه دیسکی آن‌ها در فروشگاه‌های سراسر کشور، فروشگاه‌های دیجیتال بازی‌های ایرانی ظاهر شدند و به کمک بازی‌سازان ایرانی شتافتند تا وضع بازار موجود را بهبود دهند. یکی از فروشگاه‌های معتبر و بزرگ دیجیتال بازی در ایران، «آریو» است. شما می‌توانید خیلی راحت از فروشگاه آریو، جدیدترین بازی‌های ویدیویی که برای ویندوز و یا اندروید عرضه شده‌اند را به‌صورت دیجیتالی و کاملاً قانونی خریداری کرده و با احترام گذاشتن به این فرهنگ، به پیشرفت صنعت گیم ایران و جهان کمک کنید. آریو، پاتوقی به وجود آورده تا گیمرها، با هر سبک و سلیقه‌ای، بتوانند به آن ملحق شده و با پیدا کردن دوستان گیم، در مورد بازی‌های مورد علاقه خود صحبت کنند. فرقی هم نمی‌کند که با موبایل بازی کنید یا کامپیوتر، چون آریو مالتی‌پلتفرم است و به همین خاطر می‌توانید هم بازی‌های ویندوز و هم بازی‌های اندروید را در سریع‌ترین زمان ممکن از طریق اپلیکیشن آریو تهیه کنید.

هوشمندی برای فرار از دست زامبی‌ها

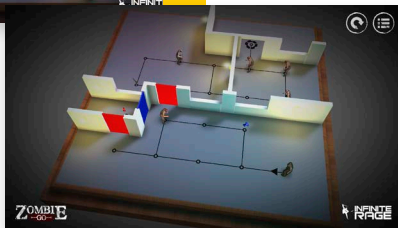
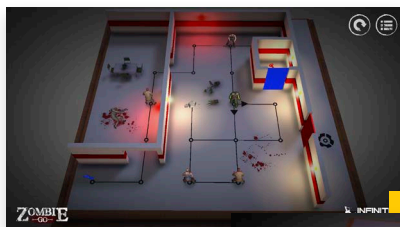
Zombie GO

ابزاری مانند اسلحه، سنگ، کلید و چرخ دنده‌های مرگ برای گذراندن مرحله‌ها از ویژگی‌های متفاوت این بازی جذاب است که شما را به‌خوبی سرگرم می‌کند. پیشنهاد می‌کنیم که این بازی معمایی چالش‌برانگیز را حتماً امتحان کنید.



Zombie GO یک بازی معمایی نوپتی است که بیش از ۵۰ مرحله مختلف و زیبا دارد و در سبکی مشابه با بازی‌های سری Go استودیوی Square Enix (بازی Hitman GO و Lara Croft GO) طراحی و پیاده‌سازی شده است. شما در این بازی که ساخته‌ی استودیوی ایرانی Infinite Rage است در نقش مردی خواهید کرد که از ویروسی که باعث زنده شدن مرده‌ها شده جان سالم به در برده و حالا باید از دست زامبی‌ها فرار کند. هم‌چنین در بعضی از مراحل نیز شما می‌توانید افرادی را که از ویروس در امان مانده‌اند، نجات دهید.

محیط‌های زیبا و مختلف، چالش‌ها و پازل‌های سخت و آسان، حضور دشمنان در انواع متفاوت، راه‌های مختلف برای عبور از مراحل و استفاده از



Scan me

اخبار بازی‌های ایرانی

در این بازی، کنترل و هدایت یک مکعب تا انتهای هر مرحله به عهده شماست. این مکعب را می‌توان در جهات مختلف به حرکت درآورد. با انجام این کار، مکعب بر روی سطوح کناری قرار می‌گیرد. برخی از این قسمت‌ها، به‌عنوان سطح خطرناک شناخته می‌شوند و امکان فروریختن آن و سقوط مکعب به داخلش وجود دارد. بنابراین برای موفقیت در این بازی، داشتن سرعت عمل و دقت کافی در هر حرکت، ضروری است. در برخی از مراحل، برای رسیدن به سطح کناری باید یک دکمه را فشار دهید یا چیزی شبیه به یک پازل را حل کنید. این موارد موجب شده تا هر مرحله، متفاوت از دیگری باشد و بازی یکنواخت نشود. روند اسکاپ در برخی از مراحل به گونه‌ای پیش می‌رود که باید به سرعت و با دقت کافی، حرکت بعدی را انتخاب کنید و کوچک‌ترین تاخیر یا اشتباه شما، منجر به سقوط مکعب می‌گردد که این مراحل، هیجان زیادی داشته و به پایان رساندن آن‌ها لذت‌بخش خواهد بود.

هم‌چنین تعدادی الماس در هر مرحله وجود دارد که می‌توانید برای به‌دست آوردن آن‌ها نیز تلاش کنید. این الماس‌ها به همراه امتیازاتی که کسب می‌کنید در یک مد رکوردی ثبت می‌شوند و با مشاهده امتیاز سایر بازیکنان می‌توانید برای شکستن رکورد آن‌ها و رسیدن به بالاترین امتیاز تلاش کنید. اگر به بازی‌های معمایی علاقه دارید، اسکاپ می‌تواند شما را تا مدت‌ها سرگرم کند.

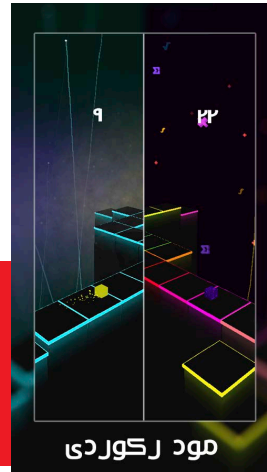


Scan me

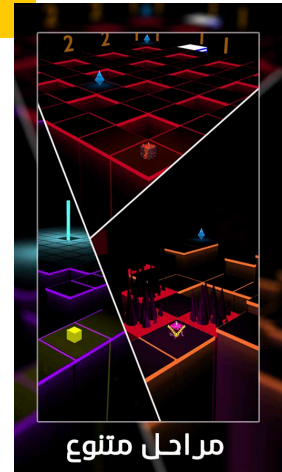
محدودیت، باعث پرورش خلاقیت

Squp

«جاش گیم استودیو» تشکیل شده از دو نفر از اعضای انجمن علمی گیم دانشگاه فردوسی مشهد است و آن‌ها برای ساخت اولین بازی خود تصمیم گرفته‌اند که با توجه به محدودیت‌ها، به‌جای تمرکز بر روی محتوای بصری، به خلاقیت بیش‌تر بپردازند. بازی «اسکاپ» در سبک معمایی ساخته شده و با استفاده از یک مکانیزم ساده، معماهای سخت و چالش‌برانگیزی پیش روی بازیکن قرار می‌دهد.



مود رکوردی



مراحل متنوع

آرامشی از جنس کلمات

هزار داستان: شهزاد

«شهزاد»، دختری اصیل زاده است که به اجبار به عقد «شهریار»، پادشاهی شگاک و بد دل در می‌آید. او به دلیل خیانت همسر سابقش، به تمام دختران شهر، بدبین شده و هر شب یکی از آن‌ها را می‌کشد. شهزاد، هر شب برای او قصه‌ای می‌خواند تا شاید بتواند راهی برای نجات جان خود بیابد. داستان‌های هزار و یک شب از جمله معروف‌ترین حکایت‌هایی است که همه ما بخش‌هایی از آن را خوانده‌ایم. بازی «هزار داستان: شهزاد» که توسط استودیوی «باران رویا» ساخته شده، از داستان‌های این مجموعه الهام گرفته تا عنوانی متفاوت در سبک بازی با کلمات را عرضه کند.

در این بازی، هدف، حل کردن جدول و تکمیل کردن داستان‌هایی است که شهزاد برای پادشاه می‌خواند. همانند جدول کلمات متقاطع، در هر مرحله، تعدادی خانه وجود دارد که به جای سوال، شما باید با استفاده از حروفی که در صفحه وجود دارد، کلمات با معنی خلق کنید. بیش از ۵۵۰ جدول در بازی وجود دارد که در مراحل پایانی با نمونه‌های بزرگ همراه با



کلمات فراوان روبه‌رو خواهید شد و برای حل آن‌ها، باید حسابی فکر کنید. در این عنوان، چند ویژگی منحصر به فرد در نظر گرفته شده است که موجب می‌شود روند بازی، نسبت به سایر آثار این سبک، به شکل متفاوتی دنبال شود. برای مثال با پیشروی در مراحل، دستگیره‌ای برای جابه‌جایی حروف اضافه می‌شود که به کمک آن می‌توانید مکان حروف را تغییر دهید و راحت‌تر کلمات سخت را بیابید. دیگر ویژگی جالب، نمایش معنی کلماتی است که کشف می‌کنید، این مورد باعث یادگیری مفهوم کلماتی می‌شود که آشنایی چندانی با آن‌ها ندارید.

بازی هزار داستان: شهزاد با بهره‌گیری از رویکردی متفاوت در سبک بازی با کلمات به همراه گرافیکی زیبا و موسیقی ایرانی گوش‌نواز، یکی از عناوینی است که علاقه‌مندان به این سبک باید آن را تجربه کنند.



Scan me



همراه با شهزاد در دنیای کلمات

قدیم کرم‌ها، الان تانک‌ها

ارباب جنگ

در بازی آنلاین «ارباب جنگ» که از همان درون‌مایه بازی معروف و قدیمی «کرم‌ها» بهره می‌برد، شما بایستی کنترل اردوگاه مخروبه‌ای را به دست بگیرید و با ساخت و ارتقاء اردوگاه، منابع مورد نیاز برای خرید تانک و تیرهای مناسب را فراهم کرده تا بتوانید با دیگر افراد مبارزه کنید و باعث افتخار اردوگاهتان شوید. قرار گرفتن در نقش یک فرمانده بزرگ در یک اردوگاه نظامی می‌تواند ایده‌ی به‌جا و جالب توجه‌ای باشد. ایده‌ای که استودیوی بازی‌سازی «پپله» آن را محور بازی ارباب جنگ قرار داده است. این بازی آنلاین، در حال حاضر دارای یک بخش آموزشی مختصر و همین‌طور بخش مبارزه با بازیکنان دیگر است. با این حال، قرار است که در آینده، یک بخش داستانی هم برای این عنوان منتشر شود.

در شروع بازی که یک بخش آموزشی خوب و جامع را شاهد هستیم، شخصیتی به نام «مملی عرعر» با تانک خودش به اردوگاه شما حمله کرده و ادعا می‌کند که آن اردوگاه، متعلق به اوست. هرچند او نمی‌تواند شما را شکست دهد و اردوگاه را تصاحب کند اما به اردوگاه و تانک شما صدمه وارد می‌کند. به همین خاطر باید اردوگاهتان را در اوایل بازی، بازسازی کنید. در واقع، سیستم گیم‌پلی بازی از دو بخش تشکیل می‌شود. یک بخش، شامل ساخت و ساز اردوگاه و قسمت‌های



مختلف آن و همین‌طور تولید منابع یا خریدن مهمات و وسایل مورد نظران است و بخش دوم، مبارزات و اکشن بازی است که دو تانک را روبه‌روی هم قرار می‌دهد تا بازیکنان با جهت‌گیری مناسب و انتخاب تیر، به سوی تانک دشمن شلیک کنند.

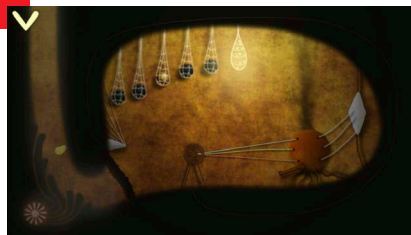
فروشگاهی هم در بازی گنجانده شده که تیرهای مختلف با کارکردهای خاص در آن ارائه می‌شود. همچنین بخش دیگری برای خرید تانک‌های گوناگون با ویژگی‌های منحصربه‌فرد، در اردوگاه شما در دسترس قرار دارد. علاوه بر گیم‌پلی بازی، گرافیک جذاب و استفاده از صداپیشگان حرفه‌ای، ارباب جنگ را به عنوانی با کیفیت تبدیل کرده‌اند. این بازی در سبک اکشن برای سیستم عامل اندروید در دسترس است.



Scan me

مینولا در راه کشف راز دونا

Doonaminula



این بازی به غیر از موسیقی که توسط استودیوی «سایزل» تهیه شده، به صورت تک‌نفره و با موتور کانستراکت در حال ساخت است و بر اساس همکاری مشترک دو استودیوی داخلی «بلو موون» و استودیوی خارجی «نورث ویند» توسعه می‌یابد.

بخش اول بازی که منتشر خواهد شد، حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد از داستان را شامل می‌شود و گیم‌پلی آن ممکن است بین ۴۰ تا ۶۰ دقیقه (بسته به میزان هوش و توانایی گیمر) به طول بیانجامد.

بازی Doonaminula تجربه‌ای است که می‌تواند افرادی از سنین مختلف را با معماهای گوناگون خود درگیر کند تا در نهایت به حقیقت داستان برسد. نسخه کامل آن به‌زودی برای تلفن‌های همراه اندرویدی و رایانه‌های شخصی منتشر خواهد شد.

«دونامینولا»، یک بازی در سبک پازل ماجراجویی است که هم‌اکنون در حال ساخت بوده و به روزهای انتشار بخش اول داستان نزدیک می‌شود. ماجرا از این‌جا شروع می‌شود که در یک روز طوفانی، یک دانه‌ی عجیب و درخشان از درخت کنده شده و پس از مدتی، باد، آن را به داخل دودکش خانه کارااکتر اصلی، یعنی «مینولا» می‌اندازد. مینولا تعجب کرده و شروع به ماجراجویی‌هایی می‌کند تا راز این دانه را پیدا کند. در مسیر، با معماها، چالش‌ها و کاراکترهایی روبه‌رو می‌شود که باید از آن‌ها به نحوی عبور کرده و به فلفل دانا برسد و ...

آرت و بخش هنری بازی، با الگوبرداری و الهام‌گیری از المان‌های هنری «بوتانیکولا» (Botanicula) با تغییرات و ایده‌های جدید، طراحی و پیاده‌سازی شده‌اند، ولی گیم‌پلی و داستان، متفاوت و مغایر با بوتانیکولا است.

با فرایند خشمگین شدن آشنا شوید

تخم مرغ ۲

هم‌چنین سکه‌هایی در طول مسیر مراحل وجود دارند که جمع‌آوری آن‌ها می‌تواند برای شما منفعی داشته باشد. به‌طور مثال با آن‌ها می‌توانید برای تخم مرغی که کنترل آن را در اختیار دارید، پوسته‌های جدید بخرید و ظاهر آن را تغییر دهید و یا مهم‌تر از آن، زمانی که شکست می‌خورید، می‌توانید با خرج کردن تعدادی سکه، مجدداً از همان مکان، بازی را ادامه دهید.



استودیوی بازی‌سازی آبناند که از سال ۱۳۹۲ تاسیس شده و فعالیت خود را آغاز کرده، اکنون چند سالی است که به ساخت بازی‌های ویدیویی مختلف مشغول است. در طول این سال‌ها فعالیت، این استودیو، بازی‌های گوناگونی را در سبک‌های مختلف مثل بازی «صفر و یک» و «سیمرغ» خلق کرده است. بازی «تخم مرغ ۲» یک عنوان سکویازی ماجرابازی و مفرح است که در آن نقش یک تخم مرغ را بر عهده دارید! در ابتدای بازی، مرغی که روی تخم‌هایش نشسته، دزدیده می‌شود و همین بهانه، بازی را پیش می‌برد. شما در نقش یکی از تخم مرغ‌ها باید به نجات آن مرغ بروید. البته در این راه، موانع و راه‌های پر پیچ و خم زیادی در انتظار شماست که باید برای اتمام آن‌ها، حوصله و دقت فراوانی را صرف کنید. برخلاف ظاهر بازی که بسیار شاد و کودکانه است، این موانع به‌صورت بسیار سختی طراحی شده‌اند و کارتان اصلاً راحت نخواهد بود. با توجه به دشواری گیم‌پلی، باید به اعصابتان مسلط و برای شکست‌های پی در پی آماده باشید. البته سختی بازی، غیرمنطقی نیست و برای هر بخش، راه و روشی منطقی وجود دارد که با چند بار بازی کردن و تمرکز و دقت فراوان می‌توانید آن‌ها را به انجام برسانید.

استودیوی آبناند در تخم مرغ ۲ علاوه بر گیم‌پلی، به موسیقی بازی که در بعضی از مراحل نقش پررنگی را ایفا می‌کند، توجه ویژه‌ای داشته است. پیشنهاد می‌کنیم برای این‌که با فرایند خشمگین شدن به‌خوبی آشنا شوید، بازی را دانلود کرده و انجام دهید.



Scan me



صدای جنگ را می‌شنوی؟

صدای جنگ

در مورد گرافیک و جلوه‌های بصری، سازندگان صدای جنگ، این بازی را یکی از زیباترین بازی‌های ایرانی‌ای می‌خوانند که توسط موتور آنریل در حال ساخت است؛ چرا که از جدیدترین و بهترین ابزارهای روز در آن استفاده شده است. یکی از ویژگی‌های خاص مراحل بازی، نورپردازی در ساعات مختلف روز است که با توجه به زمان سرور، تغییر خواهد کرد؛ برای مثال، اگر در هنگام ظهر وارد بازی شوید، شاهد نورپردازی مربوط به ظهر خواهید بود و اگر شب وارد بازی بشوید، محیط بازی هم شب خواهد بود. بازی صدای جنگ در تابستان سال آینده، پس از تکمیل مراحل تست، آماده‌ی انتشار می‌شود.



بازی صدای جنگ، یک عنوان اول شخص شوتر آنلایین است که با استفاده از موتور آنریل و توسط یک تیم دانشگاهی ۷ نفره به نام تورنا ساخته می‌شود. قرار است که این بازی در دو نسخه‌ی ملی و بین‌المللی منتشر شود.

سناریوی بازی به این صورت است که بازیکن‌ها از سراسر کشور می‌توانند درون این بازی ثبت نام کنند و به بازی بپردازند، اما یک فرق خیلی بزرگ بین صدای جنگ و دیگر بازی‌ها وجود دارد. آن هم این است که در هنگام ثبت نام، شما اسم استان و حتی شهر خودتان را هم وارد می‌کنید تا برای شهرت شهر یا استان خود مبارزه کنید؛ یعنی هرکدام از بازیکنان می‌توانند نماینده‌ی منطقه‌ی خودشان باشند و تیم سازنده سعی دارد رقابتی جذاب و سالم بین گیم‌های مختلف کشور ایجاد کند. برای جذاب‌تر کردن بازی، سعی شده از نقاط مختلف کشور الهام گرفته شود و نقشه‌های بازی بر اساس آن‌ها طراحی گردد. بازی، متشکل از چند مد مختلف است که برخی مدهای مشهور، مانند نجات گروگان را شامل شده و یکی یا دو مد کاملاً جدید هم توسط سازندگان طراحی می‌شود.

چهارمین لیگ بازی‌های رایانه‌ای

چهارمین لیگ بازی‌های رایانه‌ای ایران از روز سه‌شنبه، ۶ شهریور کار خود را آغاز کرد و روز جمعه، ۱۶ شهریور به کار خود پایان داد. امسال، تعداد شرکت‌کنندگان لیگ با رشدی حدوداً ۷۰ درصدی مواجه بود و بیش از ۱۲ هزار نفر در این دوره شرکت کردند. در لیگ چهارم، بیش از ۲۰ هزار بازی انجام شد و با توجه به امکان شرکت بانوان در تمامی رشته‌ها، شاهد حضور بیش از ۲۰۰۰ بازیکن زن بودیم.



دوره چهارم لیگ در رشته‌های فوتبالی، شامل PES2018 و FIFA18 روی کنسول Xbox360، کنسول PS4 و PC، رشته کلتش رویال به‌عنوان بازی موبایلی خارجی، رشته کاتر استرایک در بخش تیمی و رشته‌های پسرخوانده و کوییز آو کینگز در بخش بازی‌های موبایلی ایرانی برگزار شد. با توجه به قرار داشتن در سال حمایت از تولید کالای ایرانی، امسال توجه ویژه به بازی‌های ایرانی در دستور کار دوره چهارم لیگ بازی‌های رایانه‌ای قرار داشت. بازی ایرانی موبایلی کوییز آو کینگز همچون سال گذشته در این رویداد حضور داشت و بازی پسرخوانده نیز به‌عنوان یک بازی ایرانی طرفدار در پلتفرم موبایل برای اولین بار، حضور در لیگ را تجربه کرد. در لیگ چهارم، بازی‌های ایرانی توانستند بیش از ۵ هزار شرکت‌کننده را با خود همراه کنند و رشته کوییز آو کینگز، طرفدارترین بازی لیگ امسال بود.



علی فخار

مدیر روابط عمومی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای



بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در سال ۱۳۹۷ - سال حمایت از کالای ایرانی - تلاش کرد با فعالیت‌های خود در حوزه‌های مختلف در صنعت بازی‌های ویدیویی به حمایت از کالای ایرانی پردازد.

این نهاد با برگزاری رویداد بین‌المللی TGC و دعوت اساتید، فعالان و ناشران جهانی به ایران، تلاش کرد شرایط را برای صادرات بازی‌های ایرانی هر چه بیش‌تر مهیا کند. بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با برگزاری لیگ بازی‌های رایانه‌ای در تابستان امسال، قدمی در مسیر آشنا کردن گیمر ایرانی با دو بازی موفق موبایلی ایرانی (بازی‌های پسرخوانده و کوییز آو کینگز) برداشت. امسال بنیاد، ساختار حمایتی همگرا را معرفی کرد؛ ساختاری که جهت حمایت چارچوب‌مند و شفاف از بازی‌سازان داخلی ایجاد شده است. در ساختار همگرا، شاخص‌هایی بر اساس شایستگی‌های بازی‌سازان و استودیوها تدوین شده و مجموعه اقدامات حمایتی بنیاد از این طریق، هدفمند و شفاف به فعالین داخلی صنعت بازی‌های ویدیویی می‌رسد. نهایتاً، برگزاری جشنواره بازی‌های ویدیویی ایران، آخرین رویداد مهم بنیاد در سال ۹۷ بود که همین اسفندماه برگزار شد. این رویداد نسبت به سال گذشته با تغییرات چشمگیری روبه‌رو شده بود تا در کنار افزایش انگیزه بازی‌سازان، شاهد برگزاری ساختاریافته‌تر جشنواره باشیم.

رویداد بین‌المللی TGC2018

دومین دوره از رویداد بین‌المللی TGC در روزهای چهاردهم و پانزدهم تیرماه امسال برگزار شد. بخشی از امتیازات برگزاری رویدادی همچون TGC فراهم کردن فرصت ارتباط رو در رو میان تولیدکنندگان داخلی و توسعه‌دهندگان و ناشران بزرگ جهانی بود. در رویداد امسال، شاهد ارسال بازی از ۸ کشور مختلف به بخش جایزه گیمیستان بودیم. هم‌چنین ۲۹ ناشر خارجی معتبر در این رویداد حضور یافتند.

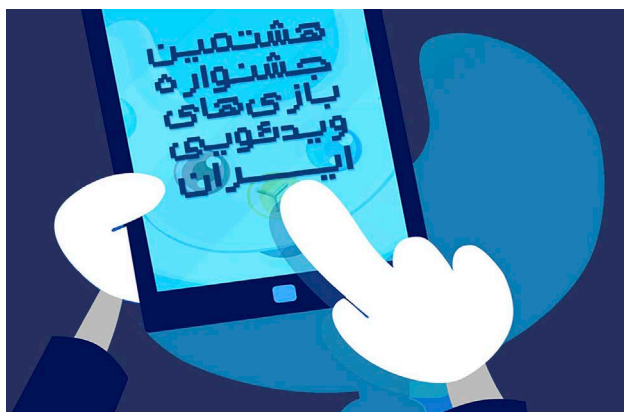
در نتیجه، در مراسم پیچ فست، هنگام ارائه بازی‌ها و ظرف دو روز برگزاری رویداد در بخش ویژه قرارداعات‌های تجاری، شاهد گفت‌وگوهای گسترده میان ناشران و توسعه‌دهندگان بین‌المللی با تولیدکنندگان ایرانی بودیم. بر اساس آمار، ظرف این دو روز، ۲۰۰۰ قرارداعات تنظیم شده‌اند که نشان از پدیدآمدن ۲۰۰۰ فرصت تجاری جدید در صنعت بازی‌سازی کشور است.

با در نظر گرفتن این نکته که ارتباط با چهره‌های جهانی، به‌ویژه به شکل رو در رو برای افراد فعال در حوزه گییم ایران با دشواری‌های زیادی همراه است، هم‌چنین تبلیغات و عرضه جهانی هر تولید ایرانی با توجه به محدودیت‌های فعلی، در عمل چندان مقدور نیست؛ به نظر می‌رسد رویداد TGC موفق شد چنین فرصت مهم و کم‌یابی را در اختیار صنعت گییم کشور قرار دهد و گامی باشد در مسیر حمایت از تولیدات داخلی در صنعت بازی‌سازی ایران.

ساختار حمایتی همگرا

در درجه اول یکی از ویژگی‌های جشنواره هشتم، تغییر نام آن است که به جای استفاده از عبارت «بازی‌های رایانه‌ای» برای نخستین بار در نام جشنواره از عبارت «بازی‌های ویدیویی» استفاده شده است. هم‌چنین نام تهران از جشنواره حذف و «ایران» جایگزین آن شده است. این اقدام، به پیشنهاد فعالان و رسانه‌های تخصصی این صنعت روی داد تا نام جشنواره، جامعیت بیش‌تری داشته باشد.

از دیگر تغییرات اساسی که جزئیات آن به‌طور کامل در فراخوان جشنواره درج شده، میزان جوایز نقدی است که افزایش چشمگیری را با خود به همراه داشت.



حمایت از استعدادهای موجود با رویکرد تقویت صنعت بازی‌سازی در ایران و حمایت از تولید داخلی، باعث شد بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با کاهش هزینه‌های مربوط به برگزاری جشنواره و در جهت منتفع شدن هر چه بیش‌تر بازی‌سازان، میزان جوایز نقدی جشنواره را افزایش بدهد و از ۴۵ میلیون تومان به ۳۶۰ میلیون تومان برساند. گفتنی است بخش داوری جشنواره نیز تغییراتی اساسی داشت و برای نخستین بار، شاهد حضور منتقدان بازی در این بخش بودیم.



حمایت از صنعت بازی‌سازی، ق‌ردانی از بازی‌سازان با استعداد و بازی‌های با کیفیت در سراسر کشور، ایجاد نگرش مثبت در مدیران عالی کشور، جهت گسترش صنعت بازی‌های ویدیویی و تصحیح نگرش منفی برخی از مسئولان، نسبت به این مقوله و بهره‌مندی از ظرفیت‌های تاریخی، فرهنگی و ادبیات غنی کشور در تولید بازی‌های ویدیویی از جمله اهداف برگزاری هشتمین جشنواره بازی‌های ویدیویی ایران به حساب می‌آید.

در راستای حمایت از صنعت بازی و فعالان داخلی عرصه تولید در کشور، هم‌چنین جهت پیاده‌سازی نظامی ساختارمند، شفاف و شایسته‌سالار که منتج به همگرایی تمامی حمایت‌های بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای از صنعت بازی باشد و با چشم‌انداز رشد، اعتلاء و ارتقاء تیم‌ها و شرکت‌های بازی‌سازی، ساختار حمایتی «همگرا» پس از طی شدن چند سال فرآیندهای فکری و نیازسنجی با هدف مشخص «حمایت همسو با نیازهای بازی‌سازان» در تابستان سال ۱۳۹۷ متولد شد و کار خود را آغاز کرد.



همگرا: حمایت همسو با نیازهای بازی‌سازان

همگرا، مجموعه‌ای متمرکز از شاخص‌ها و روش‌ها است که منتج به ارائه حمایت‌های مشخص به تولیدکنندگان بازی‌های ویدیویی می‌شود. هدف اصلی همگرا، شفاف و هدف‌مندکردن حمایت‌های تعالی‌بخش است. حمایت‌های همگرا به تیم‌های فعال (حتی با یک نفر عضو) و شرکت‌های بازی‌سازی تعلق می‌گیرد که در چهارسال گذشته حداقل دو بازی (یا یک بازی و یک نمونه اولیه از بازی) تولید کرده باشند. بازی‌سازان می‌توانند در پورتال همگرا ثبت نام کنند و پس از ارزیابی بر اساس شاخص‌های مختلف و دریافت رتبه بر مبنای این شاخص‌ها، حمایت دریافت کنند.



جشنواره بازی‌های ویدیویی ایران

جشنواره بازی‌های ویدیویی ایران، ۲۰ اسفندماه امسال برگزار شد. این رویداد در سال جاری نسبت به سال‌های گذشته در جهت حمایت حداکثری از بازی‌سازان، با تغییرات قابل توجهی مواجه شده بود.





تولد یک سالگی گیم آور

برخی از نظرات گیم آور

سعیده ثنائی پور
کارشناس خانه نشریات دانشگاه فردوسی
یکی از نقاط قوت روش نشریه گیم آور شبیه نبودن به اتفاقات، افراد و محتوای نشریات دیگر است. همیشه همین طور قوی و با اراده باشید و برای رسیدن به جایی که لایقش هستید، صبوری کنید.

سید محمدعلی سیدحسینی
معاون پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای
من نشریه دانشجویی گیم آور را نمونه یک نشریه روزآمد با نگاهی فراگیر به تحولات اکوسیستم بازی‌های دیجیتال در کشور دیدم که به واسطه برقراری ارتباط با دیگر ژورنالیست‌های حرفه‌ای و متخصصان این حوزه، کیفیت خود را ارتقاء بخشیده است.

محمدحسین رضوانی
رئیس اسبق دانشگاه علمی کاربردی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای
نشریه گیم آور، طلایه‌دار فعالیت‌های ناب و خودجوش دانشجویی در حوزه بازی‌های ویدیویی در کشور است. تجربه نشان داده است حرکتی که از بطن دانشگاه نشأت می‌گیرد به مراتب تاثیرگذارتر از فعالیت‌های ستادی و جبری خواهد بود. تولد یک سالگی این نشریه را به جامعه دانشگاهی گیم، تبریک عرض می‌کنم.

محمد حاجی میرزایی
رئیس مرکز رشد بازی‌سازی
نشریه دانشگاهی در زمینه‌ی گیم، یک فرصت خیلی خوب است که ما هیچ وقت نداشته‌ایم. وقتی که نشریه گیم آور متولد شد، من به‌شخصه خیلی ذوق داشتم. چون ما رسانه معتبر در زمینه‌ی گیم زیاد داریم اما کاملاً از جنبه ژورنالیستی به ماجرا نگاه می‌کنند. این که در محیط آکادمیک هم مجله‌ای باشد که به مقوله بازی‌های ویدیویی به‌صورت جدی بپردازد و هم مخاطب عام داشته باشد و هم مخاطب تخصصی دانشجویی و استاد دانشگاه، به‌نظر فرصت بسیار مغتنمی است. امیدوارم که گیم آور بتواند روی پایش بایستد و ادامه‌دار باشد.

غلامرضا غفاری
معاون فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
بحث گیم، یک جایگاه ویژه در فضای دیجیتال دارد و هم مخاطب گسترده‌ای دارد. طبیعتاً به‌عنوان یک مکانیزم و یک ابزار می‌شود در عرصه‌های مختلف، چه عرصه‌های علمی و چه در عرصه‌های فنی و حرفه‌ای و به‌ویژه در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی هم از آن‌ها بهره برد. نشریه گیم آور قطعاً به حوزه گیم ایران بسیار کمک خواهد کرد.

علی باغدار دلگشا
مشاور استاندار خراسان رضوی
نشریات دانشجویی، فرصتی هستند تا دانشجویان جوان در آن‌ها به تمرین خرد جمعی و ارائه ابتکارات خود بپردازند. گیم آور یکی از همین جراید دانشجویی است که با معرفی و نقد بازی‌های ایرانی و بهره‌گیری از ظرفیت فعالیت‌های استارت‌آپی، توانایی بالایی جوانان میهن عزیزمان، ایران را نشان می‌دهد.

علی توکلی
عضو اسبق شورای حمایت و نظارت بر انجمن‌های علمی وزارت علوم
اکنون بسیار خرسندم که تلاش دوستانم در انجمن گیم به ثمر نشست و پس از گذشت یک سال، نشریه گیم آور از دستاوردهای بزرگ انجمن‌های علمی دانشگاه محسوب می‌شود. برای تیم گیم آور در ادامه مسیر، آرزوی توفیق دارم.

علیرضا مهتدی
دبیر اتحادیه مهندسی کامپیوتر کشور
نشریه گیم آور یکی از معدود نشریاتی است که راه را برای افراد علاقه‌مند به این حوزه باز می‌کند. می‌توان گفت صنعت بازی‌سازی، نیازمند چنین نشریه‌ای جهت گسترش این صنعت بود که گیم آور در طی این یک سال، به‌خوبی توانست این نیاز را برطرف کند.

سید حسین موسوی
رئیس مراکز رشد واحدهای فناور دانشگاه فردوسی
ضمن خدا قوت به دست‌اندرکاران نشریه ارزشمند گیم آور، بدیهی است که انتقال فرهنگ و دانش با زبان گیم، تاثیرگذارتر و رساتر و ماندگارتر خواهد بود. توفیق روز افزوتان را از درگاه حضرت حق در این رسالت مهم خواستاریم.

کد تخفیف ۳۰ درصدی برای هر بازی‌ای که دلتان می‌خواهد

از فروشگاه آریو:

tavalod_gameovermag



تولد یکسالگی نشریه گیم آور

عماد رحمانی بازی ساز

گیم آور برای من خاطره مجله‌های خوب چند سال پیش را زنده کرده است. زمانی که به انتظار خواندن نقد محصول تولید شده‌ها بودی و می‌دانستی که قرار است نقد بخوانی نه رپورتاژ آگهی! باید به آیدین نوری تبریک گفت که بالاخره بدون هیچ چشم‌داشتی، همان‌قدر بی‌ریا و دوست‌داشتنی، تلاش می‌کند تا این سبک از نشریات، تبدیل به خاطره نشود. تولدتان مبارک بچه‌های خوب گیم آور.

کیوان ملک محمدی بازی ساز

نشریه گیم آور با قرار گرفتن کنار بازی‌ها و بازی‌سازان داخلی و پوشش خبری فعالیت‌های داخلی و خارجی، توانسته به نوبه خود در پیشرفت داخلی این صنعت، سهم باشد.

سید علی سیداف بازی ساز

نشریات، تولیدکنندگان، ناشرها و ... همه حلقه‌هایی در زنجیره اکوسیستم صنعت گیم هستند. لازمه پیشرفت و پایداری این صنعت، رشد متوازن و متناسب همه این بخش‌ها در کشور است. یکسالگی نشریه را تبریک می‌گویم و به امید موفقیت برای دوستان نشریه گیم آور.

امین شهیدی بازی ساز

از دید من، گیم آور از فاصله ۲۰۱۸ تا پایان سال ۹۷، رسانه دوست و همراه بازی‌های ایرانی بوده. نگاه این رسانه برای بازی‌ساز ایرانی، بسیار مثبت و انرژی بخش بوده و امیدوارم که به مسیر دلنشین و کمک‌کننده خود با قدرت ادامه بدهد. با آرزوی بهترین‌ها در سال جدید.

کسری کریمی طار منتقد

وجود نشریاتی مثل گیم آور که به زیر و بم صنعت بازی ایران می‌پردازند، لازم و حیاتی است.

محسن وفانزاد منتقد

در دورانی که کم‌تر رسانه‌ای به بازی‌های ایرانی وقع می‌نهد، گیم آور همان جنس رسانه‌ای است که نیاز داریم. تولدت مبارک.

شایان ضیایی منتقد

گیم آور یک راه هوشمندانه‌تر برای حفظ میراث مجله‌های دیجیتال است که از در آکادمیک و احتمالاً موثرتر وارد ماجرا شده.

میثم قربانی منتقد

این‌که مجله‌ای مثل گیم آور هست که هیچ برهانی برای بودنش نیست، شک می‌کنم که کار رسانه‌ای ارزشمندی باشد. وقت تلف کردن و فرهنگ‌سازی و نگارشی که نه بگیرد و نه بازی‌ساز اهمیتی به بود و نبودش نمی‌دهد. کافی است نباشد تا ببینید بیش‌تر از ۵۰ نفر سراغش را می‌گیرند یا نه. رسانه‌ای که نمی‌تواند تاثیر بگذارد رسانه نیست. دلخوش کنکه.

مجید نوردوست منتقد

صنعت بازی‌سازی ایران، بیش از هر زمان دیگری نیاز به اطلاع‌رسانی دارد. اطلاع‌رسانی دقیقی که بتواند گیم‌سازان ایرانی را به سمت تجربه بازی‌های ایرانی تشویق کند. هم‌چنین رسانه‌های تخصصی که تنها به گیم ایرانی می‌پردازند، توانایی این را دارند که به‌عنوان صدای گیم‌سازان ایرانی، نقاط ضعف و مشکلات بازی‌های ایرانی را بیان کنند. ارتباط نزدیک بازی‌سازان با رسانه‌ها هم کم‌کم باید قوی‌تر شود تا مردم، بیش‌تر با بازی‌های ایرانی باکیفیت آشنا شوند. خوشبختانه گیم آور، پل ارتباطی خوبی میان بازی‌سازان و گیم‌سازان ایرانی ایجاد کرده است. پیشرفت گیم آور و هر رسانه دیگری در حوزه بازی‌های ایرانی، باعث استقبال مخاطب و بالا رفتن کیفیت بازی‌ها خواهد شد. برای همه بچه‌های گیم آور که از دوستان خوب من هستند، آرزوی موفقیت می‌کنم. به امید روزهای بهتر برای جامعه بازی‌های ویدیویی ایران.

فرشاد صمیمی بازی ساز

نشریه بسیار خوبی است. امیدوارم همکاران جدیدمان از این فرصت (از این نشریه) استفاده کامل را ببرند و سال جدید، بازی‌سازهای بهتری بشویم.

وهاب احمدوند بازی ساز

نشریه گیم آور، یکی از نشریه‌های پر محتوای تخصصی بازی است که از فضای دانشگاهی شکل گرفته و به رشد بازی‌سازی در داخل کشور توجه ویژه‌ای دارد.

فرزام ملک آرا بازی ساز

کمی فان، کمی خبر، کمی دانش. مدت‌هاست که هر از گاهی گیم آور مهمان یکی از روزهای تعطیل است.

حسن مهدی اصل بازی ساز

در دوره‌ای که رسانه‌های فیزیکی و مجله‌های گیم، دیگر حضور ندارند، مجله‌های الکترونیکی‌ای مثل گیم آور به خوبی، آن فضای خالی را پوشش می‌دهند.

محمد مهدی بهفر راد بازی ساز

قطعا کار نشریه گیم آور، بسیار کار با ارزشی است و تمام کسانی که این روزها این چنین کارهای پر زحمتی را انجام می‌دهند و نقش خودشان را برای صنعت‌شان ایفا می‌کنند بدون منت و بدون سر و صدا، تیم‌ها و افراد ارزشمندی هستند. امیدوارم این کار، هر روز بهتر و پر مخاطب‌تر از قبل بشود.

حمزه آزاد بازی ساز

نشریه گیم آور با تمرکز بر روی بازی‌های ایرانی، بانک جامع و خوبی از حوزه گیم ایران شده است که می‌تواند در بلند مدت، مرجع خیلی خوبی برای رصد این حوزه باشد و به دیده شدن هر چه بیشتر بازی‌های ایرانی و بازی‌سازها کمک کند.

حمید عبداللهی ها بازی ساز

به نظرم گیم آور با اهمیت دادن به بازی‌های ایرانی، برخلاف سایر نشریات، مسیر درستی را برای پیشرفت صنعت بازی انتخاب کرده است.

ابراهیم مسجدیان بازی ساز

همین که دارید این‌طوری برای گیم و گیم‌زحمت می‌کشید، خودش خیلی ارزش دارد. دمتان گرم.

مصطفی کیوانیان بازی ساز

اول فکر نمی‌کردم خواندن این نشریه برایم جالب باشد، ولی وقتی شروع به خواندن کردم، به نظرم محتواهای خوب و جامعی بودند. واقعا خوشم آمد. به نظر می‌شود این نشریه را به‌عنوان یک نشریه خوب ایرانی نام برد. از همه مهم‌تر، این است که نشریه تداوم داشته باشد. امیدوارم جشن ۵۰ سالگی این نشریه را بگیرد. واقعا دمتان گرم و خسته نباشد.

کسری نراقی منتقد

کار نشریه گیم آور حرفه‌ای هست و کیفیت خیلی خوبی دارد.



سروش حسین پور
کارشناسی مهندسی کامپیوتر



اسماعیل احسان منش
کارشناسی مهندسی کامپیوتر

بازیکنان چه چیزی می‌خواهند؟

اغلب طراحان بازی، ایده‌ای در مورد این که چه چیز سرگرم کننده است و بازیکنان چه چیزی می‌خواهند، ندارند. آن‌ها فقط ایده‌هایی را که قبلاً برای گیم‌پلی اعمال شده‌اند، امتحان می‌کنند. به عنوان مثال از گیم‌پلی یک بازی که سال قبل محبوب بازیکنان بوده است، استفاده می‌کنند. با این فکر که اگر بازیکنان، چیزی را سال قبل دوست داشته‌اند، امسال هم آن را دوست خواهند داشت.

گیمرها معمولاً بازی مشابه دیگر بازی‌ها را نمی‌خرند، مانند بازی‌هایی که فقط ایده‌های قدیمی را ارائه می‌کند و چیز جدیدی ندارد. با این وجود، بازی‌های موفق می‌توانند برای آنالیز، مفید باشند. به عنوان یک طراح بازی، ما می‌توانیم به بازی‌هایی که در سال‌های گذشته از آن‌ها لذت برده‌ایم، نگاهی بیندازیم و سعی کنیم مجموعه‌ای از قوانینی را تعیین کنیم که توضیح دهند چه چیز ما را وادار کرده است که در درجه‌ی اول، آن بازی‌ها را امتحان کنیم و چرا پس از شروع به بازی کردن، به آن‌ها علاقه‌مند شدیم.

چرا بازیکنان بازی می‌کنند؟

اولین سوالی که ما باید به آن پاسخ دهیم این است که چرا بازیکنان بازی ویدیویی انجام می‌دهند؟ چرا آن‌ها تصمیم می‌گیرند به جای بازدید از موزه‌ی هنر یا رفتن به سینما برای دیدن یک فیلم، کامپیوتر یا کنسول خود را روشن کنند و بازی Halo را انجام دهند؟ چه چیز به خصوصی در مورد بازی‌های ویدیویی در مقایسه با دیگر رسانه‌های سرگرمی وجود دارد؟ بازی‌ها چه چیزی را به بازیکنان پیشنهاد می‌دهند که دیگر فعالیت‌ها قادر به انجام آن نیستند؟

«بازیکنان چه چیزی می‌خواهند؟» سوال بسیار ساده‌ای به نظر می‌آید، اما تعیین چیزهایی که بازیکنان در بُعد بیرونی بازی به دنبال آن هستند، سوالی است که تمام طراحان بازی، برای ساخت بازی‌های بزرگ باید به آن بیاندیشند. این که چه چیز لذت‌بخش است، پیچیده به نظر می‌آید. هم چنین تجربه‌ای که با بازی کردن به بازیکن منتقل می‌شود مانند دانشی نیست که بتوان آن را ساده یاد گرفت. در برخی از بخش‌ها، حس درونی یک طراح در تشخیص کمک می‌کند؛ طراحان، باید این قابلیت را داشته باشند تا تشخیص دهند که چه چیزی برای آن‌ها سرگرم کننده است. هم چنین در کنار آن، بایستی به نظرات دیگران گوش دهند. Frank Capra، یکی از کارگردان‌های عصر طلایی هالیوود می‌گوید: «فیلم‌هایی که خودم از آن‌ها خوشم بیاید می‌سازم و این که دیگران هم آن‌ها را پسندیده‌اند، همراه با شانسی بوده است.» به شکلی مشابه، کسی نمی‌تواند تنها با نگاه بازاری به این که بازیکنان چه چیزی می‌خواهند، به سادگی پاسخ دهد و بگوید که دلیلش را درک نمی‌کنم، اما اگر آن‌ها، آن را می‌خواهند، من قصد دارم آن را برایشان آماده سازم. قبل از این که شروع به ساخت یک بازی بزرگ کنید، ابتدا باید آن را برای خود، سرگرم کننده بیاید تا با امید بیش‌تری بتوانید از آن برای شروع ساخت یک بازی استفاده کنید که برای دیگران هم جذاب باشد.

طراحان بازی، زمان زیادی را صرف این می‌کنند که بازیکنان، در یک بازی ویدیویی به دنبال چه چیزی هستند. آن‌ها تلاش دارند چیزی را در بازی‌های ویدیویی‌شان قرار دهند که بازیکنان قبلاً آن را انجام نداده‌اند و می‌تواند آن‌ها را به هیجان بیاورد.



بازیکنان چه چیزی می‌خواهند؟

بازیکنان می‌خواهند به تنهایی یک تجربه‌ی پویا داشته باشند

در بعضی از بازی‌ها، افراد به دنبال چیزی پویا هستند که خودشان را سرگرم کنند. بعضی اوقات، دوستان برای بازی کردن در دسترس نیستند یا بازیکنان از بازی کردن با دوستانشان خسته هستند، یا به زبان ساده، از صحبت کردن با دیگر افراد به تنگ آمده‌اند. مشابه آن دسته از افرادی که به جای این که به تئاتر بروند، با کرایه کردن یک ویدیو در خانه به تئاتر، فیلم تئاتر تماشا می‌کنند. بازیکنان همیشه کنترل بازی را به دست دارند و می‌توانند در هر زمانی، بازی را شروع یا متوقف کنند. در حقیقت، فرد به دنبال تعامل و تجربه‌ی پویای بازی‌های تک نفره می‌رود.

بازیکنان می‌خواهند به خود افتخار کنند

در بازی‌های چند نفره، بازیکنان برای کسب احترام، بازی می‌کنند. این که بتوانید تمام دوستانتان را در بازی کاتر استرایک (Counter Strike) بکشید، باعث می‌شود آن‌ها احترام خاصی برای شما قائل شوند. حتی در بازی‌های تک نفره، بازیکنان با دوستانشان در مورد به اتمام رساندن یک بازی یا در مورد خوب بودن در بازی دیگر، صحبت می‌کنند. بازیکنان به این افتخار می‌کنند که چطور در چند ساعت، تمام بازی را بر روی سخت‌ترین درجه به اتمام رسانده‌اند. در بازی‌های آرکید، جدول بالاترین امتیاز و قابلیت وارد کردن نام در داخل بازی، انگیزه‌ی عجیبی در فرد برای تداوم در بازی کردن به وجود آورده است.

بازیکنان یک تجربه‌ی احساسی می‌خواهند

در کنار دیگر انواع سرگرمی، بازیکنان خواهان بروز برخی از احساسات، هنگام انجام یک بازی ویدیویی هستند. این تجربه می‌تواند به آسانی افزایش ترشح آدرنالین و بالا رفتن تنش در یک بازی اکشن سریع، همچون Doom باشد. حتی خوشحالی حاصل از ساخت یک کلان شهر در بازی SimCity از این گونه تجربه‌هاست. این تجربه‌های احساسی می‌تواند پیچیده‌تر شود، همچون حس از دست دادن دوست در بازی Planetfall، هنگامی که دوست ربانی بازیکن، خودش را فدا می‌کند. احساساتی که بازی‌ها دارند در بازیکنان برانگیزند، بسیار قوی‌تر از احساساتی است که فرد می‌تواند در رسانه‌های دیگر تجربه کند.

ما می‌توانیم با تاکید بر این تفاوت‌ها، این کار هنری را از دیگر انواع هنر جدا کنیم. برای موفق شدن، بازی‌های ما نیاز دارند با استفاده از این تفاوت‌ها، بهترین تجربه‌ی گیم‌پلی ممکن را پیاده‌سازی کنند. در ادامه، به پرسش اولیه خود که چرا بازیکنان بازی می‌کنند، پاسخ می‌دهیم.

بازیکنان چالش می‌خواهند

بسیاری از بازیکنان از حل چالش‌های بازی‌ها لذت می‌برند. چالش، یکی از مهم‌ترین فاکتورهای بازی‌های تک نفره است. بازی‌ها می‌توانند ساعت‌ها بازیکن را درگیر کنند، هر زمان که فرد بازی می‌کند، تا حدی مانند کسی است که با مکعب روییک درگیر است. بازی‌ها، بازیکنان را مجبور می‌کنند تا به صورت فعال فکر کنند، راه‌حل‌های مختلفی را برای حل مسائل امتحان کنند تا سازوکارهای موجود در بازی را درک کنند.

زمانی که فرد با چالشی مواجه می‌شود و بر آن غلبه می‌کند، آن فرد چیز جدیدی یاد گرفته است؛ مهم نیست که چالش، یک مسئله در کتاب ریاضی است یا در بازی ویدیویی. بازی‌های چالش برانگیز می‌توانند تجربه‌هایی باشند که قابلیت یادگیری دارند. بازیکنان از بازی‌ها یاد می‌گیرند، حتی اگر آن یادگیری، محدود به محتوای موجود در بازی است، مانند چگونه عبور کردن از میان جنگل یا زنده ماندن در یک جنگ پر از زد و خورد. در بهترین بازی‌ها، بازیکنان درس‌هایی در حین انجام بازی می‌آموزند که می‌توانند آن‌ها را بر جنبه‌های دیگر زندگی‌شان اعمال کنند، حتی اگر متوجه آن نشوند. آن‌ها می‌توانند روش‌های حل مساله را در کارهایشان استفاده کنند، از مهارت‌های فضایی بهبود یافتشان (تصویرات) برای مرتب کردن وسایل استفاده کنند یا حتی شاید از بازی‌های نقش-آفرینی، همدلی بیش‌تر با دیگران را یاد بگیرند. بسیاری از بازیکنان بر چالش‌های موجود در بازی‌ها فائق می‌آیند و با یادگیری که همراه آن است، غنی می‌گردند.



بازیکنان می‌خواهند اجتماعی باشند

دلیل اصلی بیش‌تر افراد برای بازی کردن، معاشرت با دوستان یا خانواده است. این دلیل در مورد بازی‌های تخته‌ای یا کارتی مانند شطرنج، مونوپولی، بریج، یا دیپلماسی نیز صدق می‌کند. مردم دوست دارند این بازی‌ها را انجام دهند، زیرا آن‌ها از گذراندن وقت با دوستانشان لذت می‌برند و می‌خواهند در یک فعالیت مشترک اجتماعی، غیر از رفتن به سینما یا تماشا کردن تلویزیون، شرکت کنند. تعداد زیادی بازی‌های چند نفره وجود دارد به این دلیل که مردم از تجربه کردن بازی‌های گروهی، لذت بیش‌تری می‌برند.



بازیکنان چه چیزی می‌خواهند؟

بازیکنان می‌خواهند کاوش کنند

از اصلی‌ترین نیروهای جذب‌کننده بازیکنان به بازی در بازی‌های مرحله محور می‌توان به تمایل آن‌ها به کاوش فضاها و محیط‌های جدید اشاره کرد. هر کسی که بازی‌های پیشرفت محوری همانند سوپر ماریو ۶۴ را انجام داده باشد، حس رسیدن به یک مرحله جدید و متفاوت را می‌فهمد و خواهان آن است قبل از این که به دنبال هدف‌های تعیین شده از سوی بازی برود، نگاهی هر چند کوتاه به اطراف بیندازد.

کاوش درون بازی، تنها به فضای بازی محدود نیست. به‌عنوان مثال:

● کاوش انتخاب‌های استراتژیکی متفاوت بازی تمدن (Civilization)

● ترکیب و مدیریت منابع مختلف در بازی‌هایی همچون Magic: The Gathering

● کاوش شخصیت‌های موجود در بازی‌های نقش-آفرینی همچون بازی

Wasteland و Fallout

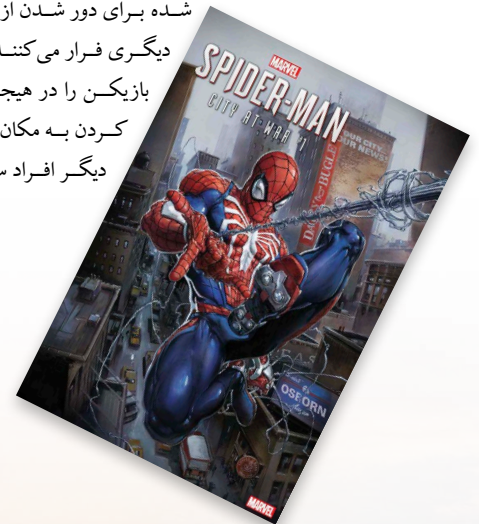
جست‌وجوی یک دنیای خیالی، یک تجربه‌ی غنی بوده که نشان‌دهنده‌ی موفقیت بازی‌ها در این مسیر، نسبت به دیگر رسانه‌ها است.

بازیکنان می‌خواهند خیال‌پردازی کنند

قسمت عمده‌ای از محبوبیت اشکال مختلف هنر داستان‌گویی، به دلیل عنصر خیال‌پردازی است. خواه کسی رمان، فیلم، یا کتاب‌های کمیک (Comic) را هم در نظر بگیرد. بسیاری از مردم، با استفاده از موارد گفته شده برای دور شدن از زندگی دنیایی خود، به دنیای دیگری فرار می‌کنند؛ دنیایی با شخصیت‌هایی که بازیکن را در هیجان، فعالیت‌های جالب، سفر کردن به مکان‌های عجیب و غریب و دیدن دیگر افراد سحرآمیز فرو می‌برد.

بازیکنان می‌خواهند تعامل داشته باشند

در میان مباحثی که درباره‌ی خواسته‌ی بازیکنان بیان کردیم، چیزی که کار هنری ما را می‌تواند بهتر از باقی هنرها انجام دهد، ایجاد یک تجربه تعاملی است. اگرچه شاید به توانایی‌های جلوه‌های ویژه فیلم، به قابلیت‌های رمان در بیان یک قصه‌ی گیرا یا قطعه‌ای از یک موسیقی که احساسات حضار را برمی‌انگیزاند، رشک بورزیم؛ اما می‌دانیم بازی‌هایی که بر تجربه‌ی تعاملی تاکید دارند و مخاطبان، چیزی را تجربه می‌کنند که آن را در هیچ جای دیگری نمی‌یابند، موفقیت خیلی بیش‌تری به دست می‌آورند. طراحان بازی اگر به دنبال شانس برای جلب توجه بازیکنان به بازی خود هستند، باید همیشه این موضوع، یعنی تجربه‌ی تعاملی را به خاطر داشته باشند.



منبع:

Game Design:

Theory and Practice (2nd Edition)

نشریه تخصصی گیم آور

اولین نشریه چاپی-الکترونیکی، تخصصی گیم در دانشگاه‌های کشور



دانلود شماره سوم



Scan me



دانلود شماره چهارم



Scan me



دانلود شماره اول



Scan me



دانلود شماره دوم



Scan me



سعید زعفرانی
سردبیر گیم‌نیوز



علیمردان در قرون وسطی علیمردان در ملاقات با مرلین جادوگر

علیمردان همان بچه‌ی شوخ و چموش و گاه بی‌ادبی است که ایرج میرزا خلق کرده و قرار است تا با خواندن قصه‌اش، مثل او نشویم. علیمردان، یکی از شخصیت‌های با پتانسیل طنز و کمدی تاریخ ادبیات معاصر ماست و چه خوب که در همین راستا به شخصیت عجیب یک مجموعه بازی ویدیویی نیز تبدیل شده است. اولین قسمت از این مجموعه بازی که توسط استودیوی «رسانا شکوه کویر» ساخته شده، به‌طور مشخص به «شیطنت‌های علیمردان» اختصاص داشت. اما در قسمت دوم و با توجه به کمبودهای محتوایی علیمردان در ادبیات ایرج میرزا، این شخصیت به داستان‌های دیگری سرک می‌کشد.

در پایان قسمت اول، خان دایی ازدواج می‌کند و در شروع قسمت دوم، او قرار است به ماه عسل برود. تنها ارتباط

داستانی این دو قسمت با هم در همین نقطه خلاصه می‌شود. علیمردان خود را سوار بر یک سفینه‌ی فضایی می‌یابد و متوجه می‌شود که نقشه‌ی خان دایی برای سفر به ماه، جدی است. در میانه‌ی راه اما او که خیال روبه‌رو شدن با موجودات فضایی را ندارد، تصمیم می‌گیرد که از سفینه بیرون بپرد و خود را رها سازد. در حالی که او قصد دارد به خانه برگردد، در محاسبات خود اشتباه می‌کند و سر از قرون وسطی درمی‌آورد.

این‌که چطور سفر علیمردان با سفینه‌ی فضایی در بعد مکان منجر به سفر او در زمان و سیر غیرمترقبه‌اش در تاریخ بشر می‌شود، مشخص نیست. به هر حال بازی بنا ندارد برای تصمیمات داستانی خود منطق خاصی به ما

ارائه دهد. شاید برای درک تبدیل شدن مکان به زمان و تغییرات فیزیکی اتفاق افتاده‌ای که از درک ما خارج است، باید به فیلم‌های نولان و تفسیر ساده‌لوحانه‌ی او رجوع کنیم. شاید بازی هم زیرکانه از ما همین را می‌خواهد!

حضور علیمردان در سفینه‌ی فضایی، زیاد طول نمی‌کشد و بعد از مشخص شدن نقشه، باید او را در رسیدن به این هدف کمک کنید. اگر بازی‌های

دیگر رسانا شکوه کویر در سبک معمایی اشاره و کلیک را بازی کرده باشید، کاملاً با گیم‌پلی این بازی نیز آشنا خواهید بود. بازی از همان سیستم عناوین قبلی استفاده می‌کند و ضمن آن، همچنان مونولوگ‌ها نیز در بازی جریان دارند. به‌طور کلی، شما به‌عنوان بازی‌کننده باید چیزی را در میان تصویر پیدا کنید، بردارید، یک یا چند جمله درباره‌ی آن و کاربرد احتمالی‌اش و یا به درد نخور بودنش از زبان علیمردان [یا هر شخصیت دیگری در بازی‌های رسانا شکوه کویر] بشنوید و بعد، از آن، استفاده‌ی مناسب را بکنید یا به سراغ شیء بعدی بروید. مکانیسم ساده‌ی اشاره و کلیک و پیدا کردن اشیاء گاهی به اشتباه به حل معما تعبیر می‌شود.

در بازی علیمردان در ملاقات با مرلین جادوگر، تمرکز اصلی بازی‌ساز نه گیم‌پلی و ابزار پیشبرد داستان، که روایت و لحن کمدی است. گیم‌پلی نسبت به گذشته،

تغییرات زیادی نکرده، گرچه برخی از معماها منطقی‌تر و روان‌تر شده‌اند و به‌طور کلی در مواجهه با چالش‌های گیمی بازی، تسلط بیشتری از خود نشان خواهید داد. بازی نسبت به بازی‌های قبلی این استودیو بسیار کم‌تر آزاردهنده می‌شود و آزمون و خطا، نقش بسیار کم‌رنگ‌تری در حل معماها دارد. منطق مشخصی در اغلب معماها جای گرفته و بازی را بهبود بخشیده است. اما علیمردان همچنان تصمیمات غیرقابل درک می‌گیرد، از اشیای غیرقابل شناسایی برای برطرف کردن نیازش بهره می‌برد و در واقع اگرچه نمی‌توان مشکلات سبکی بازی حل شده‌اند، نمی‌توان دیگر به قوت خود باقی است.



نقد بازی علیمردان در ملاقات با مرلین جادوگر

با ورود علیمردان به شهر، بازی بیش‌تر از همیشه به بازی‌های قبلی رسانا شکوه نزدیک می‌شود و همان‌طور که مخاطب این بازی‌ها انتظار دارد، سلسله اعمال مورد نیاز برای خروج از این موقعیت، خود را نشان می‌دهند. برای حل مشکل باید از نقطه‌ی الف به نقطه‌ی ب رفت، معمایی را حل کرد، شاید چند مینی‌گیم را انجام داد و به نقطه‌ی ج رسید. با رسیدن به نقطه‌ی ج ضمن مشخص شدن یک ایده‌ی داستانی و کسب اطلاعات بیش‌تر، باید به نقطه‌ی الف برگشت و کار ناتمامی را تمام کرد و پس از آن به نقطه‌ی د رفت، معمایی را حل کرد، شاید چند مینی‌گیم دیگر انجام داد و به نقطه‌ی ه رسید و ... فرمول مشخصی که اگرچه هنوز جواب می‌دهد و هر بار با کمی تغییر ارائه می‌شود، برای همیشه موفق نخواهد بود.

داستان علیمردان در ملاقات با مرلین جادوگر پر از ارجاعات به دیگر آثار، مخصوصاً ادبیات کلاسیک قرون وسطی است. فضای تصویر شده در بازی با تصور کاریکاتوریزه از قرون وسطی هماهنگی دارد و همین باعث می‌شود که برای نزدیک شدن به بازی و درک شخصیت‌های مقوایی و صرفاً اسم‌دار آن، دشواری خاصی را متحمل نشوید. داستان، به‌خوبی پیش می‌رود و اگر بتوانید ایرادات منطقی و تناقضات دراماتیک آن را به لحن کمدی و موقعیت طنزش ببخشید، ضمن لذت بردن از فضا و شخصیت‌ها، از داستان نیز راضی خواهید بود. علیمردان در پایان به یک قهرمان تبدیل می‌شود و اگرچه هنوز همان کلیشه‌ای است که ایرج میرزا در ذهن ما ساخته، با قرارگرفتن در محتوای مناسب می‌تواند به چیزی بیش‌تر از یک کاراکتر فویل تبدیل شود.



بازی علیمردان، سرگرم‌کننده، گاهی عذاب‌آور و گاهی تکراری است اما مهم‌تر از همه‌ی این‌ها، یک بازی طنز است. کمدی در این بازی حرف اول را می‌زند و اگرچه نمی‌شود از آن انتظار طنز فاخر و موقعیت‌های ماندگار داشت (که بعضاً ارائه هم می‌کند!) قادر است خنده بیافریند و همین کافی است.

Developer:
RSK Entertainment

Publisher:
Ario

Release date:
7 October, 2017

Platforms:
PC



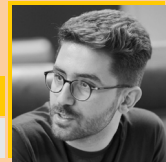
Scan me

داستان اما مشخصه‌ی اصلی بازی است. علیمردان، یک شخصیت کاملاً نابجا و نامتناسب، طی سفری تاریخی به داستان شاه آرتور پرتاب می‌شود. داستانی کاملاً جدی از دل تاریخ ادبیات انگلیس که البته قرار است با حضور علیمردان به چالش کشیده شود. تفاوت این دو فضا، در لحن و سیطره‌ی ادبی، موجب شکل‌گیری یک طنز فوق‌العاده گیرا می‌شود. بازی، دنیایی از تناقض‌های کمدی‌ساز را خلق می‌کند و در آن غوطه‌ور می‌شود. گاه با دیالوگ‌های بسیار طنزآلود و گاه با اداها و افعال خیره‌کننده، مخاطب را به وجد می‌آورد و آن‌چنان استادانه از فضای به‌دست آمده برای خلق کمدی استفاده می‌کند که علاوه بر خنده‌دار ظاهر شدن، باعث می‌شود دیگر ایرادات داستان، راحت‌تر فراموش شوند و روایت، بدون خدشه پیشرفت کند.



بازی از ابتدا لحن کمدی به خود می‌گیرد و به همین خاطر است که زمانی که به این نقطه می‌رسد، قادر است بدون زحمت، مخاطب را بخنداند. اگرچه شاید گاهی در استفاده از شوخی‌های متنی و ارجاع به گذشته‌ی علیمردان یا مدیای خارج از دنیای بازی، زیاده‌روی کرده، همواره یک استاندارد خودساخته را رعایت می‌کند. طنز بازی نشأت گرفته از شخصیت علیمردان و ایده‌ی درخشان ورود او به یک فضای جدی است که با دیالوگ‌ها و متن طنزآمیز و شوخی‌های کلامی و موقعیتی ریز و درشت درمی‌آمیزد و ضمن حفظ کمدی در سرتاسر داستان، مدام توانایی خود در به استهزا گرفتن مفاهیم جدی و فانتری کلاسیک را به رخ می‌کشد. بازی از دست انداختن هیچ چیز و هیچ‌کس ابایی ندارد و این نکته است که آن را به اثری قابل تأمل تبدیل می‌کند. علیمردان در ملاقات با مرلین جادوگر از تیراژ ابتدایی تا پایان داستان، یک اثر طنز قابل قبول است که گهگاه حتی می‌تواند مخاطبی با سطح انتظار بالا را بخنداند و این یعنی حداقل در یکی از تلاش‌های خود موفق بوده است.



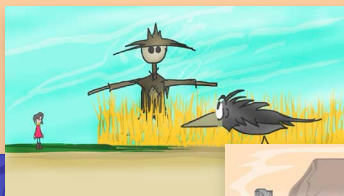


سپهر ترابی

مدیر مسئول بازینامه

دزد عروسک‌ها

آناهیتا: دختر خوب



باشد. بازی در همان مراحل اولیه، تقریباً خوب و بدون مشکل جلو می‌رود اما گاهی عملاً همه چیز بن‌بست می‌شود. حال دلیل این بن‌بست بودن چیست؟ آیا معماهای بازی سخت است یا چیز دیگری؟ اتفاقاً معماهای بازی، بامزه هستند و با کمی تفکر می‌توانید از آن‌ها عبور کنید اما این باگ‌ها هستند که به شما اجازه نمی‌دهد بازی درست پیش برود. ممکن است خیلی ناگهانی، آناهیتا دیگر حرکت نکند یا در جایی گیر کند. حتی ممکن است تکان خوردن فلان مانع به خاطر وجود باگ به تعویق بیفتد و شما فکر کنید که دارید اشتباه وارد عمل می‌شوید. این باگ‌های کوچک و بزرگ که به وفور در بازی دیده می‌شوند، سبب شده تا گاهی از دست بازی عصبی شوید و این عصبی شدن، مساوی با مرگ یک بازی است! آناهیتا به خاطر سبک گرافیکی و نوع معماهایی که دارد پتانسیل این را داشت تا به اثری خوش‌ساخت تبدیل شود اما اصلاً

مشخص نیست این حجم از باگ و مشکل

از چه چیزی نشأت می‌گیرد؟ شاید اگر این باگ‌ها نبودند بازی، امتیاز خوبی می‌گرفت اما حالا قضیه فرق می‌کند. به نظر می‌رسد که دزد عروسک آناهیتا، قدرت فنی بازی را نیز دزدیده و حجم زیادی از مشکل و باگ به آن هدیه داده است.



آناهیتا از آن دست بازی‌ها است که می‌توانست به یکی از خوش‌ساخت و شاید بهترین بازی‌های ایرانی تبدیل شود. اما خب متأسفانه در رسیدن به چنین هدفی موفق نبوده و دلیل آن از نظر من، عدم تست کردن است! شاید بازی با تست کردن، دچار این حجم از باگ و مشکل نبود و مخاطب از آن لذت بیشتری می‌برد. آناهیتا روایت گر داستان زندگی یک دختر بچه است. دختر بچه‌ای که وقتی خواب است ناگهان عروسک مورد علاقه‌اش توسط موجودی ناشناس دزدیده می‌شود و آناهیتا در پی آن است تا بتواند عروسک خودش را پیدا کند و آن را پس بگیرد. داستان بازی و نوع روایتش برای یک بازی موبایلی کافی است و به‌خوبی انجام شده است. شاید بلافاصله با شروع بازی، اولین چیزی که نظر شما را به خودش جلب می‌کند، گرافیک و سبک طراحی هنری بازی باشد. همه چیز شبیه نقاشی‌های کودکان است. به‌راستی انگار کودکی محیط بازی را با مدادهای رنگی روی کاغذ، نقاشی کرده است. همین سبک گرافیکی به وزنه سنگینی در بازی تبدیل شده است. وزنه‌ای که اگر باگ‌های بازی نبودند، می‌توانست به عامل موفقیت آن تبدیل شود. استفاده از رنگ‌بندی‌های متنوع با توجه به ساختار مراحل، گرافیک آناهیتا را به پاشنه آشیل آن تبدیل کرده است. پاشنه آشیلی که به دیگر بازی‌سازها نشان می‌دهد نیاز نیست حتماً به سراغ گرافیک‌های پر زرق و برق بروند. اما چه چیزی باعث شده که آناهیتا بازی خوبی نباشد؟ اولین موضوع، شاید صداگذاری آن باشد. صداگذاری بازی بیش از اندازه سطحی ساخته شده و در برخی قسمت‌ها توی ذوق می‌زند. اگر بخواهم دقیق‌تر توضیح

دهم باید بگویم که صداگذاری آناهیتا روی نموداری با نوسان شدید قرار دارد که گاهی خوب است و اکثر اوقات بد!

اما گل سرسبد مشکلات بازی، باگ‌های آن است. گیم‌پلی بازی با یک سیستم کنترلی خیلی راحت پیش می‌رود و از این منظر، بازی مشکلی ندارد. آیکون مثلث به شما توانایی پریدن، آیکون دایره، توانایی استفاده از ابزار و در نهایت آیکون حرکت که در سمت چپ صفحه قرار دارد به شما این توانایی را می‌دهد تا حرکت کنید. اگر به ابزار یا نقطه‌ای رسیدید که نیاز به انجام کاری باشد، مربعی در پایین صفحه ظاهر می‌شود تا به نوعی راهنمای شما



5.5 10

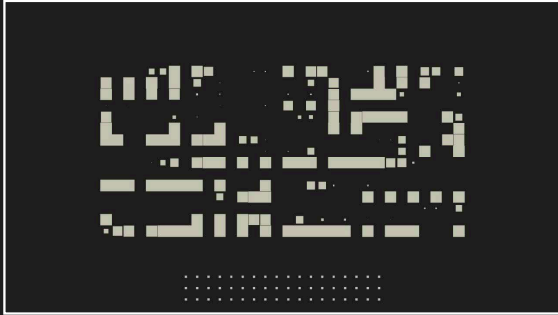
Developer:
Clickteam

Publisher:
Clickteam

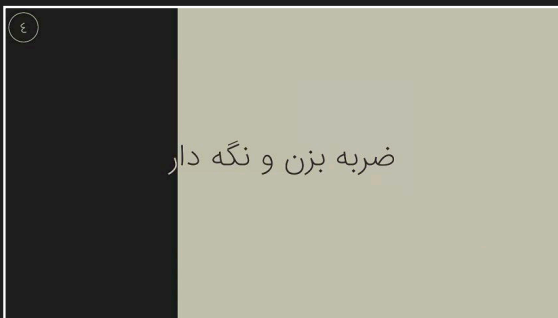
Platforms:
Android, PC

نقد بازی گیج

جدای از مسائل فنی و ظاهری، چند نکته در مورد دیدگاه سازندگان این محصول، بسیار ستودنی است. پس از تجربه گیج، شاید شما هم با من هم عقیده شوید که بازی ساز، شجاعت داشته و ریسک کرده است؛ بدون توجه به این که شاید این محصول مورد اقبال قرار نگیرد، شاید اصلا بازی به حساب نیاید، شاید هیچ کسی حوصله انجام این کارها را نداشته باشد و... با جسارت، اثر خودش را خلق کرده و حرف خودش را به گوش بقیه رسانده است.



نکته مثبت و جالب بعدی، استفاده هنرمندانه و هوشمندانه از حسگرهای حرکتی بود که نشان از آشنایی و توجه تولیدکنندگان به این قابلیت سخت‌افزاری و بررسی دقیق آن دارد. فرآیندی که ترکیبش با خلاقیت‌های فردی، منجر به تولید گیج شده است. در ضمن، تولیدکننده، خیلی زیرکانه دندان طمع را کشیده و با روش‌های منطقی و قیمت منصفانه، درآمدزایی کرده است.



گیج را امتحان کنید، به‌ویژه مراحل ۶۳، ۸۱، ۸۷ و کل ۱۰ مرحله آخر.

9

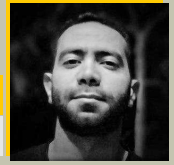
10

Developer:
Pelle Studio

Platforms:
Android



Scan me



علیرضا خزاعی

کارشناسی ارشد ادبیات زبان انگلیسی

مرز خلاقیت گیج

خلاقیت و مفهوم آن، یک‌سری توضیحات کلی و انتزاعی روی کاغذ، اما شکل‌هایی متفاوت در عمل دارند. انگار همه ما در درک این مفهوم، استاد، اما در توضیح آن مبتدی هستیم. «گیج» یک بازی اندرویدی است که خلاقیت را دوباره معنی کرده است.

نام بازی با ذات آن، رابطه کامل دارد؛ از لحظه‌ای که آن را شروع کردم تا آخر ۱۰۰ مرحله، گیج و مهوت در پی یافتن راه‌حل‌ها و انجام به اصطلاح ماموریت‌ها بودم و نمی‌دانستم دقیقا چه چیزی در مورد این بازی انگیزه ایجاد می‌کند که ادامه بدهم. این حالت گیجی و منگی در ۱۰ مرحله اول و ۱۰ مرحله آخر در اوج خودش بود. ابتدای امر که اصلا نمی‌دانستم چه اتفاقی دارد می‌افتد. فقط لحظه به لحظه نیشم بیش‌تر باز می‌شد.

گیج با استفاده از سادگی خلاقانه و خلاقیتی ساده، با توجه به قابلیت‌های سخت‌افزاری تلفن‌های هوشمند ساخته شده است. انتخاب موسیقی در کنار استفاده مناسب و به‌جا از افکت‌های صوتی، صدای جدیدی برای گیجی ما خلق کرده است؛ یک صدای خاص و رمزآلود را هم برای روایت‌گری به این‌ها اضافه کنید. روایت که البته این کلمه هم در گیج، معنای متفاوتی دارد.

در طراحی، بازی به دوران صفر و یک برگشته و تلاش کرده است ثابت کند که همه چیز رنگ و لعاب نیست و می‌شود فقط با دو رنگ (که تعریف رنگ را به ریشه‌های فیزیکی آن برمی‌گرداند) خلق و ابداع کرد. مثل یک نقاشی سیاه قلم، اما این دفعه در قالب یک اثر هنری تعاملی.





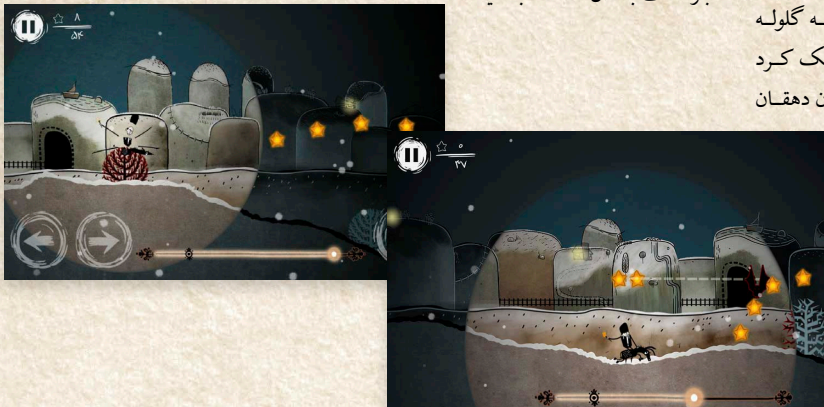
سعید زعفرانی
سردبیر گیم‌نیوز

اون شب که بارون اومد بدو دهقان، بدو



بازی «بدو دهقان، بدو» برای سرگرم کردن بیش‌تر، ماموریت‌های متنوعی هم پیش روی بازی‌کننده می‌گذارد و اگر طبق آن‌ها بازی کنید و جایزه بگیرید، می‌توانید توانایی‌ها و ابزارهای بیش‌تر و کاربردی‌تری را خریداری کنید. با این‌که بازی «بدو دهقان، بدو» یک بازی زیبا و سرگرم‌کننده و گاهی چالش‌برانگیز است، دو ایراد اصلی دارد که به‌شدت به کیفیت آن لطمه می‌زنند.

اولین ایراد بازی، تکراری شدن محیط است. تا کجا باید پیش رفت که تغییر در صحنه‌ی بازی ببینیم؟ حتی زمان هم در بازی جلو نمی‌رود؟ آیا دهقان فداکار روی یک تردمیل بزرگ در یک فضای وسیع مصنوعی می‌دود و قطار فقط یک توهم تصویری است؟ به هر حال، حتی بدون منطق بودن بازی هم اگر مهم نباشد، تکراری شدن محیط، خیلی زود باعث افت جذابیت آن می‌شود و کاری می‌کند که بعد از مدتی، میل چندانی به بازگشت به آن نداشته باشید.



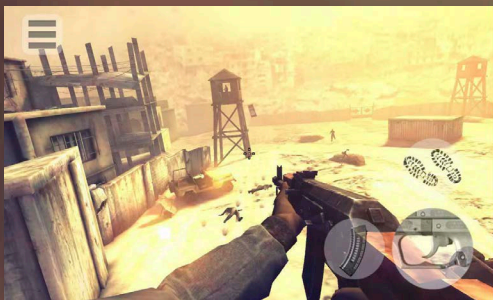
ایراد بعدی، در ایده‌ی بازی است؛ این‌که چقدر تبدیل کردن داستان دهقان فداکار به یک بازی در این سبک، کار درستی بوده است. در داستان ازبرعلی خواجوی، پایان از همه چیز مهم‌تر است. در پایان است که فداکاری او به نتیجه می‌رسد و نجات، رخ می‌دهد. بدون پایان، این داستان، درباره‌ی مرد سی‌ساله‌ی دیوانه‌ای است که روی ریل قطار، کتکش را سر چوبی کرده و آتش می‌زند! حالا تبدیل کردن این داستان به یک بازی که اساساً پایانی ندارد، به چه می‌انجامد؟ به یک ایراد منطقی بزرگ در انجام بازی: باختن در زمان خاموش شدن مشعل. اگر مسیر حرکت قطار مشخص است چه نیازی به الاغ‌سواری دهقان است؟ دهقان فقط آن‌جا است که مسیر را روشن کند؟ چقدر بی‌فایده!

بازی، فلسفه‌ی درستی ندارد. دیوانه‌ای موازی با ریل قطار روی الاغ خود می‌دود و مسیر را روشن می‌کند و به محض منحرف شدنش به طرز اعجاب‌انگیز و سحرآمیزی قطار هم، آیا این بازی واقعا همان چیزی است که قهرمان ما استحقاقش را دارد؟

ازبرعلی خواجوی (درگذشته‌ی ۱۳۹۶)، دهقان فداکار و قهرمان کودکی بسیاری از ما است. قصه‌ی دهقان فداکار هنوز هم از کتاب‌های درسی رخت نبسته و اگرچه ازبرعلی از میان ما رفته، یاد فداکاری او هنوز زنده است. مردی روستایی که در تاریکی شبی وهم‌آلود فهمید که ریزش کوه، مسیر قطار را مسدود کرده و فاجعه‌ای در کمین است. فکر بکرش آتش زدن لباس‌ها و روشن کردن مشعلی بود برای علامت دادن، اما وقتی دید که لوکوموتیوران بنای کشیدن افسار این اسب جموش را ندارد، به گلوله پناه برد. ازبرعلی، چند تیر در سکوت شب به قلب آسمان شلیک کرد تا قطار و سرنشینانش سالم بمانند. استودیوی «تی تو تم» داستان دهقان فداکار را دستمایه ساخت بازی «بدو دهقان، بدو» در سبک «دونده‌ی بی‌پایان» (Endless Runner) کرده است.

بازی با یک انشای مدرسه‌ای آغاز می‌شود. فضایی که در ذهن مخاطب تداعی می‌شود یک فضای صمیمی و بی‌آلایش است که با طراحی بازی درهم می‌آمیزد و باعث می‌شود به‌راحتی با بازی کنار بیایید. بازی از آشنایی‌سازی برای به‌کار انداختن حس نوستالژی و مصادره‌ی فضا به نفع خودش بهره می‌برد. بعد از آموزشی کوتاه از مکانیک‌های ساده‌ی گیم‌پلی بازی و کمی آزمون و خطا، وارد مسیر می‌شوید. دهقان، موازی قطاری روی ریل، در مسیری پر فراز و نشیب و خطرناک (گهگاهی با حمله‌ی گرگ‌ها و پرنده‌ها تهدید می‌شوید که البته خیلی جدی نیست ولی برای یک دهقان تنها در یک شبِ وهم‌آلود، آن هم در حال فداکاری، به هر حال یک معضل است) با مشعلی در دست، سوار بر الاغ خود می‌تازد. هدف، خاموش نشدن این مشعل در پی رد کردن موفقیت‌آمیز موانع و چالش‌های مسیر است و اضافه کردن نورهای پراکنده در محیط که با یک سکوبازی ساده به‌دست می‌آیند. گیم‌پلی بازی در این مسیر خلاصه شده و اگرچه خالی از خلاقیت نیست، آکنده از کلیشه‌هایی است که البته به‌جا و متناسب و طبق انتظار در بازی قرار گرفته‌اند تا مدتی شما را سرگرم خود کنند.





علیرضا خزاعی

کارشناسی ارشد ادبیات زبان انگلیسی

خاک و خون خاک

یکی از تکنیک‌های جذاب برای ساخت بازی ویدیویی، استفاده از موضوعات واقعی و تاریخی است. در ژانر بازی‌های تیراندازی، نمونه‌های مختلفی در مورد جنگ جهانی اول یا ویتنام و جنگ‌های منطقه خاورمیانه ساخته شده‌اند. استودیوی گونای با انتخاب موضوع تروریست‌های داعش برای ساخت بازی خاک، پا در همین مسیر گذاشته است.

اولین نکته مثبت بازی، امکان انتخاب بین سه زبان ترکی، فارسی و انگلیسی است. ترکی که بلد نبودیم، اما به سازندگان اطمینان می‌کنیم، چون خودشان اهل ارومیه هستند. اما آقدری که انگلیسی را می‌فهمیم، دیدیم که فهرست‌بندی و توضیحات در برگردان به انگلیسی، کاملاً درست و منطقی هستند که بسیار جای تشکر دارد.

شروع بازی با یک صحنه نمایشی و یک آهنگ بسیار هیجانی بود که پس از چند ثانیه قطع شد و صفحه‌ای سیاه آمد که نوشته بود: با ضربه زدن به صفحه، چاقو را بگیرید. گفتیم به به، بالاخره یک بازی پیدا شد که راهنما دارد. صفحه را لمس کردیم که به بازی ادامه بدهیم؛ دیدیم که نه، فقط نوشته شروع مجدد؛ دوباره شروع کردیم، اما این دفعه می‌دانستیم که چاقو را چطور بگیریم؛ خوشحال از این کشفمان، بعد از سه ثانیه دوباره صفحه سیاه شد، این بار با نوشته جدیدی که توضیح می‌داد چه کار دیگری باید می‌کردیم. این موضوع همین‌طور تا انتهای بازی بود که یا باید به روش نامعلومی حدس می‌زدیم که چه کار کنیم، یا باید می‌زدیم (در بازی) تا بازی راهنمایمان کند. بدترین مشکل بازی، این عدم وجود راهنما بود!

کارخراب‌کن بعدی، دیالوگ‌های فوق‌العاده خنک بازی بود. اصلاً نه حس داشت، نه جمله‌ها واقعی بودند. انگار یک کار اضافه و جانی تلقی شده بود و فقط در انتها، برای خالی نبودن عریضه، نوشته شده بودند. تعدادی از دیالوگ‌ها هم تکرار می‌شدند؛ با توجه به این که دیالوگ‌ها، بازپخش یک فایل صوتی ثابت بودند، پس از مدتی، بسیار جلوه مضحکی پیدا می‌کردند.

اگر از این دو مورد بگذریم، در بقیه زمینه‌ها، بازی عملکرد موفقی داشته است. در باب گرافیک، باید گفت که واقعا خوب کار شده؛ نقشه‌ها و طراحی محیط و فضا با دقت انجام شده و حس بازی را خوب منتقل می‌کند. استفاده از مسیرهای خاکی و بناهای تخریب شده و تم رنگ خاکی که کل بازی را در بر دارد (اسم بازی خاک است) یک لایه هنری به بازی اضافه کرده است.

مکانیک‌های بازی، خیلی سالم از آب درآمده‌اند و به قولی، کدنویسی بازی قوی پیاده شده است. هیچ ناراحتی یا اشکالی در کنترل‌ها یا نشانه‌گیری یا فیزیک بازی نیست. استفاده از سلاح و اتومبیل با کنترل‌های پویا و دقیقی همراه است که به بازیکن اجازه می‌دهد محاسبه و دقت کند و از بازی کردن، بیش‌تر لذت ببرد. در کنار این موضوع، تنوع مأموریت‌ها و فعالیت‌های بازی از خطی شدن جلوگیری می‌کند و هر مرحله، بازیکن را به چالشی جدید می‌کشد. اما امان از روزی که یک قدم مانده به پایان مرحله کشته شوید، آنجاست که متوجه می‌شوید بازی هیچ محل اطمینان یا چک‌پوینتی ندارد و شما باید مرحله را از ابتدا شروع کنید.

موسیقی بازی خوب است؛ هم موسیقی فهرست اصلی و هم موسیقی مراحل که با افت و خیزهای مناسب و تم سینمایی، لذت بازی را بیش‌تر می‌کند. نکته جالبی که خاک داشت، سیستم درآمذزایی آن بود: برای تکرار هر مرحله، یکی از جان‌های بازیکن کسر می‌شود که به‌صورت پیش‌فرض روی ۱۰ قرار دارد. بعد از این که جانتان تمام شد، گزینه‌های متنوع و جالبی برای دریافت جان اضافی دارید. هرچند که در قبال هزینه کامل بازی، توقع به‌روزرسانی‌های بیش‌تر و ادامه مراحل برای همین نسخه و نه در قالب یک بازی جدا با خاک ۲ را خواهیم داشت.



Scan me

8

10

Developer:
Gunay Studio

Platforms:
Android





رضا قرالو

سردبیر دنیای بازی



بدون پیدا کردن دماغت با مملی همراه شو!

توتوریال بختک بودن!

می‌خواهید بدانید مثل بختک روی کسی افتادن یعنی چه؟



ماجراجویی خودتو توی شهر بختک‌ها شروع کن

درست خوانده‌اید؛ بازی بعد از مرحله‌ی آموزشی یا همان توتوریال خودمان، تمام می‌شود و شما می‌مانید و ابتدا شگفتی و بعد فحش و لیچار به سازنده‌ها و تهیه‌کننده‌های بازی که پول‌تان را بابت یک مرحله‌ی آموزشی بیست دقیقه‌ای به اسم قلمبه سلمبه‌ی فصل اول بازی شهر بختک‌ها ازتان گرفته‌اند! در این شرایط، اگر کاربر معمولی باشید، تکلیف‌تان مشخص است؛ طرف پراید را با آن قیمت و کیفیت بیرون می‌دهد و ...! انتظار دارید سازنده‌های این بازی بابت پولی که ازتان گرفته‌اند (که البته زیاد نیست ولی چه ربطی دارد!) بیایند و از شما معذرت بخواهند یا شما به سبک آن‌ور آبی‌ها بروید و شکایت کنید و میلیونر شوید؟! زهی خیال بسیار زیاد باطل! اما این وسط، تکلیف منتقدی که برای نقد، بازی را خریده چه می‌شود؟ یا باید بگوید گور باباش و نقد را ننویسد یا برای ادب کردن سازنده‌ها و خصوصا تهیه‌کننده‌های غیرحرفه‌ای بازی، آستین‌هایش را بالا بزند و برای آگاهی بقیه که «نخرید آقا، نخرید خانوم و فلان» دست به کار شود! کاری که بنده دارم با کمال میل انجام می‌دهم!

بازی با صحبت‌هایی جدی و جوی خوفناک در مورد بختک‌ها شروع می‌شود و بعد با تغییر فاز محشری با یک بازی فانتزی که بار طنز بالایی دارد روبه‌رو می‌شویم. شخصیت اصلی قصه، یک بختک است که در شهر نامرئی بختک‌ها زندگی می‌کند. شهر بختک‌ها از دید آدم‌ها مخفی است و بختک‌های داخل آن در نهایت صلح و صفا کنار هم زندگی می‌کنند. البته زندگی بختک‌ها ارتباط مستقیمی با انسان‌ها دارد و به‌وجود آن‌ها وابسته است. خیلی تصادفی و بدون این‌که نویسنده‌های بازی بدانند، مثل انیمیشن کمپانی هیولاهای بختک‌ها برای تامین انرژی شهرشان، نیاز به انرژی زور زدن آدم‌ها دارند (چقدر ایرانیزه و شرقی‌شده و ملیح!). این انرژی زور زدن هم وقتی آزاد می‌شود که بختکی روی سینه‌ی یک انسان که در خواب است بیفتد و انرژی زور زدن او را با کمک یک تفنگ مکش‌دار، به اصطلاح بازی «بسولد»! قهرمان قصه‌ی شهر بختک‌ها، یک بختک بی‌عرضه است که تا زگی توانسته به‌عنوان یکی از بختک‌های سولیدن انرژی زور زدن آدم‌ها استخدام شود. تا همین‌جا را داشته باشید تا برویم سروق گیم‌پلی بازی.

بازی یک ماجراجویی دید از کنار دوبعدی است. بختک (این‌که اسمش را نمی‌گویم دلیل دارد!) یک کوله‌پشتی دارد که به سبک همه‌ی بازی‌های ماجراجویی می‌شود آیم و فلان و بهمان مورد نیاز برای حل معماها را درونش گذاشت. یک کوله‌پشتی استاندارد که درون آن می‌توان آیم‌ها را ترکیب کرد یا مورد بررسی دقیق‌تر قرار داد. بختک، وارد پلتفرم اعزام به دنیای آدم‌ها می‌شود و در این‌جا است که بازی شروع به آموزش مکانیک‌هایش می‌کند؛ این‌که چگونه با اشیاء و آبجکت‌های محیط با کمک دست‌های دراز بختک (که اصلا شبیه به دست‌های مجید دلبندم، آن سریال قدیمی کذایی نیست!) تعامل بکنیم یا راه برویم یا معما حل کنیم. راه رفتن بختک، اعصاب خردکن است، چون نمی‌شود آزادانه و بدون محدودیت حرکتش داد و وقتی به یک نشان‌گر برسد، می‌ایستد و باید باز کلید را فشار داد تا حرکت کند که نمی‌دانم دلیل طراحی چنین مکانیک روی اعصابی چه بوده! در این مرحله باید چند کار انجام بدهید و بعد آمادگی اعزام از طریق یک سکوی پرتاب شوید. در مجموع، سه چهار معما در این مرحله وجود دارد که به‌خاطر آموزشی بودن مرحله، درجه سختی متعادلی هم دارند. طراحی معماها هم خیلی خوب است و به داستان و فضای بازی چفت و بست مناسبی داده است. وقتی مرحله را تمام می‌کنید، یک انیمیشن



محیط‌های باحال و جذاب ...

داستانی می‌بینید و بعد به سبک سریال‌های تلویزیونی، قسمت بعدی بازی معرفی می‌شود و تیراژ بالا می‌آید!

نقد بازی شهر بختک‌ها - فصل اول

اصلا بازی‌تان را قسمت قسمت بدهید بیرون! ما چه مشکلی داریم؟ ما بازی‌های سریالی تل‌تیل خدایامرز را بازی کرده‌ایم و دیده‌ایم که داستان درون هر قسمت، پیکربندی کاملی دارد. ولی به خدا اینی که الان به‌عنوان فصل اول (چرا حالا قسمت اول نه؟! بیرون داده‌اید، رسماً هیچ است! من زیاد، بختک رویم می‌افتد ولی به‌خدا حس وحشت و بدش به اندازه‌ی کاری که شما با بازی خودتان و مخاطب و اصول حرفه‌ای کرده‌اید، قابل مقایسه نیست! ظاهراً هم با این‌که فصل‌های بعدی بازی منتشر شده (سه فصل فکر کنم) بازی به سرانجامی نرسیده و به قول معروف رفته لای باقالیا!



نبردهای بزرگی در این داستان خواهد داشت. مثلاً نبرد با استاد سامورای!

اوضاع آنقدر بد است که فرصت نشد اسم شخصیت اصلی که ظاهراً «بختکو» نامی با‌مزه است و شخصیت دیگر و مهم داستان، یعنی مملی کفتر باز را بشناسم و از توی سایت‌ها و این‌ور و آن‌ور اسم‌هایشان را درآوردم. این وسط حالا از من نقد می‌خواهید؟ چی را نقد بکنم؟ یک توتوریال بیست دقیقه‌ای را که نماد بارز کلاه‌برداری و زرننگ بازی ایرانی است یا چه؟ مگر بیاورد به ملت می‌فروشید که مثل آن‌ها زرننگ بازی درمی‌آورید؟ پس اصول حرفه‌ای و اخلاق‌مداری جایش کجاست؟ در شبکه‌های مجازی وقتی داریم فخر می‌فروشیم و خودمان را خفن و حرفه‌ای نشان می‌دهیم؟ نه آقا، شما بازی کامل و درست و حرفه‌ای بساز، بقیه‌اش پیشکش! نمره‌ات (که نمره‌ی بازی نیست و نمره‌ی مدیریت و تصمیمات خودت است) هم آن پایین است؛ برش دارد و هر کاری دلت خواست با آن بکن!

نمی‌دانم توزیع کننده یا تهیه کننده یا مدیریت یا سازنده‌ی بازی چه چیزی پیش خودشان فکر کرده‌اند که یک مرحله‌ی بیست دقیقه‌ای را به‌عنوان فصل اول بازی‌شان بیرون داده‌اند. بنده، نویسنده و طراح بازی را می‌شناسم و می‌دانم چه دقتی روی نوشتن کار و وسواس در رعایت اصول نوشتن دارد. این که یک بازی که مشخص است ایده‌ی اولیه‌ی «باحالی» داشته و روی شخصیت‌ها و موقعیت‌هایی که قرار بوده برای‌شان درست شود حسابی فکر شده، چطور این‌طور لت و پار می‌شود و نویسنده و سازنده‌ی وسواس‌دار، رضایت به انجام این کار می‌دهد، خیلی س‌ای فای و علمی تخیلی است! عنان از کف داده‌ام و دارم هر چیزی را که به ذهنم می‌آید تایپ می‌کنم ولی چه باک که هرچه کنم به شاهکار آقایان نمی‌رسد! آخر چه کسی حاضر است سر بازی‌ای که آن‌قدر ریزه کاری در طراحی انیمیشن‌ها و طراحی هنری و صداگذاری و خصوصاً صداپیشگی‌های محشر (که همگی حرفه‌ای تئاتری هستند)، دارد و آن همه دیالوگ خفن که توی آن حجم کم از بازی جای داده شده (و نشان از یک بازی پر و پیمان از این نظر می‌دهد) چنین بلابی بیاورد؟ انگار که شما یک نقاشی خوشگل کشیده‌اید که اگر آن را به شکل کامل و قاب شده نشان بقیه بدهید حتی در حراجی کریستی هم برایش سر و دست بشکنند و بعد یک دفعه بگویند: «نه نمی‌خوام همشو کامل ببینید! تیکه تیکه می‌دمش بیرون و برای هر تیکه هم باید پول بدین!» و نقاشی را با کاتر از یک جایی جر بدهید و به‌خیال خودتان زرننگی هم کرده باشید.

Factsheet

3

10

Developer:
Pishgaman Yarakish

Publisher:
Ario

Release date:
6 November, 2017

Platforms:
PC



Scan me



ماجراجویی خودتو توی شهر بختک‌ها شروع کن





سیاوش شهبازی

منتقد حوزه گیم - ضمیمه کلیک جام جم



مراحل نیز در عملکرد رستم اثرگذارند. برای مثال، تشنگی در مرحله بیابان، عملکرد وی را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. این در حالیست که در مرحله عفریته، تا قبل از نمایان شدن چهره حقیقی وی، تمرکز بر سکوبازی و ایجاد جوی فریبنده بوده است که پس از رو شدن دست جادوگر، همه چیز به هم می‌ریزد و شاهد حضور دیوان و اهریمنان هستیم.

تعدد دشمنان هم برای عنوانی در این سطح، واقعا قابل توجه است. به غیر از غول‌های اصلی و غول‌های فرعی، دشمنانی متنوع با سطح مهارت متفاوت خلق شده‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به گونه‌ای دشمن پرنده و نوعی گرگ اشاره کرد که دیوان می‌توانند سوار بر آن‌ها به شما حمله کنند.

رستم برای مبارزه با دشمنان، دو سلاح شمشیر و گرز معروفش را در اختیار دارد. به جز این‌ها، کمانی هم برای زدن اهداف دور، خواهید داشت. در نسخه آزمایشی‌ای که در دفتر رسانا شکوه کویر دیدم، رستم از یک کمبو برای مقابله با دشمنان بهره می‌برد که به گفته سازندگان، در نسخه نهایی، تنوع به شش کمبو یا حتی بیش‌تر خواهد رسید. سیستم خشم هم که پای ثابت این جور بازی‌هاست در رستم وجود دارد و با فعال کردن آن، می‌توانید دشمنان را با سرعتی سرسام‌آور از بین ببرید.

جدای از این‌ها، انواع مهارت‌ها و قابلیت‌ها برای رستم در نظر گرفته شده که به مرور به آن‌ها دست خواهید یافت. برای مثال، تیرهای رستم، قابلیت آتشین و یخی شدن را می‌یابند. هم‌چنین در دموی نمایش داده شده، شاهد افسونی بودیم که دیواره‌ای از آتش در اطراف رستم پدید می‌آورد و به هر دشمنی که به وی نزدیک می‌شد، آسیب می‌زد.

سازندگان، هم‌چنین یک درخت توانایی برای رستم در نظر گرفته‌اند که توانایی‌های متعدد وی را در برمی‌گیرند و با مراجعه به آن می‌توانید زمینه ارتقای آن را به شکلی که مایل هستید، فراهم کنید.

به‌طور کل، همان‌طور که از این توصیفات بر می‌آید، با بازی‌ای طرف هستیم که علی‌رغم جمع و جور بودنش، تنوع خوبی دارد و برای برترین عناوین اکشن ماجراجویی سه‌بعدی ایرانی قد علم خواهد کرد. متأسفانه مشغله اینجانب اجازه نداد در ساعات ابتدایی روز در دفتر سازنده حاضر شوم و خودم بازی را تجربه کنم. اما از دمویی که مشاهده کردم و با توجه به صحبت‌های آقای رحمانی، کارگردان بازی مبنی بر این که «رستم» نهایتاً پنجاه درصد فرآیند تکمیل خود را طی کرده و با فرض بر این که روند پیشرفت به همین میزان طی شود، می‌توانم با اطمینان نسبتاً بالایی بگویم که این عنوان می‌تواند تعاریف تازه‌ای را برای یک بازی ایرانی خلق کرده و روحی تازه در تن صنعت گیم کشور بدمد. اگر عمرمان کفاف بدهد و فرصتی مجدد پیش بیاید، حتماً در مراحل پایانی تکمیل این اثر و پیش از انتشار، به رستم رجوع کرده و گزارشی دیگر از آن خواهیم داشت.

حماسه پیل افکن زابلی

رستم: نبرد اساطیر

برای این شماره، به نزد یکی از عاشق‌ترین تیم‌های بازی‌ساز ایرانی رستم تا تازه‌ترین اثر آن‌ها، موسوم به «رستم: نبرد اساطیر» را بررسی کنم. این سفر، که به لطف مشغله کاری بسیار و «هر چه بدوییم نمی‌رسیم» این روزها پیش از حد معمول به عقب افتاد، واقعا خستگی را از تن من در آورد. من در استودیوی رسانا شکوه کویر، پتانسیلی دیدم آغشته به رنگ تجربه موفق که شاید اگر تحریم‌ها و مصایب پیش روی این حوزه بگذارد، می‌تواند در آینده، اتفاقات مثبت قابل توجهی را برای فرهنگ ایران رقم بزند. با ما همراه باشید.

هفت مرحله مردسازی

همان‌طور که شاید حدس زده‌اید، این بازی بر اساس داستان هفت خوان رستم است؛ بالطبع، دارای هفت مرحله؛ که هر مرحله یکی از خوان‌ها را پوشش می‌دهد. سازندگان سعی کرده‌اند هر مرحله را مطابق با مضمونش ساخته و پردازند. برای مثال، مرحله‌ای که به رویارویی با شیر درنده ختم می‌شود، پر از درگیریست، مرحله سراب و رنج رستم از تشنگی، جست‌وجو و دویدن و سردرگمی، و مرحله عفریته فریبنده، سرشار از رنگ‌های زیبا و چشم‌نواز و صحنه‌های تماشایی است. هر خوان، به‌طور متوسط چهل دقیقه وقت می‌برد که با احتساب میان‌پرده‌ها، این زمان می‌تواند به یک ساعت هم برسد. از این رو، اتمام این اثر، حدوداً شش تا هشت ساعت وقت خواهد برد.

داستان، از طریق میان‌پرده‌های ثابت دویبعدی، متون داخل بازی، مکالمه با NPCها و صحبت‌های رستم با خودش روایت می‌شود. روایت فارسی داستان، متنی زیبا و موقر دارد که به لطف بهره‌گیری از صدای گویندگان خوب کشور، واقعا شنیدنی شده است. متأسفانه به‌علت ضیق وقت در جلسه آشنایی با این اثر فرصت نشد مرادوات درون گیم را بینم تا عیار دیالوگ‌های داخل بازی دستم بیاید. اما با توجه به عناوین موفق گذشته سازنده، نسبت به آن خیالی آسوده دارم.

طبق روال مرسوم بازی‌های اقتباسی، یک سری چالش‌ها، ماموریت‌های فرعی، غول‌های جانبی (mini boss) و دشمنان اضافه بر آنچه در روایت هفت خوان آمده برای این اثر طراحی شده تا بتواند آن را به‌خوبی در قالب بازی نشاناند. برای مثال، در مرحله مربوط به رویارویی با ارژنگ دیو، رستم با غولی سنگی روبه‌رو می‌شود که مکانیک‌های خاص خود را برای مبارزه می‌طلبد.

رستم برای طی مسافت، می‌تواند هم پیاده و به دو، و هم سوار بر رخس به حرکت بپردازد. معماً، سکوبازی، جست‌وجوی محیط، شکار و ... همه به نوبه خود به این تنوع می‌افزایند. در عین حال، شرایط محیطی و درون‌مایه



درباره هفت خوان:

شیرمرد پیل افکن افسانه‌ای شاهنامه فردوسی، از گذشته بر سر زبان‌ها بوده و خیلی از ماها، اگر داستانش را نخوانده باشیم، احتمالاً این‌ور و آن‌ور نامش را شنیده‌ایم و دورادور خدمتشان سلام داریم - چیزی شبیه به ارادتی که نسبت به سعدی، حافظ، صادق هدایت و غیره داریم؛ یا شبیه به عشق و علاقه‌مان به مربیان فوتبال کشور!

بگذریم... رسانا شکوه کویر، آستین بالا زده و سعی دارد یک اثر درست و حسابی بر اساس این داستان معروف بسازد. اگر با ماجرای رستم و هفت خوان آشنا نیستید، این قسمت را بخوانید تا یک ایده کلی از آن به‌دست بیاورید.

ماجرا از این قرار است که کیکاووس شاه، حاکم ایران، قصد مازندران را می‌کند. مازندران تحت حاکمیت کیست؟ دیو سفید! دیو سفید کیست؟ یکی از چغرتین بدبطن‌های تومنندی که می‌توانید تصور کنید. کیکاووس، لشکرش را می‌کشد، اما از آنجایی که یک دنیا غرور و ناچیز-اعتقادی به کفایت دارد، به جای هم‌رکاب کردن پهلوانی چون او، با همان اطرافیان نابلدش، عازم کشورگشایی می‌شود.

دیو سفید هم نامردی نکرده، تار و مارشان می‌کند و کیکاووس را به بند اسارت می‌کشد. حالا که کار به گرز خورده و شاه از فتح بازار بین‌المللی مانده، تازه قاصدی برای رستم فرستاده و از او دعوت به کمک می‌کند. رستم هم در عالم لوتی‌گری و مشت‌گری، رخس آذرخش‌یالش را زین کرده و گرز و شمشیر بر دوش، عازم مازندران می‌شود.

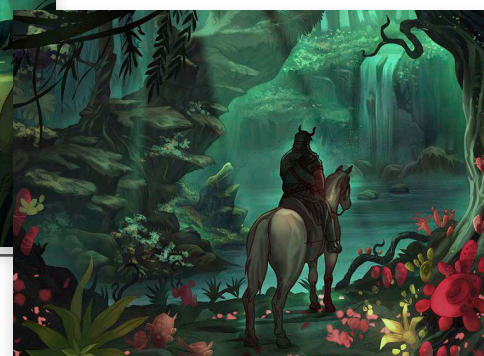
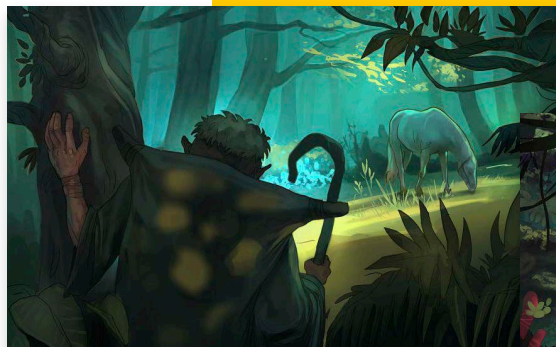
در این میان، چالش‌های بسیاری مانند رد شدن توسط ناشران بین‌المللی، تحریم، انتقادهای تند... اهم؛ ببخشید! چالش‌های بسیاری مانند تشنگی، گشنگی، امیال نفسانی، دیوان بدسرشت و غیره سر راهش سبز می‌شوند که همه را با موفقیت از سر راه برمی‌دارد و در این راه، مخصوصاً در ابتدای امر، حمایت و همکاری اسب نازنینش را دارد که جمیع این‌ها به نجات کیکاووس از سقوط منجر می‌شود.

هفت خوان، داستان غلبه بر وسوسه‌ها و طی طریق اصولی است. داستان مقاومت در برابر ناملایمات و پیش‌روی تا نیل به هدف است. هفت خوان، داستان کار هنری در ایران است. هفت خوان، داستان هر آنچه است که باید راحت طی شود یا اصلاً آغاز نشود، اما آغاز می‌شود و با رنج و سختی طی می‌شود و این‌که آخرش خوش باشد یا نه، تا حد زیادی بستگی به مهارت دارد؛ البته اگر کوسه‌ها فیبرهای نوری را نخورند....

عبرت یک عمر

یادم است سال‌ها پیش که شور جوانی در سر داشتم و به قول خودمانی «توی جو» بودم و نه پول و نه پله داشتم، نه امکانات بی‌نظیر امروز که هر بی‌هنری را به خواننده سلبریتی تبدیل می‌کند، «عشقش را داشتیم» که با دوستانمان یک گروه موسیقی تشکیل بدهیم - غافل از این‌جا ایران است و احتمال موفقیت، یا اصلاً بقای کار تیمی، همان‌قدر بعید است که خروج بشر از منظومه شمسی و سکونت در آندرومدا در همین سال جاری!

یک نصیحت: دوستی بیش‌تر از این‌ها ارزش دارد که با پیشنهادهاى احمقانه‌ای چون کار تیمی، ادامه‌اش را به خطر بیندازید! (واضح است که مزاح می‌کنم! :D)



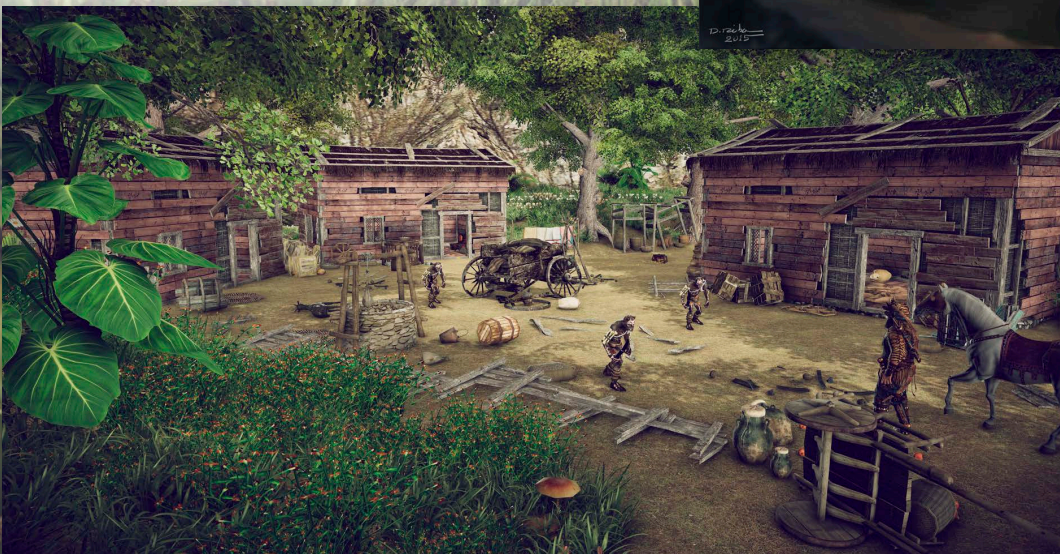
ممکن است نه بشنوید و وارد «دایره دوست سابق» یا «Ex-friend Zone» شوید و سال‌ها بعد، تنها ارتباطتان همین باشد که شما عکس ریش و موهای فرفری آن یکی را لایک کنید و آن یکی، برای لایو فوق‌العاده خلاقانه شما از پشت فرمان با آهنگ‌های جزئیه خوانندگانی که برخلافتان راه «انفرادی» را رفتند و به سلامت از کارخانه تولید سلبریتی‌های قوطی کبریتی بیرون آمدند، ایموجی قلب و «دو انگشت» بفرستد!

غرض از این مقدمه‌چینی بی‌مزه این بود که برایتان بگویم آن موقع، که هنوز اشراف بر هیچ‌سازی و عملاً آشنایی خاصی با هیچ چیز موسیقی نداشتیم، پسرعموی یکی از بچه‌های «بند» آینده‌مان که از قضا موزیسین بود و برنده جایزه بین‌المللی - که اگر سر حرف آن روزش بوده باشد، الان موسیقی را بوسیده، کنار گذاشته و در پمپ بنزینش با شرکایش به همنوازی شیرین باک و بنزین و اسکناس گوش می‌دهد - را اسیر کرد و آورد پیشمان. قطعا تا این‌جا متوجه شده‌اید که آن پسرعمو هم مرد عمل بود و هم مرد عقل.

جلسه‌ای در خانه یکی از بچه‌ها ترتیب داده شد و ایشان توشه‌ای از سال‌ها فعالیت موفقیت‌آمیزش را در سفره ما قرار داد. وقتی به او گفتیم هدف این را داریم که در آینده به بازارهای جهانی هم نفوذ کنیم و برای مخاطب بین‌المللی آهنگ بخوانیم و یک چیزی مثل لینکین پارک بشویم، از تجربه خودش در یک فستیوال موسیقی خارجی گفت؛ که چطور همه شرکت‌کنندگان با موسیقی‌های غربی به روی سکو می‌رفتند و یکی پس از دیگری به خاطر شباهت به هم و تکراری بودن کنار رفتند، اما او و دوستش، با اجرای یک موسیقی الکترونیک مزین به المان‌های ایرانی توانستند دل مخاطبان و داوران را به‌دست آورده و جایزه اصلی فستیوال را ببرند. می‌گفت برای رسوخ به بازار جهانی، نباید از بزرگان آن بازارها تقلید کنید. گفت «چیزی که خودشان بهترینش را دارند، نسبتا خوبش را از ما می‌خواهند چکار؟»

از آن موقع، حسرتش به دلم مانده که چرا به جای لینکین پارک، System of a Dawn را مثال نزدیم یا DJ Alligator را که جلویمان کم بیاورد. اما خوب، آن زمان امکانات امروز نبود. «علی پیامی»ها هم نبودند که آدم اشاره کند و بگوید «اینها بابا به خدا!» ولی از شوخی گذشته، حق با ایشان بود. کاملاً حق با ایشان بود. در این چند ساله، حافظ ناظری به افتخارات جهانی رسید؛ کیهان کلهر با گروهش جایزه گرمی برد و امسال هم گروه افیون ماه توانست به همان جایزه دست پیدا کند. این در حالیست که Baby Brown هنوز دارد دی. جی می‌کند و با این‌که چند تا کار خوب بیرون داده، حالا باید بدوند تا به اسنوپ داگ برسد - احتمالاً چون مجبور است راه خود را از میان مهی سرشار از دود گیاهی پیدا کند.

از اطلاعات عمومی و بدرندخور من از موسیقی که بگذریم، خواستم بگویم که عماد رحمانی، مدیر استودیو و بازی‌ساز رسانا شکوه کویر، عقیده‌ای مشابه همان پسرعموی دانای رفیق هنرمند ما دارد. او نظر مساعدی نسبت به حجم تقلیدها از عناوین غربی ندارد و معتقد است برای این‌که در بازار جهانی سری توی سرها در بیاوریم، باید حرفی تازه برای گفتن داشته باشیم که این حرف تازه، می‌تواند دقیقاً تزییق فرهنگ ایرانی باشد.



پیش‌نمایش بازی رستم: نبرد اساطیر

حکم فیله کمر را دارند. این دو که ضعیف و عاجز باشند، با یدک کش هم نمی‌توان یک اثر را از منجلاب، بیرون کشید. شاید بتوان با فیله کمر ضعیف هم وزنه زد، اما بدون مهره‌های کمر، آدم می‌افتد یک گوشه و باید از لوله بخورد و بیاشامد و به لوله‌ای دیگر... منتشر کند! شاید عناوینی مانند PUBG یا DayZ را مثال بزنید که در مورد این عناوین باید گفت داستان فقط لغت و جمله نیست. این عناوین، هم ستون فقرات و هم فیله کمری قوی دارند. فقط وسایل و لغات انتزاعی روایت را در قالب رفتار - اکشن‌ها - به‌دست بازیکن می‌دهند تا روایت کند. داستان هم هست؛ چه داستانی هیجانی‌تر از این که همه چیز رو به اتمام و تهاجست و بکش تا کشته نشی، یا در مورد عناوین آنلاین زامبی‌محور، «همیشه پشتت را بپا، چون خطر و خیانت در کمین است» و چه مکانیزمی بهتر از سواری روی گرایش بالفطره انسان به گردآوری و غنیمت‌یابی یا به قول ما گیمرها، «looting»

مخلص کلام این‌که چه رستم در جامعه جهانی سری نوی سرها در بیاورد، چه نادیده گرفته شود و راه را برای عناوین ایرانی بهتر باز کند، باید بر ارزش آن صحنه گذاشت. اتفاق زیباییست که به امید خدا به حوادث زیباتری منجر خواهد شد.



پلتفرم: PC

سازنده و ناشر: رسانا شکوه کویر

سبک: ماجراجویی / هک اند اسلش (بزن بهادری)

تاریخ انتشار: نامعلوم

وی تاکید دارد که منظورش فرهنگ ایرانی سفارشی نیست و از فرهنگ حقیقی و جاری در کشور - از جمله فرهنگ اسلامی، ایرانی، پارسی و هر چیز و اسم دیگری که بیسندید: هر آنچه که جزئی از روزمره ما ایرانی‌هاست و بخشی از فرهنگ ما - صحبت می‌کند. وی می‌گوید «اگر بنا به ساختن God of War و Gears of War باشد، که خودشان بهترینش را دارند. ما باید چیزی بسازیم که از دل فرهنگ ما بیرون می‌آید و بتواند به لطف همین هویتی که صنعت گیم از آن بهره‌برداری خاصی نکرده، خود را به جهانیان بشناساند.»

به عبارت بهتر، حرف عماد این نیست که از بازی و سرگرمی، برای فرو کردن فرهنگ به حلق مخاطب استفاده کرده و آن را مغولانه صادر کنیم. قاعده را درست فهمیده و معتقد است باید از فرهنگ، برای سرگرم کردن استفاده کرد - باید به مسئولان عزیز - و از مسئولان مهم‌تر، منتقدان دوآتشه که شاید این مطلب را بخوانند، تاکید کنم که حقیقت جز این نیست و اگر خاطرات دهه شصت انقدر در دل مردم ماندگار شده که امروزه هزاران نفر آدم بی‌هنر و زردمغز از راه استعمال غلط و سر و ته و تهوع‌آور لغت «نوستالژی» نان در می‌آورند، دلیلش این است که فرهنگ و فضای آن زمان جامعه، کشنگی‌هایش را داشت و آدم، اعتقاد و عبادت و احترام و غیره را در کانون گرم خانواده و همراه با محبت و عشق و سرگرمی یاد می‌گرفت.

قطعا بچه‌ای که نماز و عبادت را در دامن طبیعت، کنار منقل کباب و در حال تناول هندوانه نگری یاد می‌گیرد، بیش‌تر به آن مقید و مومن خواهد بود تا دانش‌آموزی که می‌بیند به او می‌گویند «غلط می‌کنی سرگرمی‌ای جز آنچه ما می‌گوییم داشته باشی؛ حالا بپا در کلاس پرورشی، با نهایت خستگی و بی‌حوصلگی و با شکم پر از ساندویچ کالباس و پفکی که نباید در هیچ مدرسه آدم‌یزادی‌ای فروخته شود، پای صحبت‌های معلمی بنشین که خدا خود او را زده و اگر نرده بود، الان حاضر نبود وقتش را این‌جا با شما آتش‌پاره‌ها تلف کند و شندرغاز حقوق روزمزدی بگیرد که شاید هم نگیرد و به این دلش خوش باشد که اقلأ یک پرایدی زیر پایش هست و از راه تاکسی‌رانی یک آب باریکه‌ای درمی‌آورد که جوی ایمانش نخشکد، و از او بشنو خدا چقدر مهربان است و بعد هم ایمان بیار تا انضباطت را صفر نداده‌ایم؛ ظهر هم که رفتی خانواده به بابا و مامانت بگو امشب را شام نخورده، رژیم بگیرند و پولش را بریزند به حساب مدرسه!»

عماد رحمانی تاکید بسیاری بر داستان دارد و آن را عنصری حقیقتاً مهم و ستون اصلی یک بازی ویدیویی می‌داند: تفکری که از ابتدا در بازی‌های تیمش خودنمایی کرده است و خلق تعدادی از بهترین عناوین صنعت بازی‌سازی ایران را رقم زده است. امیدوارم این تفکر، مسری باشد و کم‌کم، شاهد بازی‌های بیش‌تری مانند رستم: نبرد اساطیر و قصه بیستون باشیم که با هویت، به میدان می‌آیند. از نظر من، داستان، حکم ستون فقرات و روایت،

بازی‌سازهای موفق



تارخ ترهنده

دبیر تحریریه دنیای بازی

بازی‌سازهای موفق چه کسانی هستند؟ بخش دوم

در هر صنعت، هنر و عرصه‌ای همیشه افرادی ناگهان خود را نشان می‌دهند و ناگهان نیز الگوی دیگر فعالان آن عرصه می‌شوند. این افراد، در اکثر مواقع تبدیل به صاحب‌نظران و صاحب‌سبک‌هایی می‌شوند که بسیاری از مخاطبان از آن‌ها بت‌هایی می‌سازند برای پرستش و نمود نظرات و علایق خودشان. این ناگهانی، از دید ما و مخاطب است که اتفاق می‌افتد؛ ولی در واقع، هیچ‌کدام از این اتفاقات ناگهانی نیست، زیرا ما از قبل چنین فرد با چنین نامی را نمی‌شناختیم و انتظار نداشتیم اولین کار و اثر این فرد، تبدیل به اثری نوین و نوآورانه شود. این افراد، پیش از ارائه کار و اثر خود به بازار و مخاطب، شاید سال‌ها برای نوآوری و خلق آن در قالب کاری خود وقت گذاشته باشند و بسیاری از شب‌ها را بدون چشم بر هم گذاشتن به روز رسانده باشند. در قسمت اول این مجموعه مقالات، چهار بازی‌ساز موفق و صاحب‌سبک را معرفی کردیم و از چگونگی خلق اثر ناگهانی‌شان گفتیم. بازی‌سازان معرفی شده در قسمت اول، بیش‌تر در نقش خالق، طراح و مدیر نوآوری (Creative Director) کار کرده بودند اما در این قسمت، بازی‌سازهایی را معرفی می‌کنیم که محوریت وظیفه‌شان در ساخت بازی، صرفاً بر این نقش نبوده است.

ران گیلبرت (Ron Gilbert)

اثر ناگهانی: Monkey Island

تحصیلات: کارشناسی علوم کامپیوتر

سال آغاز به کار: ۱۹۷۹ میلادی



با این‌که از ۱۳ سالگی شیفته‌ی بازی‌های ویدیویی شد، اما خیلی زود مطالعه روی آن‌ها را نیز در ۱۵ سالگی آغاز کرد و با کمک پدرش و به‌صورت خودآموز، برنامه‌نویسی را یاد گرفت! شاید ران گیلبرت، خیلی نام‌آشنایی نباشد، اما ۱۰۰٪ فردی بسیار تاثیرگذار در این صنعت بوده و یکی از نمونه‌های خاص خالقان این صنعت که هم استاد کدنویسی و هم استاد داستان‌نویسی و روایتش است. او کار خود را رسماً از سال ۱۹۸۳ آغاز کرد، سالی که برنامه توسعه‌دهنده Graphics BASIC را نوشت. خیلی مختصر و ساده بخواهیم درباره این برنامه بگوییم، این برنامه کار طراحی گرافیکی در آن زمان را به‌وسیله‌ی زبان برنامه‌نویسی BASIC ساده‌سازی می‌کرد و کدهای نوشته شده را با دیگر زبان‌ها به‌راحتی منطبق می‌کرد. این تنها دستاورد فنی ران نبود و پرداختن به دیگر خلاقیت‌های او در این زمینه از حوصله این مطلب و حداقل این قسمت از آن خارج است. گذشته از دستاوردهای فنی، او خالق یکی از نمادین‌ترین نام‌های صنعت بازی یعنی «جزیره میمون» (Monkey Island) است. می‌توان جزیره

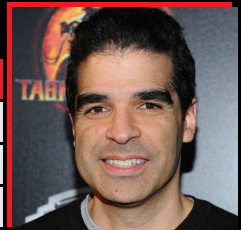
میمون را پدر زائر ماجراجویی دانست، زیرا جزو اولین بازی‌هایی بود که از بازیکن‌اش نمی‌خواست یک سلاح دستش بگیرد و مشغول از پا در آوردن دشمنان شود، بلکه از او می‌خواست به تک‌تک جزئیات در محیط، دیالوگ‌ها و شوخی‌ها و آیتم‌ها دقت کند تا بتواند معماهای سخت بازی را حل کند. یک بازی فکری چالشی با حال و هوایی فکاهی و شوخی‌های متعدد؛ جزیره میمون هنوز هم رقیب قدری ندارد.

اد بون (Ed Boon)

اثر ناگهانی: Mortal Kombat

تحصیلات: کارشناسی ارشد علوم کامپیوتر

سال آغاز به کار: ۱۹۸۹ میلادی



دیگر کم‌تر کسی را پیدا می‌کنید که با صنعت بازی آشنا باشد اما با نام «اد بون» نه. اد بون در ابتدا در نقش مدیر نوآوری یا کارگردان (Creative Director) اولین مورتال کامبت فعالیت نداشته و بلکه در ابتدا تا سومین نسخه این سری بازی (MKIII 1995)، در نقش برنامه‌نویس ارشد استودیوی Midway فعالیت می‌کرده و در ساخت این بازی دخیل بوده است. کارگردان و طراح پروژه از ابتدا John Tobias بود و وظیفه خلق دنیای Mortal Kombat و ماجراهایش برعهده‌ی او بود، اما گیم‌پلی بازی را تماماً اد بون و تیمش برعهده داشتند که به‌عنوان Co-creator سری شناخته می‌شود. اما گذشته از خشونت این بازی که همیشه زبان‌زد بوده، چرا MK این قدر سریع محبوب شد؟ گذشته از رقابت با Street Fighter حین عرضه اولین قسمت، MK دارای دنیایی پیچیده، مفاهیم و اساطیر خاص خود و به‌طور کلی فولکلور (Folklore) اختصاصی خودش بود که هویتی ویژه به آن اعطا می‌کرد. در بخش فنی و گیم‌پلی نیز امضای این بازی از همان اولین نسخه‌اش، دکمه مخصوص دفاع و ضربات تمام‌کننده فیتالیتی (Fatality) بود؛ چیزهایی که دیگر بازی‌های هم‌سبک، سراغشان نرفته بودند و MK به بهترین نحو آن‌ها را در دل خود جای داده بود.



MONKEY ISLAND

MORTAL KOMBAT



بازی‌سازهای موفق

الکس وارد (Alex Ward)

اثر ناگهانی: Burnout

تحصیلات: کارشناسی روان‌شناسی

سال آغاز به کار: ۱۹۹۵ میلادی



کوری بارلوگ (Cory Barlog)

اثر ناگهانی: God of War

تحصیلات: دوره دبیرستان

سال آغاز به کار: ۲۰۰۰ میلادی



یکی از موسسان استودیوی Criterion Games که بعدها با توجه به تغییر سیاست‌های EA از آن جدا شد. زندگی پرفراز و نشیب‌اش از عشقش به بازی‌های ویدیویی کم نکرد. جالب است بدانید تا قبل از سال ۱۹۹۵ میلادی، او سابقه کارهای تبلیغاتی چون نوشتن بروشورهای تبلیغاتی برای محصولات چون تلفن و ماشین‌های فکس را دارد تا این که در سال ۱۹۹۵ به استخدام شرکت Acclaim Entertainment درآمد و در نقش استعدادیاب با سازندگان بازی و استودیوهای بازی‌سازی ملاقات می‌کرد. با این که تمام بازی‌های Criterion Games تا سال ۲۰۱۳ (سالی که استودیو را ترک کرد) همگی شروع روند ساخت‌شان از ایده‌های او بوده و طراح و خالق بازی Black منتشر شده در سال ۲۰۰۶ میلادی نیز خودش است، اما اثر ناگهانی او را Burnout به حساب می‌آوریم؛ زیرا این بازی مسابقه‌ای (Racing) تنها بازی در این سبک بود که در زمان خود، سیستم آسیب‌پذیری واقع‌گرایانه (گاهی بیش از حد واقع‌گرایانه!) را برای ماشین‌ها پیاده کرد. در کل قسمت‌های سری، این بازیکن‌های ریسک‌پذیر بودند که بیش‌ترین پاداش را می‌گرفتند، زیرا خود بازی، آن‌ها را به رانندگی خطرناک تشویق می‌کرد و سپس آن‌ها بودند و صحنه‌های آهسته (Slow-motion)!

ادامه دارد...

با این که او در طراحی و کارگردانی دومین God of War هم دست داشته، اما ما اثر ناگهانی او را God of War 2018 به حساب می‌آوریم، زیرا او تماماً خودش روی ریویوت این بازی و نسخه ۲۰۱۸ کار کرد، اعتماد تیمش و شرکت تهیه‌کننده‌اش یعنی سونی را جلب کرد و کریتوس خشن، بی‌کله و تشنه انتقام را در دوره‌ای از زندگی‌اش به‌نمایش گذاشت که تبدیل به پدری صبور، عاقل و حامی تنها فرزندش شده بود و به‌مناسبت چنین تغییرات شخصیتی (بخش هنری بازی)، گیم‌پلی و بخش فنی آن نیز دستخوش تغییراتی شد که تماماً روحی و هویتی نو اما نه خیلی غریب از هویت اصلی «خدای جنگ» را در قالب بازی دمید. او خالق God of War نیست و در اولین قسمت آن در نقش ایماطور ارشد در تیم استودیوی سانتا مونیکا مشغول به کار بود؛ اما خالق خدای جنگ جدید کسی نیست جز خودش که موفقیت‌های عنوانی که خلق کرده نیز دیگر بر کسی پوشیده نیست. نام او در میان دیگر اسامی این قسمت، قسمت اول و قسمت‌های بعدی بازی‌سازهای موفق شاید یکی از جوان‌ترین و کم‌تجربه‌ترین نام‌ها باشد، اما قطعاً لایق حضور در میان این اسامی است و کسی است که می‌توان گفت در نقش یک کارگردان و خالق، تازه شروع به نوشتن کارنامه کاری خود کرده است.



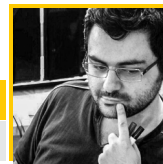
GOD OF WAR

Burnout Paradise



رهام سجادی

منتقد و گیم دیزاینر



قضیه رستم و سوپرمن



چند سال پیش در یک کلاس طراحی بازی، استادمان از ما خواست یک بازی با تم خنثی کردن بمب طراحی کنیم. من هم با اطمینان طرحی را نوشتم و برای او ایمیل کردم. فردایش استادم در جواب به من نوشت که اگر سیم و پلاگ و مواد منفجره را بردارم و به جایش هویج و خرگوش و گرگ بگذارم، باز هم بازی یکسان می‌ماند و تغییری نمی‌کند.

خب منظور من از طرح این خاطره چیست؟ امروزه در صنعت بازی‌سازی ما بسیاری حرف از بومی‌سازی می‌زنند. استفاده از فرهنگ و داستان‌های ایرانی، یکی از اهداف بازی‌سازان کشور بوده که بسیار هم خوب است. مشکل بر سر همین حرف استاد من است. در بسیاری از بازی‌های به اصطلاح بومی کشور، ما اگر علائم ظاهری ایرانی را برداریم و به جایش شخصیت‌های دیگر آن سبک بازی را بگذاریم، آب از آب تکان نمی‌خورد. چون بازی، جوهره فرهنگ ایرانی را در خود ندارد. غرض این نیست که هجمه فرهنگی غرب و شرق و غفلت ما از خودمان را پیش بیاورم که از بس صحبت آن تکرار شده و دستمایه هرکاری شده، بحثی کلیشه‌ای و نخ‌نما شده است.

برای مثال، فرهنگ ژاپن به خاطر حفظ این جوهره، موفق شده انیمه و بازی‌های خود را بگستراند. زمانی، بازی‌های ژاپنی مثل فاینال فانتزی به خاطر مکانیک‌های نوبتی آن مشهور بود ولی الان بدون آن مکانیک‌ها هم بازی هنوز هویت خودش را حفظ می‌کند. داستان‌های فانتزی ژاپنی که در آن پراز گوبلین، ارک و شاهزاده است تمام الگوهای غربی را دارد ولی اگر آن‌ها را جلوی کسی بگذاریم، سریعاً متوجه تفاوتشان می‌شود. دلیلش جوهره داستان است که ریشه در فرهنگ ژاپن دارد. به همین دلیل، بازی دارای شخصیت خاص خودش است.

اگر بازی ما واقعا بر پایه داستان‌های عامیانه یا اسطوره‌های ایرانی است، درباره آن‌ها تحقیق بیش‌تری بکنیم. فضاها، بده و بستان‌ها و رازهای پشت آن را بیاییم یا از کسانی که کارشان یافتن آن‌هاست، یاد بگیریم. به این ترتیب، شاید روزی به جای نوشتن داستان سوپرمن در قالب رستم، خود رستم را آن‌طور که شایسته است به نمایش بگذاریم.

در بسیاری از بازی‌های امروزه ما اگر رستم یا هر قهرمان دیگر را برداریم و به جایشان معادل‌های غربی و شرقی بگذاریم، در اصل بازی تغییری پیش نخواهد آمد. مشکل در نداشتن شناخت درست و عمیق است. اگر این شناخت عمیق را داشته باشیم در طراحی یک بازی با درون‌مایه‌ی ایرانی، عوامل چیزی بیش‌تر از گذاشتن رستم و نوشتن چند دیالوگ اتفاق می‌افتاد. تمام مناسبات و حتی مکانیک‌ها به گونه‌ای در کنار هم قرار می‌گرفتند که تصور آن به‌صورت چیز دیگری غیر ممکن می‌شد. برای حذف الگوهای ایرانی باید بسیاری از بخش‌های بازی تغییر می‌کرد و باز هم رنگ و بوی ایرانی آن حفظ می‌شد.

در حال حاضر برای ساختن بازی با درون‌مایه‌ی ایرانی بلافاصله به سراغ رستم و اسفندیار و سهراب و چند اسم معروف دیگر که می‌شناسیم، می‌رویم. شاهنامه، کتاب مهمی است ولی انگار مثنوی مولوی، هزار و یکشب، عقل سرخ سهروردی و کلیله و دمنه را فراموش کرده‌ایم. حتی همین شاهنامه را هم درست و حسابی نمی‌شناسیم. چون نمی‌خوانیم. نخوانده در واکنش به شرایط اکنون‌مان، پزش را می‌دهیم. چون داشتن همین شناخت درست است که باعث می‌شود بتوانیم جوهره شاهنامه، مثنوی، هزار و یکشب و افسانه‌ها و داستان‌های دیگر ایرانی را به خوبی در بازی‌هایمان آورده و همه را مجذوب خود کنیم.

البته دلیل این مشکل، خامی ما است. درست است که ما بیش از صد سال است تاریخ سینما داریم ولی صنعت سینما نداریم. چون سینما هم وارداتی‌ست. در عین حال، نقاشی متحرک وسعت تولید ندارد و بازی‌سازی ما نوپا است. ما باید بیش‌تر به داستان‌های ایرانی و تحلیل‌هایی که درباره آن‌ها شده، دقت بکنیم. ماهیت اندیشه یا نوع هستی‌شناسی اساطیر ایرانی علی‌رغم شباهت ظاهری با انواع اساطیر چینی، ژاپنی و اسکاتلندی و... تفاوت‌های پایه‌ای با هم دارند. نگرش ثنوی مانی (دوگانگی، دوگانه‌پرستی خیر و شر) با نگاه غربی-یونانی اصلا تفاوت دارد. حتی تعریف تراژدی ایران و یونان هم متفاوت از یک‌دیگر هستند. ما همچنان گرفتار خیر و شریم ولی یک ژاپنی و هندی و غربی، نگاه متفاوتی به خود این مقوله دارد. پس با درک این نگرش می‌توانیم به جوهره ذاتی اساطیرمان برای خلق بازی‌های ایرانی نزدیک شویم، بی‌آن‌که گرفتار ناسیونالیسم قلابی رایج فعلی شویم.





Digital Games Research Conference

Trends, Technologies and Applications

نگاه ویژه کنفرانس، باز هم بر روی بازی‌های جدی

در کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال، بخش ویژه‌ای با نام جایزه بازی جدی وجود دارد که امسال در حرکتی بنیادین به دو بخش تقسیم شد که بخش اول آن همچون سال گذشته پس از داوری در سه مرحله علمی، فنی و تجاری، ۷ فینالیست انتخاب می‌شدند و از بین آن‌ها نیز پس از ارائه دستاورد خود در حضور شرکت کنندگان در کنفرانس و داوران رویداد، بازی منتخب معرفی می‌شد؛ اما در بخش دیگر که پیش‌تر به بعد علمی و پژوهشی تأکید داشت، برگزاری رویداد هکاتون بازی جدی در قالب یک گیم جم ۴۸ ساعته با موضوعات اوتیسم و مصرف منطقی دارو بود که این مهم با همکاری موسسه نماد و با حضور منتوران تراز اول بنیاد به ثمر نشست.

تجربه موفق دوره‌ی گذشته، باز هم موفق شد

یکی از قسمت‌های موفق نخستین دوره کنفرانس در دانشگاه علم و صنعت، وجود میزهای تکنولوژی و البته سمینارهای تخصصی با حضور مدعوین داخلی و خارجی بود که در این دوره نیز باز هم شاهد این اتفاق ویژه بودیم. در قسمت میز تکنولوژی در کنار تکنولوژی‌های داخلی، از کشور انگلستان و پاکستان نیز تکنولوژی‌هایی به چشم می‌آمد که دستاوردها و تکنولوژی‌های این قسمت به صورت خاص به بحث بازی مربوط می‌شد؛ اما در قسمتی دیگر، به جهت این که پژوهشگران داخلی از دستاوردهای پژوهشگران خارجی بهره ببرند، بخشی به عنوان وب سمینارها با ارائه اساتید خارجی از کشورهای انگلیس، ایرلند و ایتالیا مورد استقبال شرکت کنندگان نیز قرار گرفت که مدعوین به صورت آنلاین به بیان تجربیات خودشان در مورد بازی جدی پرداختند و این مهم به گفتمانی برگزارکنندگان کنفرانس، یکی از قسمت‌های ثابت DGRC در سال‌های آتی نیز خواهد بود؛ چرا که هدف اصلی آن، از بین بردن نگرش اشتباه ترویج خشونت در بازی‌ها و البته جا انداختن مفهوم اصلی بازی‌های جدی در افکار عمومی و قشر تحصیل کرده است.



علی glandani

کارشناسی مهندسی کامپیوتر



همه با هم، بازی پژوهی

گزارش کاملی بر کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال DGRC2018

کنفرانس جامع و بین‌المللی تحقیقات بازی‌های دیجیتال در روزهای هشتم و نهم آذر ماه ۱۳۹۷ به ایستگاه دوم از تأثیرگذاری خود در صنعت گیم کشور رسید. کنفرانسی که برای دومین سال، عزم خود را جزم کرد تا با رنگ و بوی بین‌المللی و همراه با آتم‌هایی متنوع و البته جدید، نسبت به دوره‌ی اول خود، اتصال خوبی میان صنعت و پژوهش ایجاد کند. DGRC در حقیقت، یک کنفرانس میان‌رشته‌ای و دانشگاهی است که هر ساله در یکی از دانشگاه‌های کشور برگزار می‌شود و برخلاف کنفرانس‌های معمول در این حوزه، سعی شده است از طریق رویداد بازی‌های جدی و هکاتون که ذیل این کنفرانس تعریف می‌شود، این مهم را پررنگ‌تر کند. دبیرخانه دائمی کنفرانس در بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و در معاونت پژوهش این بنیاد است و میزبان این دوره از کنفرانس، دانشگاه صدا و سیما بود و ما هم در گیم آور، به عنوان همکار رسانه‌ای این رویداد سعی کردیم که با حضور فعال در ۲ روز برگزاری کنفرانس و مخابره لحظه‌به‌لحظه اتفاقات این رویداد علمی-پژوهشی مهم در شبکه‌های مجازی، گزارش کاملی را نیز در این شماره از نشریه داشته باشیم که در ادامه به آن می‌پردازیم.

کنفرانسی همراه با برند IEEE

کنفرانس امسال در ۸ بخش مقالات برگزیده شده، گیم جم هکاتون، جایزه ویژه بازی جدی، وبینارها، سمینارهای تخصصی، معرفی کتاب، میزهای تکنولوژی و میزهای آزمایشگاهی کار خودش را پیش گرفت ولی بیش از هر چیزی در دومین دوره کنفرانس، بین‌المللی شدن آن به چشم می‌آمد؛ عاملی که باعث افزایش سطح کیفی آن نیز شده بود و فقط محدود به یک اسم نبود، چه در زمینه‌ی مقالات و کمیته‌های داوری و چه در دعوت از سخنرانان خارجی که به صورت آنلاین در کنار رویداد بودند و در یک نگاه کلی، رویداد امسال رونق خاصی گرفته بود و نمونه بارز آن ۵۷ مقاله پذیرش شده این دوره بود که بیش از نیمی از آن‌ها را مقالات انگلیسی زبان تشکیل می‌دادند که این مهم، نشان از وجود برندی به نام IEEE است که در این دوره در کنار رویداد قرار گرفت و عاملی برای جذب مقالات با کیفیت بهتر نیز شده بود؛ و نکته قابل توجه در این دوره جوایز ویژه‌تر کنفرانس بود که در قالب ۳ تندیس DGRC و SeGaP و تندیس ویژه دایرک به منتخبین اهدا شد.



نمود نام بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در این کنفرانس

از زمان تأسیس بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، چند صباحیست که این بنیاد در معنای واقعی کلمه‌ی خود در حوزه‌های مختلف خاص گیم ورود می‌کند و حمایت‌های خاص آن معطوف به یک گروه یا شهر خاص نمی‌شود (البته هنوز جای کار دارد ولی برای شروع خوب است...) و خوشحالیم که با جدیت، در حال تلاش برای ملی نشان دادن این ارگان مهم در کشور است و نمونه‌ی بارز آن را نیز در این کنفرانس شاهد بودیم؛ جایی که آزمایشگاه‌های تخصصی گیم دانشگاه‌های کشور از شهرهای گوناگون به دورهم آمدند تا با عنوان میزهای آزمایشگاهی به معرفی دستاوردهای خود در محیط‌های آکادمیک بپردازند، هم‌چنین در قسمت رونمایی از کتاب‌های تخصصی حوزه گیم با توجه به عناوین و موضوعات آن‌ها، همت تمام بر آن بود که مبانی نظری این صنعت را افزایش دهند تا چراغ راه مناسبی برای فعالین و حتی تسهیل‌گر برای ورود افراد علاقه‌مند به این حوزه در سطح کشور باشد.

در ادامه نیز کمی پای صحبت‌های برگزارکنندگان، مخاطبین و منتخبین کنفرانس می‌نشینیم...

حسن کریمی قدوسی

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای



امسال نیز همچون سال گذشته، تمرکز بر روی بازی‌های جدی بود و این مهم در رویداد هکاتون، خیلی بیش‌تر مورد توجه قرار گرفت چرا که همین بازی‌های جدی هستند که خودشان می‌توانند عاملی جهت جدی شدن بازی‌ها در کشور هم بشوند و نگاه کردن از دریچه بازی جدی از سوی سازمان‌های مختلف، اثرگذاری تأثیرات بازی‌ها را به‌خوبی نشان می‌دهد و به نظر بنده، این مهم‌ترین نکته‌ای بود که حس می‌کنم همکارانمان در معاونت پژوهش، دوباره به آن توجه ویژه‌ای کردند و امیدوارم موفق شده باشند.

سید محمدعلی سید حسینی

معاون پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و مدیر دایرک



امسال نسبت به دوره اول کنفرانس در دانشگاه علم و صنعت، سعی کردیم ایده‌هایی را اضافه کنیم و آن دسته از قسمت‌هایی را که مورد استقبال قرار گرفت، تقویت کنیم و افرادی را نیز از صنعت، وارد این حوزه دانشگاهی بکنیم و در سال‌های آتی نیز سعی خواهیم کرد کارهای نوآورانه‌تری را به نحوی به ساختار کلی کنفرانس اضافه کنیم که این موارد روی هم‌رفته کاربردی باشد و دردی از جامعه را دوا کند و در کنار این‌ها، فعالیت رسانه‌های تخصصی بازی نیز مایه خوشحالی است و از طریقی می‌تواند نشان بدهد که صنعت بازی در ایران در حال رشد است و امیدوارم روز به روز این حوزه پررنگ‌تر و گردش مالی آن هم بیش‌تر شود و محققان و پژوهشگرانی که در این حوزه هستند نیز توسعه پیدا کنند.

دومین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین‌المللی

تحقیقات DGRC2018 بازی‌های دیجیتال

گرایش‌ها، فناوری‌ها و کاربردها

با تمرکز ویژه بر بازی‌های جدی

۹،۸ آذرماه ۱۳۹۷ دانشگاه صدا و سیما

مهلت ارسال اصل مقالات: ۲۰ مهرماه ۱۳۹۷

یادگیری ماشین، الگوریتم‌های تکاملی، شبکه عصبی، تصمیم‌گیری، راهبرد و راهبری / تولید محتوای رویه‌ای، شبیه‌سازی، مدل‌سازی معماری‌ها و الگوریتم‌ها امنیت، داده‌کاوی / پردازش موزایی و توزیع‌شده، رایانش ابری، اینترنت‌سازی، ارزیابی کیفی، ترافیک رایانه‌ای / مدل‌سازی و دشارسازی پویا، تجربه و رابطه کاربری، محیط‌های تعامل‌پذیر، مدل‌های برنامه‌نویسی بازی‌های آنلاین، فناوری‌های پوشیدنی، واقعیت مجازی، افزوده و آمیخته / توانبخشی، جسی، حرکتی، شناختی، مراقبت‌های بهداشتی و درمانی، ابزارهای سیاست‌گذاری / تأمین مالی، جمع‌سپاری، مدیریت انتقال فناوری، پول‌سازی و مدل‌های کسب‌وکار، تبلیغات، تحلیقات بازار آینده پژوهی، حقوق و مالکیت فکری، فقه و اخلاق، فلسفه بازی، یادگیری، هوبت، خشونت، جنسیت، اعتماد آنلاین، نغمه‌نویزی و حضور، ایمپاس، سرگرمی، سود بازی، ژانر / شخصیت‌پردازی، داستان‌نویسی و روایت، صداگذاری، موسیقی، طراحی بازی / و سایر زمینه‌های مرتبط در حوزه‌های فن و مهندسی، علوم انسانی، هنر و علوم پزشکی

نشانی دبیرخانه: تهران - خیابان مفتح شمالی - کوچه گلزار - پلاک ۳۲ بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای طبقه ۴ - واحد پژوهش داخلی (E) ۰۹۸۲۱ ۸۸۳۱۰۳۷۰

www.DGRConf.com | info@dgrconf.com



فرزانه شریفی

مدیر پروژه کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال



ما در دومین دوره کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال در تلاش بودیم که رویکرد بین‌المللی شدن کنفرانس را با تمامی استانداردهایی که یک رویداد را بین‌المللی جلوه می‌دهد، در پیش گیریم و در همین راستا تمام تلاشمان را به کار بردیم که این رویکرد را در تمامی ۸ قسمت کلی کنفرانس گسترش دهیم. هم‌چنین بسیار خوشحالم که رسانه‌های حامی رویداد DGRC2018، رسانه‌های تخصصی این حوزه بودند و ما در مجموعه دایرک در این دوره از رسانه‌های عمومی، کم‌تر دعوت کردیم و خواست ما بیش‌تر همکاری با رسانه‌های تخصصی همچون گیم آور بود تا بتوانیم در یک تعامل دوطرفه هم این رسانه‌ها در حوزه تخصصی خودشان و هم مجموعه ما به کمک آن‌ها در میان قشر بازی‌ساز و بازیکن شناخته‌تر شویم و امیدوارم که این رسانه‌ها خیلی قوی‌تر و شناخته‌شده‌تر از قبل باشند چرا که اگر جایگاه آن‌ها در صنعت بازی در کنار این رویدادها نباشد، واقعاً اجحاف بزرگی در حق آن‌ها است.

حامد نصیری



دبیر جایزه بازی جدی

حسین آقاپور



شرکت کننده در قسمت میز تکنولوژی

افرادی که می‌خواهند در حوزه تکنولوژی‌های روز شروع به کار بکنند، اگر میان راه دچار شکست شدند، ناامید نشوند. به‌شخصه بنده و هرکدام از اعضای ۶ نفره تیم‌مان در پروژه‌های گوناگون حضور داشته‌ایم و اصلاً فکر نمی‌کردیم حتی بتوانیم پروژه‌ای با استانداردهای روز دنیا را به اتمام برسانیم، چه برسد به بحث انتشار و جذب سرمایه‌گذار و دیگر مراحل آن؛ اما به همان علاقه خودمان در زمینه‌ی بازی و بازی‌سازی اتکا کردیم و هم اکنون در تکنولوژی VR، فعالیت‌های خود را به سمت تجاری‌سازی پیش برده‌ایم و در حال مذاکره با چند شرکت توسعه‌دهنده در خارج از کشور نیز هستیم و به‌تمامی علاقه‌مندان، این توصیه را می‌کنم که هرگز ناامید نشوند و سمت علایق خود حرکت بکنند و مطمئن باشند این استمرارشان نتیجه خواهد داد و سرانجام موفق خواهند بود.

جایزه بازی جدی در اصل، یک زیرساخت است که هدف آن، اتصال افراد با توانایی‌های متفاوت جهت ساخت بازی جدی است و در آن نیز یک تعریف اولیه از بازی جدی وجود دارد که محصول نهایی در کنار ویژگی‌های فنی، باید یک زاویه علمی نیز داشته باشد و بنابراین خروجی آن، ترکیبی از تجربیات داوران و منتورهای فنی همراه با تجربیات دانشگاهیست که در صنعت، اتفاق افتاده است، که در این دوره نیز ما سعی کردیم با بهره‌گیری از منتوران سطح اول و همکاری خویمان با موسسه نیما و صندوق نوآوری و شکوفایی، قدم محکمی را در راستای جدی شدن بازی‌ها برداریم.

تیم نصیر سافت



برنده جایزه ویژه بازی جدی در سال ۱۳۹۷

حسین دهقان‌زاده



یکی از داوران بخش نهایی کنفرانس و از نویسندگان کتاب‌های رونمایی شده

انتظار دارم افرادی که وارد صنعت بازی‌سازی یا بازی پژوهی می‌شوند، این جریان را یک کار تیمی و گروهی ببینند چرا که در غیر این صورت، هدف مطلوب به ثمر نمی‌نشیند. هم‌چنین در سطح کشور، علاقه‌مندان و متخصصینی در حوزه‌های مختلف وجود دارند که با کمی جست‌وجو توسط بازی‌سازها و یا بازی‌پژوهان، به راحتی می‌توان با آن‌ها تشکیل تیم داده و نتایج قابل قبول‌تری را به دست آورد.

در موقعیت فعلی، تنها عشق به کار است که افراد یک تیم را می‌تواند امیدوار نگه دارد و متأسفانه شرایط به نحوی شده است که رسیدن به درجات موفقیت، نیاز به استمرار و صبر زیاد دارد و تنها چیزی که می‌توانم برای افرادی که می‌خواهند این حرفه را آغاز کنند بگویم، این است که گاهی اوقات، تمرین صبر کنند چرا که قطعاً در میانه‌ی کارشان به دردشان می‌خورد و هم‌چنین از منابع علمی سطح اول جهان بهره ببرند و خودشان را محدود به کتاب‌های ترجمه شده داخلی نکنند و در انتها امیدوارم روزی شاهد این باشیم که کشورمان، یکی از قله‌های این صنعت فراگیر در جهان شود.

و اما نتایج کنفرانس...

برترین مقاله بخش هنر:

طراحی بازی بر پایه ارزش‌های انسانی؛ تألیف:
شادی خیراندیش و Matthias Rauterberg

هم‌چنین مقاله برگزیده مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) به دلیل خدمات این مقاله برای توسعه روش‌های نوین مطالعه رفتار بازیکنان در شبکه‌های اجتماعی تعلق گرفت به: تحلیل شبکه اجتماعی بازی پوکمون گو در توئیتر؛ تألیف: داتیس خواجه‌ئیان و شقایق کلی

برترین مقاله بخش فنی و مهندسی:

تنظیم پویای درجه سختی بازی با استفاده از یادگیری تقویتی عمیق؛ تألیف: محمدرضا محمدنژاد و فرزین یغمایی

برترین مقاله بخش علوم پزشکی:

چارچوبی برای بازی‌های توان‌بخشی به منظور بهبود تعادل در بیماران مبتلا به ام‌اس؛ تألیف: زهرا امیری، یونس سخاوت و سکینه گلجاریان

● مقاله منتخب حوزه بازی‌های جدی:

Effectiveness of Computer games of Emotion Regulation on Social skills of Children with Intellectual Disability

تألیف: لیلا کاشانی وحید، مرضیه مهاجری، منوچهر مرادی سبزواری و عاطفه ایرانی

● به پاس تلاش ارزنده جوان‌ترین تیم حاضر در هکاتون بازی‌های جدی ۱۳۹۷، جایزه ۲ میلیون تومانی امید تعلق گرفت به: تیم مدرسه خرد

● جایزه ۳ میلیون تومانی تیم حائز رتبه دوم در هکاتون بازی‌های جدی ۱۳۹۷ تعلق گرفت به: تیم Powerful Brain برای بازی Powerful Mind

● جایزه ۵ میلیون تومانی بازی جدی منتخب موسسه نیمان در حوزه سلامت تعلق گرفت به: کشکک / دانشگاه هنر اسلامی تبریز / تیم CarLab

● جایزه ۱۰ میلیون تومانی برنده هکاتون بازی‌های جدی ۱۳۹۷ تعلق گرفت به: تیم راتاگیم برای بازی سنجاب

● جایزه ۲۰ میلیون تومانی بازی جدی سال ۱۳۹۷ تعلق گرفت به: بازی شبیه‌ساز رانندگی نصیر / دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی / تیم نصیرسافت

● هم‌چنین تمام ۶ فینالیست غیر برنده فرآیند اصلی جایزه بازی‌های جدی، جایزه نقدی به ارزش ۱/۵ میلیون تومان دریافت خواهند کرد.

● تمامی بازی‌های تولید شده در هکاتون بازی‌های جدی ۱۳۹۷ مشروط بر تکمیل بازی تولیدی بدون غربال اولیه در فرآیند اصلی SeGaP2019 وارد مرحله داوری خواهند شد.

● بازی برنده هکاتون بازی‌های جدی ۱۳۹۷ مشروط بر تکمیل بازی، مستقیماً وارد مرحله فینال SeGaP2019 خواهد شد.



کلام آخر

امیدواریم اتفاقی که در کشور، پس از سال‌ها به ثمر نشسته است و فضایی که با حمایت سراسری علاقه‌مندان به وجود آمده و توانسته گفتمان‌های تخصصی در جامعه بازی پژوهی و بازی‌سازی را در کشور به وجود آورد، ادامه‌دار باشد تا بتوانیم صنعتی علمی‌تر و پویاتر از پیش داشته باشیم.



ورود زنان ممنوع



الهام کارگر طرزق

کارشناسی مهندسی کامپیوتر

ورود زنان ممنوع

با نگاهی به بازی‌ها متوجه خواهیم شد که تعداد کاراکترهای زنانه در مقایسه با موارد مردانه، بسیار کم‌تر است. در اکثر بازی‌ها، نقش اصلی در خدمت کاراکتر مردانه است و زنان در نقش‌های ثانویه ظاهر می‌شوند. بیش‌تر کاراکترهای زنانه، نقش کلیشه‌ای و وضعی را دارند که در اسارت مانده و نیازمند نجات توسط مردان هستند. در طراحی پوشش کاراکترهای زنانه، اغلب شاهد نگاه جنسیت‌محورانه و نمایش جنسی هستیم؛ اما این در حالی است که ما در طراحی کاراکتر مردان، گستره وسیعی از بازنمایی‌ها را در نقش‌های مختلف و قدرتمند شاهد هستیم. درحالی‌که مخاطب بازی‌ها هم‌چون هر رسانه دیجیتال دیگری، زنان و مردان هستند، در طراحی به دلیل ملاک قرار دادن مردان، زنان اشتیاق کم‌تری برای بعضی از بازی‌ها دارند.

در کنار اثر طراحی بازی‌ها و جنسیت‌زدگی آن‌ها، باورهای پیشین افراد مبنی بر مردانه بودن صنعت بازی‌های دیجیتال از تأثیر تبلیغات عمومی نیز نمی‌توان چشم‌پوشی کرد. تبلیغات فعلی در ارتباط با بازی‌ها نه تنها دختران، بلکه والدین آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. والدینی که در تلاش هستند تا دخترانی اجتماعی و برون‌گرا تربیت کنند تحت تأثیر تبلیغاتی قرار می‌گیرند که از بازی‌های ویدیویی به‌عنوان علاقه‌افراد ضد اجتماع درون‌گرا یاد می‌کنند و این خود عاملی برای دور نگه داشتن دختران از این صنعت است. درحالی‌که امروزه بسیاری از ما دختران، دوست داریم به جای آنکه در قالب لباس‌های رسمی

در مجالس حضور داشته باشیم در کنار مردان، مشغول بازی دیجیتال شویم.

صنعت بازی‌های ویدیویی با سرعتی باورنکردنی در حال رشد است. طبق آخرین به‌روزرسانی ماهنامه نیوزو (Newzoo) تعداد بازیکنان در سراسر جهان به ۲٫۳ میلیارد با درآمدی حدود ۱۳۷٫۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ رسیده است. این آمار حاکی از رشد ۱۳٫۳٪ درصدی نسبت به سال قبل است. بازار بازی‌های موبایلی، بزرگ‌ترین بخش رشد دو رقیمی را به خود اختصاص داده است؛ به‌طوری‌که پیش‌بینی می‌شود در طول یک دهه، درآمد بازی‌های موبایلی از کوچک‌ترین بخش در سال ۲۰۱۲ به صنعت ۱۰۰ میلیارد دلاری در سال ۲۰۲۱ افزایش خواهد یافت. با نگاهی به آمار بازیکنان بازی‌های ویدیویی در آمریکا بین سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۸ متوجه خواهیم شد که رشد بازیکنان زن در این سال‌ها از ۳۸ درصد به ۴۵ درصد رسیده است، این سرعت در صنعت رو به رشد بازی‌های ویدیویی رقم معناداری بوده که نیازمند توجه است. ما در هر صنعت یا سازمان، نیازمند ایجاد فرهنگ صحیح هستیم. در بخش بازی‌های ویدیویی، مطالعات بسیاری در زمینه انواع بازی‌ها و فرهنگ صحیح استفاده، ایجاد شده است اما موضوعی که حائز اهمیت بیش‌تری بوده،

اصلاح نگاه جنسیت‌محورانه در این حوزه است. زمانی که صحبت از نگاه جنسیت‌محورانه به میان می‌آید، منظور ما در سه بخش طراحان بازی، کاراکتر و بازیکن است.



از اصلی‌ترین نگاه جنسیت‌محورانه که بخواهیم یاد کنیم آن است که اغلب، بازی‌های ویدیویی به‌عنوان یک سرگرمی مختص مردان شناخته شده است. به همین سبب در طراحی بازی، فضاسازی و کاراکتر، غالباً علایق مردانه مدنظر قرار گرفته است.



ورود زنان ممنوع

چند نمونه از تلاش فمینیست‌ها که به تغییر سبک بازی‌ها کمک کرده است را در زیر، مورد بررسی قرار می‌دهیم. در گذشته در بازی‌هایی با سبک تیراندازی اول شخص، شما فقط می‌توانستید شخصیت مردانه انتخاب کنید، اما امروزه در بازی‌هایی از قبیل Rainbow Six Siege, Battlefield 5, Call of Duty: Black Ops 4 شخصیت‌های زنانه را نیز می‌بینیم. نمونه‌های جدیدی از بازی‌ها وجود دارد که شخصیت‌های زنانه به‌عنوان جنگجویان، به‌طور فزاینده‌ای ظاهر می‌شوند و نه تنها در روح، بلکه در بدن نیز قوی هستند. از درخشان‌ترین نمونه تاثیر فمینیسم در این صنعت می‌توان به بازی Far Cry New Dawn اشاره کرد، به‌طوری‌که در سری‌های پیشین Far Cry هیچ شخصیت اصلی زنی وجود نداشت.

دختران و زنانی که بازی می‌کنند اکنون می‌توانند من را درک کنند: ما اغلب مجبور شدیم بشنومیم که بازی‌های ویدیویی، مشاغل زنانه نیستند، دختران به‌طور کلی به آشپزخانه می‌روند. سطح تجاوز به لطف جنبش فمینیستی، در سال‌های اخیر کاهش یافته است با این حال هنوز نمونه‌هایی از محتوا در بازی‌هایی وجود دارد که توسط فمینیست‌ها به خاطر نمایش بیش از حد بدن و یا تاکید بر زیبایی چهره زنانه، مورد انتقاد قرار می‌گیرد. این تلاش‌ها برای تغییر، توسط زنانی بوده است که نام آن‌ها در تاریخ صنعت بازی‌های دیجیتال به یادگار مانده است. در شماره‌های بعدی به بررسی اثرگذاری این زنان می‌پردازیم.

آنچه لازم به توجه است این است که نه تنها ما در بخش طراحی بازی‌های دیجیتال شاهد نقاط ضعف بی‌شماری هستیم بلکه با نگاهی به طراحان بازی متوجه می‌شویم برخلاف آنکه بخش بزرگی از بازیکنان بازی‌های دیجیتال، زنان هستند اما تعداد توسعه‌دهندگان بازی‌های زنانه کم است. بر اساس جامعه بین‌الملل توسعه‌دهندگان بازی‌های دیجیتال در سال ۲۰۱۶، تنها ۲۳٪ از افراد توسعه‌دهنده بازی‌ها بانوان هستند. این ایده ناخودآگاه که بازی‌های ویدیویی یک تفریح پسرانه است، از خیلی از دوران‌های قبل‌تر در جوامع نفوذ کرده و با ایجاد یک دیوار غیرقابل نفوذ، دختران و زنان را از تلاش برای وارد شدن به صنعت ناامید می‌کند.



علاوه بر آنکه همواره میزان حقوق دریافتی مردان بیش از زنان بوده است و به‌طور میانگین، این درآمدها در اغلب مشاغل مرتبط با این صنعت و در کشورهای مختلف به‌طور چشمگیری بالاتر بوده است؛ به‌طور پیش‌فرض، زنان در محل کار نادیده گرفته می‌شوند و باید در تلاش باشند تا جایگاهی که مردان با سطح فنی پایین‌تر به‌طور معمول به آن دعوت می‌شوند را با تلاش خود به‌دست آورند و خود را اثبات کنند.

دانا کارد به‌عنوان یک توسعه‌دهنده بازی از لندن می‌گوید: «به‌عنوان یک زن، دریافت‌ها هرچه بیش‌تر در حرفه‌ات متخصص شوی، به شدت اوضاع سخت‌تر می‌شود.» در ادامه می‌گوید برای بسیاری از مردان، سخت است که زنان را به‌عنوان رهبر یا مدیر خود بپذیرند. هر چه زنان در این مسیر پایدارتر بوده، مردان دفاعی‌تر عمل می‌کنند. تمام آنچه من می‌توانم انجام دهم آن است که بگذارم زمان بگذرد و امید داشته باشم که این مسائل در گذر زمان حل شود، حتی اگر چندین نسل بگذرد.

زنان از زمان‌های قدیم برای حقوق خود مبارزه کرده‌اند. صنعت بازی‌های ویدیویی نیز از دیگر جنبه‌هایی است که زنان در تلاش هستند تا سد محکم ورود زنان ممنوع را از میان بردارند. در دو دهه گذشته، مسئله فمینیسم تبدیل به یک مسیر تیغ‌دار شده که راه رفتن در آن خطرناک است. هر توسعه‌دهنده یا ناشر بازی تلاش می‌کند تا از تمام گوشه‌های تیز عبور کند تا نیازهای هر بازیکن را برآورده کرده و نقد را جذب کند. مبارزه زنان برای شرایط برابر، منجر به این می‌شود که امروزه تعداد اندکی از زنان را در مدیریت و توسعه صنعت بازی‌ها ببینیم که این به‌عنوان نقطه شروع مسیری عالی است. آنچه فمینیسم تاکید دارد آن است که باید نقطه نظر هر دو جنس در صنعت بازی باشد.



ادامه دارد...

تاریخ انقضاء



علیرضا خزاعی

کارشناسی ارشد ادبیات زبان انگلیسی



تاریخ انقضاء

یک دسته، موارد فنی هستند، که اینجانب تخصصی در آن ندارم و به این سبب از اظهار نظر، خودداری می‌نمایم. اما دسته دیگر، موارد هنری، یا به زبان خیلی ساده‌تر، تأثیرات حسی صداها هستند. اگر دوباره به مثال ابتدای متن توجه کنید، در بازی «قلعه» نه دیالوگ‌های خارق‌العاده داشتیم و نه صداهای خیلی خفن؛ اما سادگی و ظرافت (و البته این نکته که آن زمان فقط همان یک بازی فارسی را داشتیم) کمک کرده بودند تا آن تجربه، بسیار لذت‌بخش‌تر باشد. موضوعی که این روزها در میان تولیدکنندگان ایرانی، چه شرکتی و چه مستقل، کمی سبک شمرده می‌شود.

یکی از اشکالات صداگذاری‌های داخلی، تکراری بودن دوبلور راوی یا شخصیت اول است. بازی‌های زیادی در سبک‌ها و روی بسترهای مختلف در بازار هستند که توسط تولیدکنندگان گوناگون تولید شده‌اند؛ اما صداهای کاراکترها و راوی‌ها بین تعداد قابل توجهی از آن‌ها مشترک هستند. حتی اگر فرض بگیریم که صدای مزبور، بهترین شن و حس و موسیقی را هم داشته باشد، هیچ کدام از این‌ها نمی‌توانند جلوی تکراری شدن آن را بگیرند. شاید بهتر باشد تولیدکنندگان، کمی جسارت و اعتماد به نفس داشته باشند و از صداهای جدیدتر یا حتی معمولی‌تر هم استفاده کنند.

مشکل بعدی در مورد دیالوگ و متون نوشته شده برای شخصیت یا راوی است. شاید این مسئله ارتباط مستقیم با کل موضوع نداشته باشد، اما مهم است و در محصول نهایی، خودنمایی (یا در اکثر مواقع بدچشمی) می‌کند. بازهم باید از بازی تاریخ‌ساز صنعت ملی، یعنی «گرشاسپ» مثال بیاورم؛ شخصیت اول، آن پهلوان یل، اصلاً دیالوگ نداشت. باور بفرمایید این خیلی پسندیده‌تر بود از این که با گفتن جمله‌های خنک و بی‌روح بخواهد در کاراکتر خودش فاتحه بخواند. اگر دیالوگ‌های مناسب نداریم، صرفاً در جهت رفع مسئولیت و این که خدای نکرده نگویند کاراکترمان لال بود، در دهانش جملات آبکی نچیانیم. داخل پراتز بگویم که مدتی هر دو نسخه بازی گرشاسپ به‌طور رایگان برای دانلود در دسترس قرار گرفته بودند.

دوربین

تا به حال از نمای نزدیک به مقوله دوربین در بازی‌های ویدیویی نگاه کرده‌اید؟ به نظر شما آیا دوربین، مقوله‌ای حیاتی است؟ آیا یک بازی نمی‌تواند با دوربین منحصر به فرد ماندگار شود؟ برای رسیدن به جواب، لازم است دقیق‌تر شویم.

بازی‌های ویدیویی، رسانه‌ای هستند سمعی-بصری یا به اصطلاح فرنگی‌ها Multi-modal/perceptual؛ دقیقاً همین نکته، از اشتراکات این رسانه با سینما است و دقیقاً همین اشتراک می‌تواند دلیل خوبی باشد که بگویم اگر فیلم‌های سینمایی برای تصویربرداری جایزه می‌گیرند و ماندگار می‌شوند، شاید در مورد بازی‌های ویدیویی هم همین‌طور باشد. سال‌های قبل‌تر، پیش از گسترش بازی‌های مستقل در ابعاد امروزی، نوآوری و سنت‌شکنی خیلی مرسوم نبود، برای همین، با دیدن یک تغییر کوچک اما جدید، هیجان‌زده می‌شدیم و کلی کیف (و بعضاً کف) می‌کردیم.

تاریخ انقضاء - صدا، دوربین، حرکت

در تاریخ انقضاء این شماره نگاهی خواهیم داشت به چند نمونه ماندگار از بازی‌های ویدیویی و آن‌ها را در زمینه‌های صداگذاری، دوربین و دامنه حرکتی باهم مرور خواهیم کرد تا ببینیم چه عواملی به آن‌ها کمک کرده‌اند تا هیچوقت منقضی نشوند و در ادامه‌ی آن‌ها دو نمونه تولیدات داخلی را مورد بحث قرار خواهیم داد تا ببینیم چرا تاریخ انقضای آن‌ها، محدود به ساعاتی پس از انتشار هستند.

تاریخ انقضاء: هیچوقت

صدا

سرباز کماندار عرب، انبار قلعه خالی است، حیوانات وحشی به قلعه حمله کرده‌اند، سرباز تیرزین‌دار..... این جمله‌ها به گوش خیلی از گیمرهای ایرانی آشنا هستند؛ آن‌ها را در بازی «قلعه» یا همان «جنگ‌های صلیبی» خودمان شنیده‌ایم. سال‌های قبل، پیش از شکل‌گیری صنعت تولید بازی‌های ویدیویی در ایران، شرکتی به نام «دارینوس» در آن زمان اقدام به دوبله و فارسی‌سازی یک محصول پرترفدار و معروف کرد. تاریخ‌نگاری و بررسی سابقه این شرکت، هدف ما نیست؛ فقط می‌خواهیم بگویم که کیفیت صداگذاری و دوبله، چه تأثیر خارق‌العاده‌ای بر ماندگاری این محصول داشت.

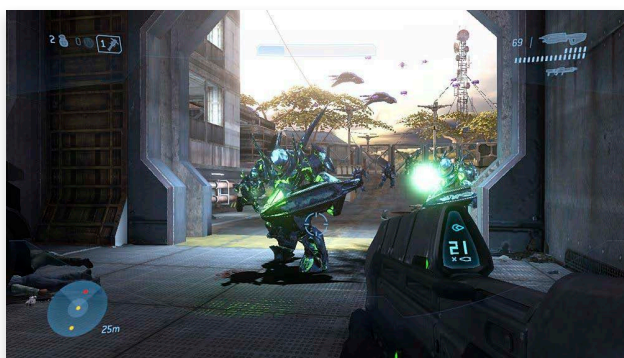


صحبت کردن در مورد اهمیت صداگذاری و دوبله، مثل صحبت کردن در مورد اهمیت هوای پاک است، از این جهت که همه از آن مطلع هستیم، اما باز هم نیاز به یادآوری و تکرار دارد. کیفیت، ماندگاری و اثرگذاری صداها را چند عامل متفاوت اما به هم پیوسته تعیین می‌کنند. (به‌طور ویژه در این متن، تمرکز ما روی دوبله و صداگذاری شخصیت یا همان Voice خواهد بود).



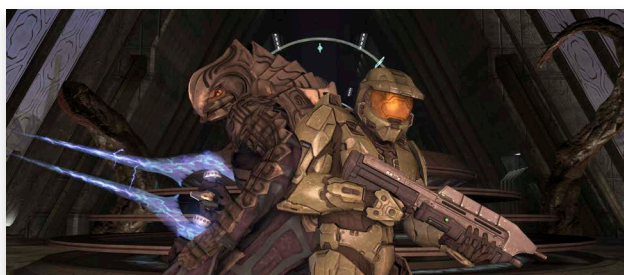


Gears of War، سال ۲۰۰۵، در اولین تجربه، کمی عجیب و غریب به نظر می‌رسید؛ یک بازی سوم شخص داشتیم که مرکز ثقل دوربین آن دقیقاً وسط مرکز ثقل کاراکتر نبود، انگار دوربین کمی به سمت راست جابه‌جا شده بود. بیش‌تر که بازی می‌کردیم متوجه می‌شدیم که دوربین در زمان‌های خاصی مثل درگیری از نزدیک، سنگ‌گرفتن و دویدن، رفتاری غیرعادی و نامأنوس دارد. بله، در آن زمان، این تغییرات خیلی جدید بودند و واقعا عادت کردن به آن‌ها آسان نبود. اما بعد از آن، این مدل حرکات به اصطلاح غیرعادی دوربین، کم‌کم جا افتادند و الان نمونه‌هایی از فیلم‌برداری و دوربین در God of War یا Tomb Raider داریم که اگر قرار بود ۱۵ سال پیش با آن‌ها روبرو شویم، ممکن بود هنگ کنیم یا خیلی ریز سکت بزنیم.



اگر از طرفداران بازی‌های تیراندازی اول شخص باشید و از قضا دستی هم در زمینه بازی‌های آنلاین داشته باشید، به احتمال زیاد با عنوان Destiny آشنا هستید و آن را تجربه کرده‌اید. یکی از سه شرکت اصلی تولیدکننده Destiny، همان شرکتی است که بازی Halo را ساخته است، به همین علت است که اشتراکات زیادی بین این دو مجموعه وجود دارد.

از جذابیت‌های Halo، به‌طور خاص نسخه شماره سه، آزادی عمل و دامنه حرکت بالای بازی بود. نکته این جاست که Halo 3 بازی جهان‌باز نبود که بگوییم خب GTA که خیلی بهتر بود. Halo 3 یک بازی تیراندازی اول شخص بود، اما ظرافت‌هایی هوشمندانه، در کنار جسارت‌هایی تکنیکی، جنس زد و خوردهای این بازی را متفاوت می‌کرد؛ عاملی که باعث شناخته شدن Halo شد و هم پس از هفت سال، سازندگان را به فکر گسترش آن ایده‌ها برای یک عنوان آنلاین انداخت.



منظور از این صحبت‌ها چه بود؟ این که نوآوری و سنت‌شکنی جزئی از کار هنری و خلق و ابداع هستند. تجارب موفق سال‌های قبل این صنعت در دنیا، می‌تواند الگویی ما در مسیر پیشرفت و رقابت باشند. یک ظرافت هنرمندانه ۱۵ سال پیش، راه را برای این همه موفقیت و تجارب بعدی خودش باز کرد و نه تنها Gears of War را به سالن افتخارات سرگرمی‌های دیجیتال وارد کرد، بلکه موجب پیشرفت کل این صنعت (The bigger picture) شد.

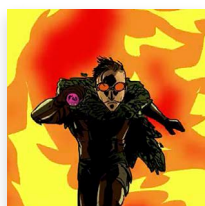
بهتر نیست ما هم در ایران هر از چندی، نگاهمان را هل بدهیم به سمت ظرافت‌ها و ریزی‌ها و هنرمندی‌هایی که نه ربطی به سرمایه و پول دارند و نه ارتباطی با ناشر و حق نشر و مسائل دیگر؟ بهتر نیست فرمان را در زمینه‌ای غیر از رقابت‌های مالی و اقتصادی به کار ببندیم؟ بهتر نیست به جای بهانه‌هایی مثل پول نیست و «ای بابا کی به این چیزا کار داره»، کمی خودمان برای کارمان ارزش قائل باشیم و با هنرمندی و ظرافت، محصولی در حد استانداردهای جهانی عرضه کنیم؟ اصلاً بیاییم و از همین دوربین شروع کنیم و ببینیم نتیجه چه می‌شود. بهتر نیست؟ اگر بگویید نه (!) به سمتان شلیک می‌کنم (خشابش را عوض می‌کند).

حرکت

انتخاب مقوله حرکت بعد از مبحث دوربین، بی‌علت نیست؛ شما بهتر می‌دانید که حرکت و دوربین در حقیقت یک مؤلفه هستند؛ چرا که حرکت از زاویه دوربین و از طریق دوربین منتقل می‌شود. قبل از ادامه صحبت، بهتر است منظورم از حرکت را برایتان مشخص کنم؛ حرکت در این متن، معادل Movements به کار خواهد رفت. به‌طور کلی، یعنی مجموعه حرکات شخصیت اصلی، وسایل نقلیه، دوربین و شخصیت‌های غیربازیکن در محیط. دوباره شاید برایتان سوال شود که مگر این مسئله هم نیاز به بررسی دارد؟ بگذارید برایتان بگویم و بعد خودتان نتیجه‌گیری کنید.

تاریخ انقضاء

در همه این موارد، تولیدکنندگان برای هر دو مرحله تمهیداتی دارند و سعی می‌کنند حد وسط را داشته باشند؛ هم اختصاص زمانی معقول برای مراحل پیش از انتشار و هم سیاست‌هایی مربوط به مراحل بعد از آن. در مورد بازار داخلی اما به نظر می‌رسد با نوع دیگری از نگاه به زمان‌بندی و سیاست‌گذاری مواجه هستیم. به این صورت که انگار تولیدکنندگان برای مراحل قبل از عرضه، وقت نسبتاً قابل قبولی خرج می‌کنند (هرچند که تعداد انگشت‌شماری از دوستان، اول‌پرزور می‌کنند و هرچه می‌گذرد سعی می‌کنند سریع‌تر از شر کار خلاص شوند و زودتر محصول نهایی را به هر قیمتی که شده راهی بازار کنند)، اما همین که بازی منتشر شد، دیگر طفلی یتیم است که تحت (حتی) حمایت معنوی هیچ بنی بشری نیست، چه برسد به به‌روزرسانی و دریافت بازخورد و ارائه محتوای جدید و غیره.



از همین دسته، یک مورد را انتخاب کرده‌ایم تا باهم بررسی کنیم. کلوب بازی‌سازی دانشگاه تهران، بازی‌ای به نام «زی: نجات زمین» ساخته است. با این‌که تاریخ انتشار محصول، سال ۹۵ بوده، اما نکات آموزنده و جالبی در آن پیدا کردم که باید از آن‌ها تقدیر و به آن‌ها توجه کرد.

بازی به‌عنوان هدف اصلی، به‌دنبال سرگرم کردن و جذب مخاطب توسط مکانیک‌ها و قوانین است. هدف بازی‌های ویدیویی هم بیش‌تر همین بوده و آثار موفق بر این اصل تکیه داشته‌اند. این محصول، موفق عمل کرده و سرگرمی و جذابیت در ذات گیم‌پلی آن دیده می‌شود.

داستان از این قرار است که بازیکن باید هدایت سفینه شخصیتی به نام «زی» را در دست بگیرد و با آزاد کردن نقاط مختلف زمین از دست ربات‌ها، در نهایت دنیا را نجات بدهد. در این مسیر، زی برای جابه‌جایی سفینه‌اش نیاز به سوخت دارد. سوختی که از طریق یک فرآیند شیمیایی غیرهوازی و با استفاده از دانه ذرت شیرین تولید می‌شود. در کنار این، زی باید به تعمیر و ارتقای سفینه هم توجه داشته باشد. تعمیر و ارتقاء با استفاده از آمینواسیدهای صورت می‌گیرند که در طول هر مرحله، جمع می‌کنید. بازی چند مدل ارتقاء، چندین مدل آمینواسید و بیش‌تر از ۱۰ مدل، مهمات دارد.

برای مثال، سیستم پریدن در بازی، خیلی خوب بود. برای یک لحظه، بازی کاتر (Counter) را در نظر یابورید؛ پریدن، یک استراتژی دفاعی بود که نگذاریم حریف نشانه‌اش را روی ما متمرکز کند. هرچقدر که در کاتر گیر نیروی جاذبه بودیم (به‌جز اوقاتی که با یک باگ یا با وارد کردن یک دستور، جاذبه را از کار می‌انداختیم)، در Halo خیری از جاذبه واقع‌گرایانه نبود، چون بازی در سیارات و کرات دیگر رخ می‌داد. این سیستم پرش، در کنار سرعت بالای حرکت خود مستر چیف (شبه حرکات در بازی DOOM)، زد و خورد و تیراندازی را در این بازی، فوق‌العاده سریع و هیجانی می‌کرد.



هم‌چنین گستردگی انتخاب‌ها برای جابه‌جایی در مراحل خاص، نه تنها به شما امکان استفاده از چند مدل مختلف وسایل نقلیه را می‌داد، بلکه

در هر مورد می‌توانستید بین راننده، تیراچی و حتی شاگرد راننده (اسمایلی خنده)، گزینه مورد علاقه خودتان را انتخاب کنید و در هر موقعیتی با توجه به استراتژی و نیاز، آن را تغییر دهید. در کنار همه این‌ها، دوربین هوشمند و پویا را هم در نظر بگیرید که به سرعت، بین زوایای مختلف جابه‌جا می‌شد. از همه جالب‌تر این بود که بازی به‌صورت خودکار، فیلم تمام مراحل را که انجام داده بودید، ضبط می‌کرد و پس از بازی می‌توانستید با یک دوربین بسیار منعطف و هوشمند، صحنه‌های مختلف را از زاویه‌های مختلف ببینید و زمان زیادی سرگرم باشید.

مخلص کلام تاریخ انقضای این شماره این بود که شاید عوامل بسیار زیادی، سوای مسائل مالی و حمایتی، وجود داشته باشند که سرنوشت تولیدات ما را دستخوش تغییرات بزرگ کنند. نمی‌شود همیشه موفقیت‌ها را وابسته به حمایت مالی و شکست‌ها و عقب‌افتادگی‌ها را معلول کمبود سرمایه بدانیم.

تاریخ انقضاء: چند ساعت پس از انتشار

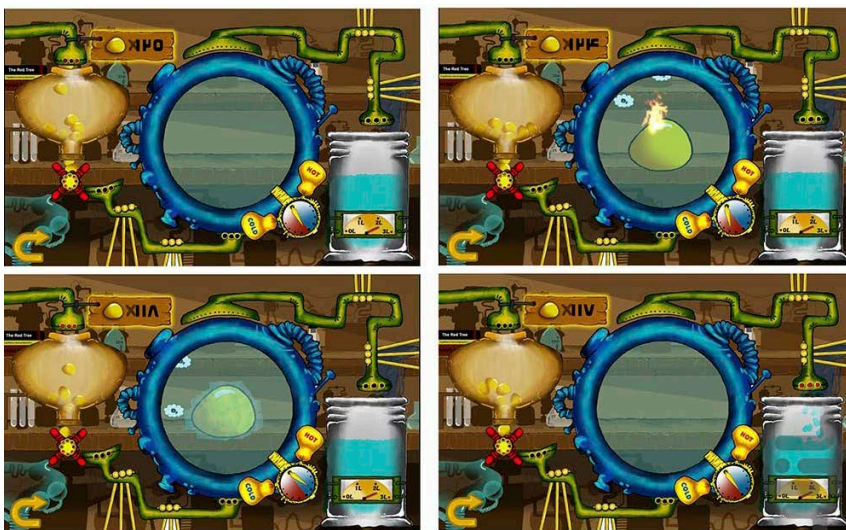
زمان، تیغ دو لبه

در صنعت بازی‌های ویدیویی، گذر زمان، می‌تواند باعث فراموشی و شکست یک محصول (چه پیش از انتشار و چه پس از آن)، یا موفقیت بیش‌تر و به تبع، درآمدزایی بیش‌تر شود. شرکت‌هایی مثل Rockstar زمان زیادی را پیش از انتشار صرف می‌کنند. در مورد بازی‌های آنلاین، تقریباً موضوع برعکس است، یعنی بیش‌ترین تاثیر گذر زمان در مراحل بعد از انتشار است. از جمله نگهداری و بهینه‌سازی سرورها و تولید و انتشار محتوای جدید برای حفظ بازار فعلی و کسب مشتری‌های جدید.

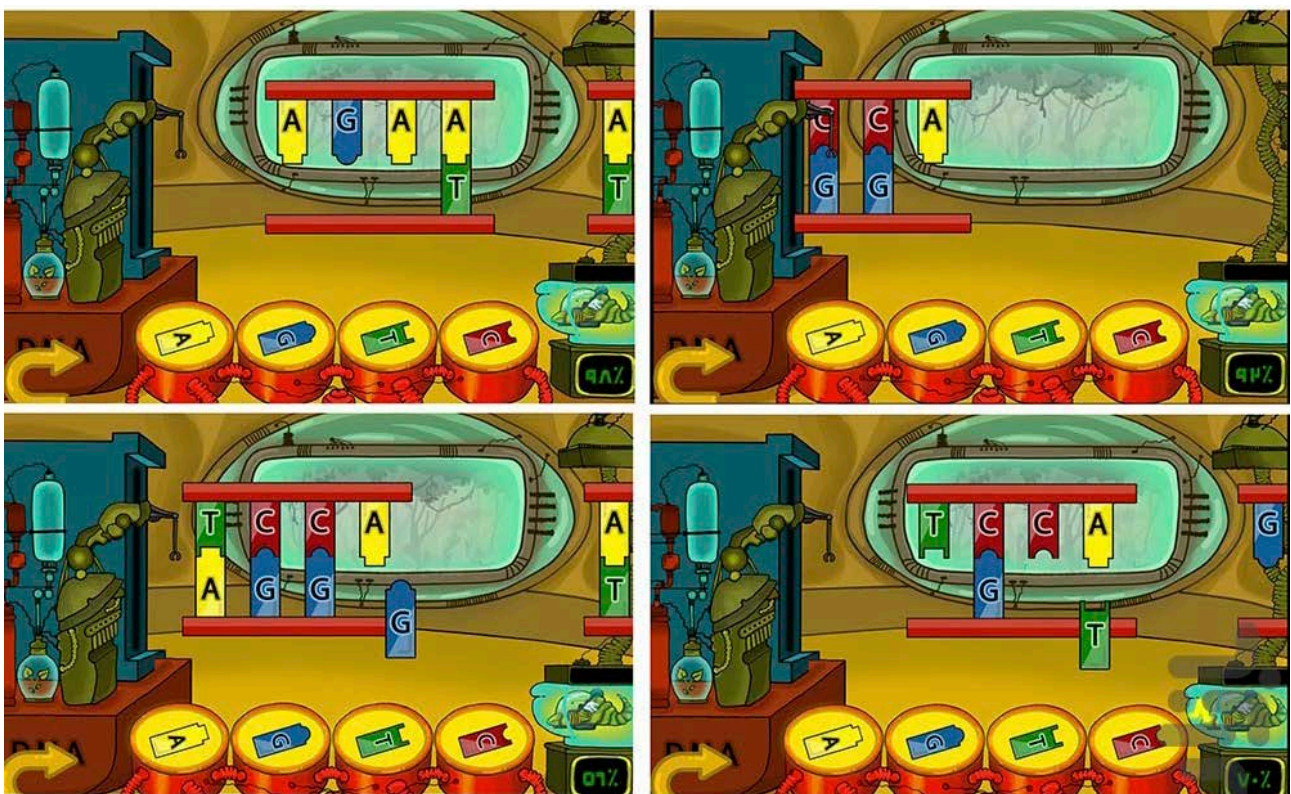


مطلب را خیلی یک‌دفعه تمام کنم چه می‌شود؟ مثل خود بازی که نتوانستم تا آخر آن را تجربه کنم چون در یکی از مراحل، ناگهان یک پیغام خطا دیدم و تلفن همراهم از بازی خارج شد. مشکلی که با توجه به نظرات کاربران برای بقیه هم اتفاق افتاده بود. ببینید که یک سهل‌انگاری یا کم‌توجهی ساده چگونه تاریخ انقضای بازی را به چند ساعت پس از انتشارش تقلیل داده است. این اتفاق یک سوال برای من ایجاد کرد: چند نفر از بچه‌های گروه بازی‌سازی، قبل از انتشار، محصول را روی حداقل چند مدل گوشی مختلف، تا آخر بازی کرده بودند؟ شاید این اشکال مربوط به ناسازگاری فایل‌های به‌روزرسانی‌های اندروید باشد، اما این فقط یک توجیه است و در این اصل که بازی‌ساز باید تا زمانی که محصولش در گردش و انتشار است آن را حمایت کند، توفیری ایجاد نمی‌کند.

زی: نجات زمین، ترکیبی از چهار مینی‌گیم است؛ سفینه را به کار بیاندازید و با استفاده از مهمات مختلفی که در طول مسیر به‌صورت تصادفی در اختیارتان قرار می‌گیرند به از بین بردن انواع مختلف دشمنان و در برخی مراحل، غول‌آنها مشغول شوید. بین هر مرحله برای تأمین سوخت، سری به باغچه ذرت‌ها بزنید تا دانه‌های سالم را برداشت و بوته‌های آفت زده را توسط یک کفش‌دوزک چاق و خوش‌اشتها آفت‌زدایی کنید. بعد ذرت‌ها را در آزمایشگاه به سوخت تبدیل کنید تا آماده مرحله بعدی شوید. بر اساس میزان خسارتی که به سفینه وارد می‌شود، لازم است آن را تعمیر کنید. این فرآیند شامل اتصال رشته‌های دی‌ان‌ای به هم می‌شود که لازم است حواستان جمع باشد که کدام را به کدام وصل می‌کنید. در نهایت هم هر موقع که تعداد کافی آمینواسید جمع کردید، با مراجعه به صفحه ارتقاء و کامل کردن زنجیره‌های آمینواسیدی، قسمت‌های مختلف سفینه را بهینه کنید.



زی: نجات زمین، سکویی دوبعدی است. طراحی‌ها ساده اما قابل قبول هستند. در حقیقت از نقاط قوت بازی همین بحث طرح‌هاست. بازی، ساده کار شده است، اما سادگی را با طرح‌های الکی و آبکی خراب نکرده‌اند، ایرادی در آن‌ها نیست و مطبوع و پذیرفتنی هستند. طراحی پشت صحنه مراحل، سفینه و دشمنان، مراحل جانبی و حتی صفحه اصلی در اوج سادگی و ابتدایی بودن، اشکالی ندارند.



تاریخ انقضاء

بیش‌تر از پنج مکان مختلف اتفاق می‌افتد. تعداد قابل قبولی اسلحه، که هر کدام هشت سطح ارتقاء دارند، در کنار یک سری قابلیت‌ها که می‌توان برای هر مرحله تعداد محدودی از هر کدام را تهیه کرد، همه وسایلی هستند که در اختیار شماست تا بازی را به پایان برسانید؛ اما زهی خیال باطل که پایان بازی به معنی پایان زمان بازی کردن شما باشد.

از اولین باری که بازی را تجربه کردم (سر کلاس بودم)، تا به امروزی که این متن را برای شما می‌نویسم، تقریباً ۳۰ جلسه سر کلاس بوده‌ام و «آخرین بازمانده» را بالای ۱۵ مرتبه تمام کرده‌ام. بازی بسیار تکرار پذیر است، چرا که نیاز به ارتقاء و خرید اسلحه تا مدت‌ها در آن حس خواهد شد. در کنار این، «آخرین بازمانده» فلسفه بازی‌های ویدیویی که همانا سرگرمی است را به نحوی مطلوب در ذات خودش دارد؛ مکانیک‌های ساده و مشخص، در کنار امکان پیش‌بینی و برنامه‌ریزی، برای بازی یک منطق خیلی دلچسب ایجاد کرده که تا آن را تجربه نکنید، حق مطلب ادا نمی‌شود.

از خوبی‌ها و تعریف و تمجیدها بگذریم که خیلی از آن‌ها سلیقه‌ای هستند و تمرکز صحبت ما روی چیز دیگری است. «آخرین بازمانده» یکی از هزاران بازی خوبی است که تولید می‌شوند اما چون تبلیغات ندارند یا شاید تبلیغات مناسبی ندارند، به حداکثر پتانسیل موفقیتشان دست پیدا نمی‌کنند. آمار ۱۰۰۰ نصب فعال و بیش از ۳۰۰۰ نظر و نمره عمومی ۴.۲ آمار خوبی است، این یعنی که این محصول، پتانسیل بالایی برای گسترش و درآمدزایی دارد اما چون درست به مخاطبین شناسانده نشده است، در حد یک موفقیت شخصی برای سازندگان و یک محصول موقتی برای مصرف‌کنندگان باقی می‌ماند.

یقیناً تبلیغات، با سرمایه و پول، رابطه مستقیم دارد. هم از لحاظ نیازی که به سرمایه‌گذاری دارد هم از لحاظ سرمایه و درآمدی که عاید تولیدکننده و ناشر می‌کند. اما همه چیز در مورد تبلیغات، مباحث مالی نیستند. به‌ویژه در مورد بازی‌های ایرانی و مستقل، یک مولفه موثر، پیگیری سازندگان است. موارد تبلیغی متفاوت و جالبی در بازار ایران هستند که بیش‌تر از آنکه نیاز به بودجه داشته باشند، در گرو پیگیری و جست‌وجو و تلاش تولیدکنندگان هستند. در مورد تبلیغات و روش‌های آن در کشور حتماً در فرصت مقتضی برایتان خواهیم گفت، اما در این بحث کوتاه نمی‌توانم بیش‌تر از این روی تبلیغات و تأثیرات آن روی موفقیت محصولات تأکید کنم. تبلیغات هوشمندانه می‌تواند تاریخ مصرف یک محصول را طولانی‌تر کند.

تبلیغات، تبلیغات و باز هم تبلیغات

نظر شما در مورد تبلیغات چیست؟ آیا با این جمله موافق هستید که بهترین تبلیغ، کیفیت است؟ اگر جواب این سوال مثبت باشد، باید پرسیم پس چرا شرکت‌هایی مثل Ubisoft، Rockstar، Activision، Blizzard، Microsoft، Sony، Google یا اصلاً Tesla این‌قدر شدید و بعضاً فجیع تبلیغات می‌کنند؟ مگر کیفیت بالا خودش بهترین تبلیغ نیست؟ مگر نه این‌که ما کارمان را خوب انجام می‌دهیم خودش بازاریار را پیدا می‌کند؟ شاید بهترین تبلیغ، نشان دادن نکات بارز و بزرگ‌نمایی همان کیفیت بالای محصول است.

اصلاً از موارد بین‌المللی و شرکت‌های معظم، صرف‌نظر کنیم و در پایین‌ترین و ساده‌ترین سطح ممکن به تبلیغات نگاه کنیم. پایه‌ای‌ترین عملکرد تبلیغات، شناساندن یک محصول به بازار مقصد است. بهترین‌های صنعت سرگرمی‌های دیجیتال اگر تبلیغات مناسبی نداشته باشند، حرفی برای گفتن نخواهند داشت. حتی بعضی اوقات، ممکن است تبلیغات، نتایج منفی داشته باشد. فقط سه نمونه را نام می‌برم و بعد ادامه می‌دهیم: Xbox One، Wii U و آخرین نمونه هم نسخه اول بازی No Man's Sky.

بازی «آخرین بازمانده» دقیقاً چیزی است که تنها کمبودش تبلیغات است، آن هم فقط در بعد شناساندن محصول به بازار مقصد و ایجاد امکان تجربه بازی برای جمعیت گسترده‌تری از مخاطبین. یک بازی برای تلفن‌های هوشمند در سبک «همشون رو با تفنگ بترکون»، با طراحی مناسب و گیم‌پلی درست و صداگذاری خیلی جالب! بازی، کار یک تیم چند نفره است و با این‌که شاید منوی دلچسبی نداشته باشد، اما وقتی که آن را تجربه کنید، به‌راحتی بی‌خیالش نخواهید شد.

آخرین بازمانده‌ی یک ایده‌می بزرگ بیولوژیکی، کماندویی است که مجبور می‌شود در حین فرار، از هلیکوپتر در حال سقوطش خارج شود و مسیرش را از بین خیل عظیمی زامبی و جک و جانورهای مختلف به شهر، باز کند تا در نهایت نجات یابد. بازی ۴۰ مرحله دارد و در





سید جواد وثوق حسینی

کارشناسی ارشد آموزش زبان انگلیسی

بازی‌وارسازی (Gamification)

قسمت اول

همه ما معمولاً هنگامی که شروع به انجام یک بازی می‌کنیم چند دقیقه اول را به شناسایی محیط و قوانین موجود در بازی صرف می‌کنیم. صرف نظر از محیط گرافیکی و موسیقی بازی که در ابتدا جلب توجه می‌کنند، در دل بازی، قوانین و چهارچوب‌هایی تعریف شده است که بازیکن باید به‌منظور پیشبرد بازی به آن‌ها توجه کند. پس از این که با آن قوانین آشنا شدیم، به پیشروی خود ادامه داده و پس از مدتی در آن‌ها مهارت کسب می‌کنیم. در بیش‌تر بازی‌ها، بخشی آموزشی وجود دارد که قوانین مربوط به بازی را به‌صورت یک مرحله آموزشی به بازیکن آموزش می‌دهد. همین‌طور در بسیاری از موارد مشاهده می‌شود که حین انجام بازی، نکات و قوانین بازی به شکل متن راهنما (مخصوصاً هنگام بارگذاری مراحل) به نمایش در می‌آیند.



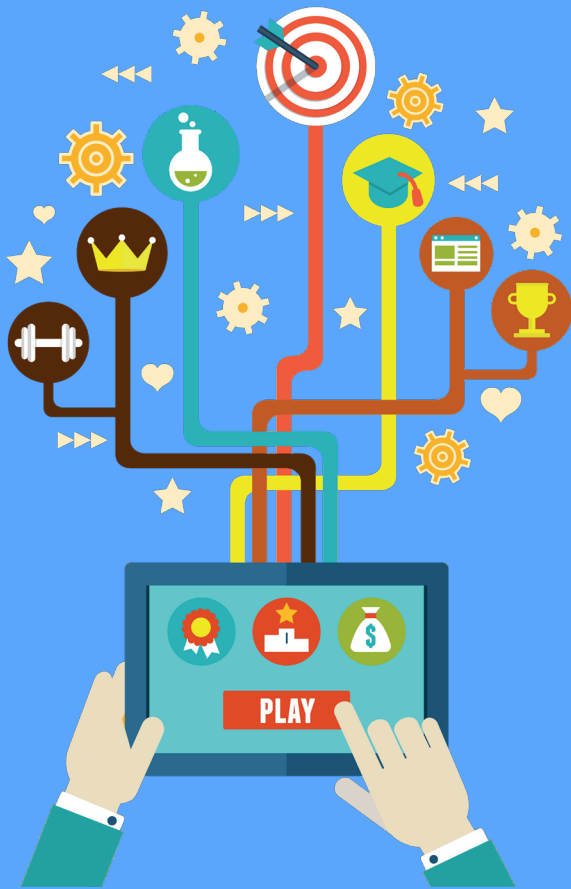
در قیاس با سابقه بازی‌های ویدیویی، بازی‌وارسازی دارای عمر نسبتاً کوتاهی است. در ابتدا واژه بازی‌وارسازی در سال ۲۰۰۸ مطرح شده و سپس در سال ۲۰۱۰ شکلی رسمی به خود گرفت. همان‌طور که گفته شد بازی‌وارسازی می‌تواند حوزه‌های مختلفی را تحت پوشش قرار داده و در محیط‌های مختلفی مانند تجارت، آموزش و سلامتی مورد استفاده قرار گیرد. در مقایسه با بازی‌های ویدیویی که باید تنها در یک بستر نرم‌افزاری اجرا شوند، بازی‌وارسازی می‌تواند تقریباً در هر موقعیتی به کار برده شود. مثلاً یک فروشنده می‌تواند به‌منظور جلب مشتری بیش‌تر، یک سری قوانین خاص مثل امتیازدهی بر اساس خرید و شرکت در قرعه‌کشی را وضع نماید. همین‌طور یک مدیر شرکت به‌منظور

تشویق کارمندان خود می‌تواند یک سیستم امتیازدهی را برای آن‌ها وضع کرده و با توجه به امتیازات، به آن‌ها ترفیع رتبه دهد. نکته قابل توجه در بازی‌وارسازی، درگیر ساختن و انگیزه دادن به کاربر است.

در هنگام ساخت بازی، سازندگان آن، این قوانین را به‌صورت فهرست درآورده و بر روی آن، بحث و تبادل نظر می‌کنند. این قوانین می‌توانند تکرار فرمول‌های موفق بازی‌های ساخته شده قبلی و یا این که جدید و نو باشند. گاهی این قوانین، ساده بوده و به بازیکن، فرصت‌های زیادی را برای تکرار اشتباه می‌دهند و گاهی هم سخت‌گیرانه بوده و محدودیت‌های بیش‌تری را اعمال می‌کنند. آنچه که یک بازی را جذاب می‌کند، کاربرد متعادل این قوانین (نه خیلی ساده و نه خیلی سخت) به‌منظور تحت پوشش قرار دادن بیش‌تر بازیکنان است. البته ممکن است بازیکنان حرفه‌ای، بیش‌تر به قوانین سخت‌گیرانه متمایل باشند. این قوانین می‌توانند انواع مختلفی داشته باشند. به‌عنوان مثال، جمع‌آوری آیتم‌های مختلف، کسب رتبه در یک گروه، ترکیب عناصر مختلف و ساخت ابزارهای جدید و همین‌طور فعالیت‌های گروهی، پاره‌ای از این قوانین هستند. باید گفت که این قوانین، منحصر به محیط بازی نبوده و می‌توانند در محیط‌های جدی به‌منظور پیشبرد اهداف خاص به کار برده شوند.

کاربرد قوانین محیط‌های بازی در یک محیط جدی را بازی‌وارسازی یا گیمیفیکیشن می‌گویند. به بیانی دیگر، بازی‌وارسازی، یعنی استفاده از قوانین بازی برای حل مسائل و یا رسیدن به یک سری اهداف خاص.





سوالی که ممکن است برای هر خواننده‌ای پیش بیاید این است که تفاوت بین بازی‌وارسازی و بازی چیست. برای یک بازی، قوانینی تعریف شده و بازیکنان در یک رویه تعاملی، بازخورد عملکرد خود را مشاهده می‌کنند. یک بازی، در حقیقت مجموعه‌ای مستقل است که برای آن، چهارچوب و قوانینی تعریف شده است. ابتدا، میانه و انتهای یک بازی برای بازیکن مشخص بوده و بازیکن با رعایت قوانین و صرف زمان، رویه بازی را طی کرده و آن را به پایان می‌رساند. در بیش‌تر بازی‌ها، هدف، سرگرم کردن بازیکن است. علاوه بر این، یک بازی می‌تواند سبب ایجاد عکس‌العمل احساسی بازیکن شود. بازی‌ها خود دارای انواع متنوعی مانند حل مسئله، نقش‌آفرینی، جمع‌آوری آیتم، اکتشاف و ... هستند. در یک بازی ویدیویی، سازوکاری به‌منظور پذیرش شکست بازیکن در پیش برد بازی و دادن فرصت مجدد به وی نیز وجود دارد.



اما از سوی دیگر، بازی‌وارسازی می‌تواند در حوزه‌های جدی به کار رفته و آن‌ها را به شکلی جذاب درآورده و کاربران را درگیر یک رقابت مجازی کند. بازی‌وارسازی از عناصری مانند مکانیک‌های مبتنی بر بازی (Mechanics) استفاده می‌کند تا افراد با محتوای آن آشنا شده و به پیشروی خود در جهت یک هدف خاص تشویق شوند. بازی‌وارسازی را می‌توان به‌عنوان یک شیوه، رویه و حتی راهکار در نظر گرفت. هم‌چنین بازی‌وارسازی می‌تواند به‌عنوان ابزاری در جهت کسب مهارت خاص و یا یادگیری، مورد استفاده قرار بگیرد. با این وجود، عملکرد آن در تشویق و انگیزش است که بسیار خودنمایی می‌کند. علاوه بر این، اگر بازی‌وارسازی در یک برنامه، صحیح به کار برده شود، می‌تواند سبب تاثیرات مثبتی بر روی رفتار افراد شده و خلاقیت و نوآوری را در آن‌ها پرورش دهد. همان‌طور که سالانه در صنعت بازی‌های ویدیویی شاهد پیشرفت‌های مختلفی هستیم، بازی‌وارسازی هم دستخوش تغییرات و پیشرفت‌هایی شده و حوزه‌های بیش‌تری را تحت پوشش خود قرار می‌دهد.

در قسمت بعدی به کاربردهای بازی‌وارسازی و تحلیل آن‌ها خواهیم پرداخت.

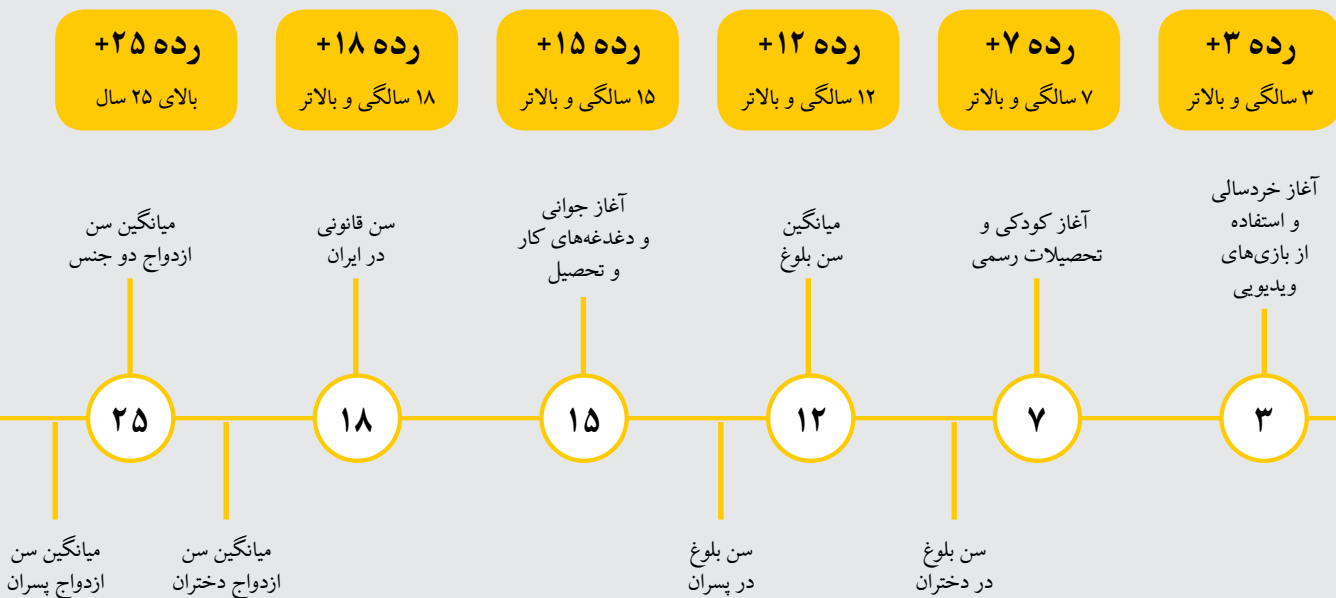
ادامه دارد...



معرفی نظام ارزیابی و رده‌بندی سنی بازی‌های ویدیویی بخش آخر

فاز دوم (فاز اجرایی) ESRA

سازمان ESRA، رده‌بندی سنی بازی‌های ویدیویی را از سال ۱۳۸۷ زیر نظر بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای آغاز کرد. این سازمان، رده‌بندی سنی بازی‌ها را با توجه به محتواهای آسیب‌زایی که از سه دیدگاه روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و علوم و معارف اسلامی که با همکاری بیش از ۲۰ متخصص و استاد دانشگاه (که در شماره‌های گذشته به تعدادی از این اساتید اشاره شد) تهیه و تدوین شده است، انجام می‌دهد. گروه‌های سنی ESRA در ابتدای شروع به کار، شامل ۶ گروه اصلی می‌شد که شامل:



گروه‌های سنی تعیین شده در ESRA بر اساس خصوصیات جسمی - حرکتی، خصوصیات عقلی - ذهنی، خصوصیات عاطفی و بالاخره خصوصیات اجتماعی شکل گرفته‌اند و در کتاب ESRA خصوصیات هر یک از گروه‌های سنی به تفصیل، توضیح داده شده است. البته در مورد گروه سنی +۲۵ ذکر چند نکته ضروری به نظر می‌رسد:

- با توجه به این که میانگین سن ازدواج در ایران در سال ۸۷، سن ۲۵ سالگی بود، لذا مشاهده بعضی از صحنه‌هایی که در بازی‌ها وجود داشت به دلیل عدم توانایی در ویرایش صحنه‌ها در آن زمان، بدون اشکال به نظر می‌رسید.
- گروه سنی +۲۵ در سال ۸۷ و ۸۸ باعث می‌شد ESRA بتواند از ممنوع شدن بسیاری از بازی‌هایی که امکان ویرایش آن‌ها در آن زمان وجود نداشت، جلوگیری کند و تعداد بازی‌های بیش‌تری را برای عرضه در بازار معرفی کند.
- در اوایل سال ۹۰، شرکت‌های توزیع‌کننده، توانایی ویرایش بازی‌ها به شکل مطلوب را پیدا کردند و با انجام ویرایش‌ها و تغییراتی که در بازی‌ها ایجاد می‌کردند، زمینه حذف گروه سنی +۲۵ را فراهم کردند.

نظام رده‌بندی سنی بازی‌های ویدیویی

آقای دکتر سعید معید فر

دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

آقای دکتر محمدرضا جوادی یگانه

استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

آقای دکتر سید ضیاء هاشمی

استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران

آقای دکتر محسنی تبریزی

دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

اساتید روان‌شناسی و علوم تربیتی

آقای دکتر محمدعلی بشارت

فوق تخصص (پزشکی) روان‌شناسی بالینی و عضو هیأت علمی دانشگاه تهران

آقای دکتر محمد علی نظری

دانشیار دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه خوارزمی

آقای دکتر جواد حاتمی

استادیار دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی و عضو هیأت علمی دانشگاه تهران

آقای دکتر محمود گلزاری

دکترای روان‌شناسی بالینی و عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

خانم دکتر الهه حجازی

استادیار دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی و عضو هیأت علمی دانشگاه تهران

آقای دکتر محمد عیسی مراد

آقای دکتر مسعود غلامعلی لواسانی

عضو هیأت علمی دانشگاه تهران

دکترای روان‌شناسی بالینی

هم‌چنین «جناب حجه السلام و المسلمین آقای محمد درانی»، بررسی و پژوهش مباحث ESRA از دیدگاه اسلام را بر عهده داشتند. ایشان محتواهای آسیب‌زای بازی‌ها را از دیدگاه اسلام، بررسی و سند اطلاعات و پژوهش‌های انجام شده را در اختیار ESRA قرار دادند.

در نهایت، اطلاعات به‌دست آمده از پژوهش‌ها و پرسشنامه‌هایی که هر یک از اساتید جمع‌آوری کرده بودند، توسط «مرکز تخصصی، توانمندسازی پاران» (جناب آقای دکتر نصرت آبادی) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

مرکز پاران، تجزیه و تحلیل داده‌های آماری پژوهش‌های انجام شده در فاز سوم ESRA را از دو روش آماری توصیفی و روش آماری استنباطی بررسی کرده و نتایج نهایی به‌دست آمده از تحقیقات را به‌صورت مکتوب (سند ۱۰۶ صفحه‌ای) در اختیار ESRA قرار دادند.

فاز سوم (فاز دوم تحقیقاتی) ESRA

چند ماه انجام کار اجرایی رده‌بندی بازی‌ها نشان داد که نظام معیارها و محتواهای بنیاد دارای نواقص و کاستی‌هایی است که از جمله آن‌ها می‌توان به نقص روند طراحی بومی، تعداد بالای محتواها، نقص در تعریف، همپوشانی‌ها و نادیده گرفتن مسائلی چون تکرار و ترکیب و ... اشاره کرد. نظام رده‌بندی پیشین، نظامی دو لایه‌ای بود که از سطح معیار به سطح مصداق می‌رسید و تمامی مصداق را نیز کاملاً مشخص می‌کرد. به همین دلیل از طرفی با مشکل غیرکاربردی بودن برخی مصداق موجود برخورد کرده و از طرف دیگر، پاسخی برای محتواهای جدید بازی‌ها نداشت و از این رو، نظام غیر منعطف و شکننده‌ای به شمار می‌آمد.

در راستای پژوهش حاضر، با استفاده از روش‌های کیفی، خصوصاً روش‌های میدانی جمع‌آوری اطلاعات (مصاحبه و بحث‌های متمرکز گروهی با گیمرها، تحلیل گران و مدیران بخش تحلیل و رده‌بندی) نواقص نظام با رویکردی از درون، شناسایی شده و پیشنهادها اصلاحی دست‌اندرکاران نیز جمع‌آوری شد. سپس بر اساس مدل‌ها و اسناد پژوهشی پیشین بنیاد، مانند شکل و محتوا، مکانیزم تعیین شدت، سطوح تحلیل و ... پیش‌نویس ویرایش جدید نظام تهیه شد. کارآیی این ساختار جدید، به دو شیوه مورد آزمون قرار گرفت: اول، انطباق آن‌ها با عکس‌ها و فیلم‌های موجود از بازی‌ها و دوم، ارائه به دست‌اندرکاران تحلیل و جمع‌آوری نظرات تکمیلی آن‌ها.

در نهایت، در ویرایش جدید نظام، ما مجموعاً با ۷ معیار مواجهیم که از اولویت‌های بومی استخراج شده‌اند و تعداد محتواها نیز کاهش یافته است. مهم‌ترین ویژگی نظام جدید، سه لایه‌ای بودن آن است که شکنندگی سابق را از بین برده و در مقابل بازی‌های جدید، نوعی پویایی به آن می‌دهد.

شایان ذکر است که از اوایل سال ۹۰، بازی‌بینی و بررسی مجدد محتواهای آسیب‌رسان در بازی‌ها در قالب فاز سوم طراحی محتواها در بازی‌های ویدیویی انجام شد، که با توجه به تجربه تقریباً ۳ ساله‌ای که ESRA به‌دست آورده بود، شرایط ایده‌آل‌تری برای اجرای فاز سوم طراحی محتوا وجود داشت.

در فاز سوم طراحی محتواها، ESRA، از اساتید جامعه‌شناس، روان‌شناس و علوم تربیتی کمک گرفت؛ بدین ترتیب که تعداد ۴۰۰ فیلم انتخاب شده از بازی‌ها که دارای محتواهای آسیب‌رسان بودند به همراه پرسشنامه مرتبط با فیلم‌ها تهیه و برای هر یک از اساتید فرستاده شد و اساتید پس از دیدن همه فیلم‌ها و پر کردن سوالات مرتبط با هر فیلم، پرسشنامه تکمیل شده را برای ESRA ارسال کردند، و تمامی این پرسشنامه‌ها در آرشیو ESRA نگهداری می‌شود.

اسامی اساتیدی که با ESRA همکاری داشتند عبارتند از:

اساتید جامعه‌شناسی

خانم دکتر شیرین احمدنیا

عضو هیأت علمی گروه جامعه‌شناسی پزشکی و سلامت انجمن دانشگاه علامه طباطبایی

معرفی سازمان ESRA

سازمان ESRA، پس از انجام تحقیقاتی تقریباً یک‌ساله، رده‌بندی سنی بازی‌های رایانه‌ای را از سال ۱۳۸۸ زیر نظر بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای آغاز کرد. این سازمان، بازی‌ها را بر اساس محتواهای آسیب‌زایی که از سه دیدگاه روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و علوم و معارف اسلامی برگرفته شده است، رده‌بندی سنی می‌کند. در این فرآیند، از وجود بیش از ۲۰ نفر از خبرگان هر یک از سه دیدگاه فوق بهره گرفته شده است. هم‌چنین شرکت‌های ناشر بازی در ایران، فقط می‌توانند بازی‌هایی را که مورد بررسی این نظام رده‌بندی سنی قرار گرفته‌اند و دارای مجوز می‌شوند، به‌طور قانونی برای فروش در بازار توزیع کنند. برخی بازی‌ها نیز به دلیل عدم انطباق با فرهنگ اسلامی-ایرانی، خطوط قرمز شرع، ملاحظات سیاسی و ... مجوز ورود به بازار را دریافت نمی‌کنند.

گروه‌های سنی ESRA

گروه‌های سنی ESRA شامل ۵ گروه اصلی می‌شود که عبارتند از:

رده +۱۸

بالای ۱۸ سال

رده +۱۵

۱۵ سالگی و بالاتر

رده +۱۲

۱۲ سالگی و بالاتر

رده +۷

۷ سالگی و بالاتر

رده +۳

۳ سالگی و بالاتر

محتواهای مورد بررسی ESRA

خشونت

نمایش خشونت، یعنی نمایش رفتاری که برای آسیب‌رساندن به دیگری از کسی سرمی‌زند و دامنه آن از تخریب اموال و دارایی و آسیب رساندن، نابود کردن، از کار انداختن غیر جاندار، بالا بردن صدا با هدف اعمال خشونت، درگیری تن به تن با هدف آسیب رساندن به صورت فیزیکی، هرگونه آسیب جسمی و روحی، گرفتن حیات از یک موجود جاندار، گسترده است.

آنچه که در بازی‌های ویدیویی حائز اهمیت است، تجربه ذهنی رفتار خشونت‌آمیز از طریق بازی و دیدن آن است.

دخانیات و مواد مخدر

مشاهده مصرف تنباکو و یا مواد مخدر در بازی‌ها می‌تواند تابوی درونی-اجتماعی مصرف نکردن آن‌ها را برای مخاطب شکننده کند. این رفتار، وقتی توسط قهرمان داستان انجام شود، آسیب به مراتب بیش‌تری خواهد داشت. شکستن این تابو به‌خصوص برای نوجوانان، یک آسیب بسیار جدی تلقی خواهد شد.

محرک‌های جنسی

تنوع‌طلبی جنسی، روابط جنسی خارج از هنجارهای اجتماعی، توصیه‌های مذهبی مانند عدم هم‌جنس‌گرایی و هم‌چنین تجاوز از یک طرف، و از طرف دیگر عریانی یا پوشش نیمه عریان و رفتارهای تحریک‌آمیز در بازی‌ها می‌تواند منجر به آسیب‌های روحی و جسمی مرتبط با نیاز جنسی مخاطب و موقعیت اجتماعی او گردد. چگونگی نوع آشنایی کودکان و نوجوانان در بازی‌ها درباره روابط جنسی، مورد توجه و اهمیت خاصی است.

سطوح تحلیل

شیوه کارشناسان اسرا برای تحلیل میزان تاثیرگذاری آسیب‌ها به این شکل است که کل صحنه‌های بازی به‌صورت یک بافت یا متن بازی در نظر گرفته می‌شود.

ابتدا در سطح تحلیل خرد، هر سکانس را جداگانه مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهند. در این مرحله به هر تحلیل‌گر یک پرسشنامه داده می‌شود.

در سطح تحلیل میانی، پرسشنامه‌ای حاوی مطالب زیر به تحلیل‌گر داده می‌شود.

- تشخیص معیارهای مهم که اغلب بیش از یک معیار است.
- تنوع محتواها شناسایی می‌شوند. برای مثال، هنگامی که تنوع قتل در یک بازی بیش‌تر بوده و در نتیجه، آسیب بیش‌تری نیز به همراه خواهد داشت.
- در نظر گرفتن این‌که محتوا تشبیهی و یا تشویقی است.

در سطح تحلیل میانی، سکانس‌ها در کنار هم قرار می‌گیرند و تلاش می‌شود با در نظر گرفتن همه اتفاقات در سکانس‌های مختلف، نتایجی استخراج شود. به‌طور مثال، تکرار یک صحنه آسیب‌رسان در طول بازی در سطح تحلیل میانی، مورد توجه قرار خواهد گرفت. سپس تحلیل‌گران، یک رده‌بندی را اعلام می‌کنند و پس از آن، در سطح کلان، مجموع همه صحنه‌هایی که مخاطب می‌بیند و تاثیراتی که از آن می‌پذیرد مورد نظر قرار خواهد گرفت و تحلیل جامعی ارائه خواهد شد.

ترس

ترس، نوعی احساس درونی مبنی بر عدم امنیت و نیز بی‌اعتمادی به فضای موجود است.

این احساس درونی می‌تواند در سنین مختلف، منجر به آسیب‌هایی نظیر استرس‌های مزمن، لکنت زبان در کودکی و بیماری‌های قلبی-تنفسی و هم‌چنین حس بدبینی و رفتارهای محافظه‌کارانه در محیط اجتماعی گردد. وقوع اتفاق ناگهانی و غیرمتعارف، موسیقی‌های ترسناک همراه با صحنه‌های تاریک و میهم از مهم‌ترین عواملی است که باعث ایجاد ترس در مخاطب می‌شود.

نقض ارزش‌های ایرانی-اسلامی

نقض ارزش‌های دینی منطبق با اصول اسلامی در نظر گرفته خواهد شد. پنج مؤلفه مهم آن عبارت است از:

- نقض اصول اساسی یا باورهای دینی (چگونگی نمایش بهشت و جهنم)
- بی‌توجهی به توصیه‌های دینی (مصرف مشروبات الکلی و قمار)
- بی‌حرمتی به اولیای خدا و پیروان آن‌ها (ضعیف نشان دادن یا تبیض میان مسلمان و غیر مسلمان)
- توهین به اماکن مقدس (توهین به مسجد، کلیسا)
- اهانت و تبیض علیه ایرانیان (تحریف تاریخ ایران، ضعیف نشان دادن یا تبیض علیه ایرانیان)

ناهنجارهای اجتماعی

استفاده از کلمات رکیک و رفتارهای ناشایستی که منجر به هنجارشکنی اجتماعی می‌شود، از آسیب‌های اجتماعی است که کودکان و نوجوانان در بازی‌ها با آن آشنا می‌شوند. هم‌چنین ایجاد فضایی برای تجربه ذهنی و روانی مخاطب برای رفتارهایی که مردم آزاری تلقی می‌گردد، از جمله آسیب‌هایی است که می‌تواند منجر به اختلالات شخصیتی و اجتماعی فرد گردد.

ناامیدی

معیار ناامیدی در بازی‌ها مرتبط با

- احساسی است که بازیکن برخلاف میل خود مجبور است عملی را انجام داده و یا انجام ندهد. این اتفاق، باعث ایجاد نوعی عذاب وجدان و احساس گناه در او می‌شود.
- احساسی است که بازیکن دچار یأس و سردرگمی در بازی می‌شود به‌صورتی که در بازی هیچ هدف امیدبخشی را دنبال نکند یا در پایان بازی متوجه شود که هدف دنبال شده در بازی پوچ و بی‌معنی است.
- احساس غم عمیقی است که بازیکن پس از، از بین رفتن یکی از کاراکترهای محبوب بازی تجربه می‌کند.

دیدگاه‌های مورد ارزیابی

نظام ESRA برای تعیین رده سنی مناسب، هر بازی ویدیویی را از ۴ دیدگاه متفاوت مورد سنجش و ارزیابی قرار می‌دهد که عبارتند از:

۱. دیدگاه بازیکن محور:

بررسی احساسات و هیجاناتی که بازیکن در خلال بازی کردن یک بازی خاص تجربه می‌کند، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی است که می‌تواند با توجه به تأثیری که مخاطب از آن بازی دریافت می‌کند، در تعیین رده سنی مناسب آن بازی دخیل باشد. این دیدگاه، بستگی نسبتاً زیادی با ویژگی‌های ژانر بازی‌ها دارد.

۲. دیدگاه تحلیلگر محور:

استخراج و دسته‌بندی محتواهای آسیب‌رسان آشکار موجود در بازی (از قبیل کشتن، مصرف مواد مخدر و مشروبات الکلی، استفاده از الفاظ نامناسب، نمایش صحنه‌های تحریک‌آمیز جنسی، اتفاقات ترسناک و...)، هم‌چنین کمیت و کیفیت این محتواها در هر بازی، اصلی‌ترین مؤلفه‌ای است که در تعیین رده سنی مناسب بازی نقش دارد.

۳. دیدگاه روایتگر محور:

دریافت و بررسی داستان کامل بازی به‌منظور جست‌وجوی معنای نشانه‌ها و مفاهیم پنهان گنجانده شده در هر بازی و هم‌چنین بررسی ارتباط داستانی بازی با نسخه‌های قبلی آن یا کتاب‌ها و فیلم‌های احتمالی که بازی از آن اقتباس شده است، یکی از دیدگاه‌هایی است که در ارزیابی صحیح رده‌بندی سنی بازی به کار گرفته می‌شود.

۴. دیدگاه رصدگر محور:

رصد پیامدهای حاشیه‌ای احتمالی هر بازی از قبیل اظهار نظرهای پیرامون بازی، تأثیرات فرهنگی و اجتماعی بازی، دعاوی حقوقی علیه بازی، میزان فروش و رده سنی آن بازی در سایر نظام‌های رده‌بندی سنی دنیا، تکمیل‌کننده سه دیدگاه دیگر، در جهت ارزیابی جامع، دقیق و صحیح از رده سنی مناسب بازی‌ها است.





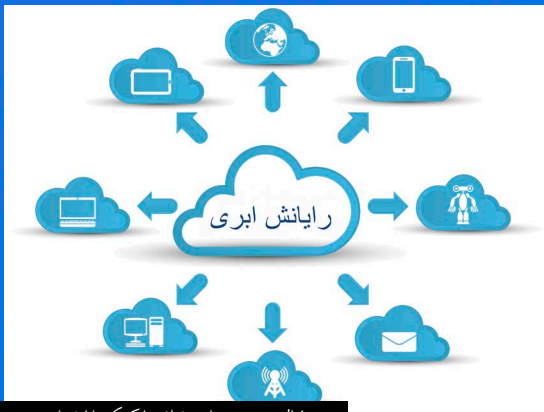
سید جواد وثوق حسینی

کارشناسی ارشد آموزش زبان انگلیسی

ابری با احتمال بارش بازی رایانش ابری

تهیه سخت‌افزار و نرم‌افزار گران قیمت انجام می‌دهد. رایانش ابری می‌تواند شمار زیادی از کاربران را به صورت همزمان پوشش داده و امکان همکاری افراد را با یکدیگر در مکان‌های مختلف فراهم کند. مهم نیست که کاربر از چه نوع سخت‌افزاری استفاده می‌کند، رایانش ابری توانایی آن را دارد که خود را با هر نوع سخت‌افزاری که کاربر در اختیار دارد، تطبیق دهد. همچنین با تکیه بر هوش مصنوعی، رایانش ابری می‌تواند داده‌های مختلف را تجزیه و تحلیل کرده، سپس پیشنهادهای مناسبی را به کاربر ارائه دهد. در حال حاضر، شرکت‌هایی مانند آمازون (Amazon)، گوگل (Google)، و مایکروسافت (Microsoft) در رابطه با رایانش ابری فعال بوده و در حوزه‌های مختلف به کاربران خدمات‌رسانی می‌کنند.

رایانش ابری می‌تواند چندین حوزه را تحت پوشش خود قرار دهد که در این مقاله به چند مورد خواهیم پرداخت.



فعالیت در حوزه‌های مختلف با کمک رایانش ابری

۱. ذخیره داده

در حال حاضر برای بسیاری از افراد، این نکته حائز اهمیت است که داده‌های شخصی خود مانند موسیقی، عکس، بازی و ... را به صورت آرشیو درآورده و آن را برای مدت‌ها در جایی مطمئن نگه دارند. در بازار امروز، انواع مختلف ابزارهای ذخیره‌سازی قابل حمل وجود دارند که می‌توانند داده‌ها را برای ما نگهداری کنند. اما به همان شکل که در گذشته شاهد پیشرفت‌های بسیاری در این حوزه بوده‌ایم، با گذر زمان، شیوه‌های ذخیره‌سازی داده‌ها نیز در حال تغییر و تحول هستند. کارت پانچ (Punched Card) جزو اولین ابزارهای ذخیره‌سازی داده‌ها بوده که در وسایل مکانیکی مانند پیانو و ماشین‌های بافندگی مورد استفاده قرار می‌گرفته است. کارت پانچ که ساخت آن به قرن هجدهم میلادی برمی‌گردد یک کارت کاغذی

از گذشته تاکنون، صنعت بازی‌های ویدیویی تغییرات بسیاری را به چشم خود دیده است. به عنوان مثال، در اواسط دهه نود میلادی، همگام با پیشرفت سخت‌افزاری، بازی‌های سه‌بعدی توانستند جای خود را در صنعت بازی پیدا کرده و نظر بازیکنان را به سمت خود جلب کنند. همین‌طور این روزها بازار بازی‌های سبک بتل رویال (Battle Royale) بسیار داغ بوده و شمار بسیاری از بازیکنان، در حال رقابت با هم در دنیای مجازی هستند. می‌توان گفت که علاوه بر پیشرفت‌های متداول سخت‌افزاری و نرم‌افزاری که هر چند سال یکبار دنیای بازی‌ها را متحول می‌کنند، اختراعات و نوآوری‌های دیگری نیز هستند که صنعت بازی‌های ویدیویی را تحت تاثیر خود قرار می‌دهند. به عنوان مثال، نوآوری‌هایی مانند واقعیت مجازی (Virtual Reality) و واقعیت افزوده (Augmented Reality) توانسته‌اند وارد دنیای بازی‌ها شده و به آن‌ها قابلیت‌های جدیدی اضافه کنند. مورد دیگری که قابل ذکر است و هنوز در ابتدای مسیر خود به سر می‌برد، رایانش ابری (Cloud Computing) است. با ورود اینترنت، امکانات بسیاری برای ما فراهم شد. توانستیم هر کجا و در هر زمان به اطلاعات مورد نیاز خود دسترسی داشته باشیم. علاوه بر این، ورود اینترنت، سبب پیدایش فناوری‌های دیگری مانند رایانش ابری شد. رایانش ابری به اینترنت وابسته بوده و خدمات متنوعی مانند تجارت، آموزش، صنعت، پزشکی و غیره را برای کاربران ارائه می‌کند. منظور از رایانش ابری به زبان ساده این است که کاربر بتواند از فضای مجازی به عنوان ابزاری در جهت انجام دادن اعمال خاص خود استفاده کند. در چنین وضعیتی، کاربر از طریق یک رابط که می‌تواند گوشی هوشمند و یا یک رایانه باشد، به اینترنت متصل شده و از خدمات مختلف رایانش ابری استفاده می‌کند. به عبارت دیگر، کاربر از طریق اینترنت به یک رایانه بسیار قدرتمند دسترسی داشته و این رایانه، اعمال مختلفی را برای کاربر انجام می‌دهد. نتیجه این رویه، صرفه‌جویی اقتصادی و زمانی برای کاربر است. آنچه که با رایانش ابری همراه بوده، مفهوم خدمات‌رسانی است. رایانش ابری مانند بسیاری از شرکت‌های خدمات‌رسانی، مجموعه‌ای از اعمال را به صورت خودکار و بدون نیاز به



ابری با احتمال بارش بازی

در مقابل این مسئله، رایانش ابری امکان استفاده از نرم‌افزارها را بدون خرید آن‌ها فراهم کرده و امکان صرفه‌جویی اقتصادی را فراهم می‌کند. به‌عبارتی رایانش ابری مانند یک شرکت خدمات‌رسانی عمل کرده و تنها هزینه ارائه خدمات را از کاربران درخواست می‌کند. کاربران می‌توانند بدون در اختیار داشتن نرم‌افزار مورد نظر خود، مشابه عمل آن را از رایانش ابری درخواست کنند. مزیت دیگری که رایانش ابری در این حوزه دارد، ارتقاء و به‌روزرسانی خودکار نرم‌افزارهای خود به منظور ارائه بهتر خدمات است.

۳. مهارت‌های فردی

همه ما دارای مهارت‌هایی در حوزه‌های مختلف هستیم. این روشن است که مهارت‌هایی که کسب کرده‌ایم راحت و آسان به‌دست نیامده‌اند. برای کسب و فراگیری آن‌ها تلاش کرده و زمان صرف کرده‌ایم. اما در برخی مواقع برای آنکه به هدفی خاص برسیم، مجبور هستیم تا مهارت خاصی را (خواه علاقه داشته باشیم و خواه نه) فرا بگیریم. مثلاً دانشجویی را در نظر بگیرید که مجبور است برای انجام پروژه دانشجویی خود، روش کار با یک نرم‌افزار خاص آماری را یاد بگیرد. بدیهی است که وی باید در رابطه با آن نرم‌افزار آماری مطالعه کند. سپس با آزمون و خطا و به‌صورت تدریجی به آن نرم‌افزار، مسلط می‌شود. پس از انجام پروژه دانشجویی شاید دیگر نیازی به استفاده از آن نرم‌افزار نباشد. رایانش ابری می‌تواند در یک چنین مواقعی به کمک کاربر آمده و بسیاری از تبدیلات، محاسبات، تنظیم‌ها، تحلیل‌ها و ویرایش‌ها را مانند یک حرفه‌ای انجام داده و سپس محصول نهایی را برای وی ارسال کند. شیوه کار با فضای ابری، بسیار ساده بوده و دیگر نیازی نیست تا کاربر بسیاری از اعمال پیچیده را انجام دهد. رایانش ابری مانند یک شرکت خدماتی عمل کرده و پس از دریافت داده‌های خام، محصول نهایی را برای کاربر ارسال می‌کند.

۴. صنعت بازی

در نهایت، این سوال مطرح می‌شود که رایانش ابری چه تاثیری در صنعت بازی‌های ویدیویی دارد. برای بازیکنان، مخصوصاً افرادی که از رایانه‌های شخصی به‌عنوان سکوی اصلی انجام بازی استفاده می‌کنند، مسئله سخت‌افزار، امر بسیار مهمی است. هر ساله بازی‌های جدیدی که ارائه می‌شوند، سخت‌افزار قوی‌تری را طلب می‌کنند و این می‌تواند برای بازیکن پرهزینه باشد. برای بسیاری از افراد، ارتقاء سخت‌افزاری، چه از نظر هزینه و چه از نظر فنی می‌تواند مشکل‌ساز باشد.

بود که در بخش‌های خاصی از آن، سوراخ‌هایی زده می‌شد و از آن، به‌عنوان ابزاری برای ورود داده‌ها به رایانه‌های قدیمی استفاده می‌شد. پس از آن، در دهه پنجاه میلادی نوارهای مغناطیسی، پا به عرصه وجود گذاشتند و بعد، نوار کاست (Audio Cassette) در دهه شصت میلادی ارائه شد که تا مدت‌ها محبوب طرفداران موسیقی بود. فلاپی دیسک‌ها (Floppy Disk) نیز به‌عنوان ابزار ذخیره‌سازی رایانه‌ها در دهه هفتاد میلادی بسیار خوش درخشیدند و این محبوبیت تا اواخر دهه نود میلادی ادامه داشت. ورود لوح فشرده (Compact Disk) در اوایل دهه هشتاد و پس از آن دی وی دی (Digital Versatile Disk)، دنیای ذخیره‌سازی داده‌ها را نیز متحول کرد. هم‌اکنون حافظه‌های قابل حمل با ظرفیت بالا و در ابعاد کوچک بوده که در ذخیره‌سازی داده‌ها متداول هستند. در مقایسه با گذشته، منابع ذخیره‌سازی ما مطمئن‌تر و پایدارتر شده و ظرفیت آن‌ها سال به سال در حال افزایش است. دیگر آن آسیب‌پذیری‌های نوارهای مغناطیسی در برابر میدان‌های مغناطیسی و گرما و ... مطرح نیست. از طرفی، ظرفیت یک حافظه قابل حمل امروزی در مقایسه با حافظه‌های قدیمی، هزاران برابر شده است. آیا این پایان راه است؟ پاسخ این پرسش به روشنی، منفی است. رایانش ابری مانند یک منبع بی‌پایان، توانایی آن را دارد که انواع داده‌های کاربران را به‌صورت امن ذخیره کرده و در هر زمان و هر مکانی که کاربران بخواهند به آن‌ها ارائه دهد. ذخیره داده بر روی فضای ابری، احتمال از دست رفتن آن را تقریباً به صفر می‌رساند. علاوه بر این، بسیاری از نهادها و سازمان‌ها که توانایی به‌کارگیری فضای ذخیره‌سازی را ندارند، می‌توانند داده‌های مورد نظر خود را (به‌صورت آرشیو) در آن نگهداری کنند.



نسل‌های مختلف در یک قاب

۲. نرم‌افزار

در حوزه نرم‌افزار آنچه که در میان برنامه‌نویسان دهه هفتاد میلادی متداول بود، اشتراک نرم‌افزارهای نوشته شده توسط آنان بود. به‌طوری‌که برنامه‌نویسان هر آنچه را که تولید می‌کردند در میان خود به اشتراک می‌گذاشتند. اما از ابتدای دهه هشتاد میلادی، این وضعیت به‌صورت تدریجی تغییر کرده و بسیاری از شرکت‌های تولیدکننده نرم‌افزار به سمت قانون حمایت از تولیدکننده متمایل شده و دست به فروش محصولات خود زدند. امروزه با وجود تعداد زیادی از نرم‌افزارهای رایگان که اتفاقاً بسیاری از آن‌ها هم کاربردی هستند، بسیاری از کاربران مجبور هستند برای نرم‌افزار مورد نظر خود، هزینه پرداخت کنند.



مهم نیست از چه سخت‌افزاری برای اجرای بازی استفاده می‌کنید. رایانش ابری بازی‌ها را بسیار با کیفیت اجرا خواهد کرد.

۵. نقاط ضعف

می‌توان نقاط ضعف رایانش ابری را در دو مورد کلی خلاصه کرد: هنگامی که از این فناوری صحبت می‌شود آنچه که در ابتدا در ذهن شکل می‌گیرد، سرعت و پهنای باند اینترنت است. رایانش ابری تماماً به اینترنت وابسته است و در صورت ضعف یا سرعت پایین اینترنت، کاربر نمی‌تواند آن‌طور که باید از رایانش ابری استفاده کند. بنابراین همان‌طور که گفته شد این امر، نیازمند تدابیر فنی است.

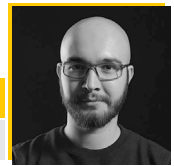
مورد دیگر، مسئله امنیت فضای ابری است که باید به آن پرداخته شده و ثبات آن تضمین شود. بدیهی است که در فضایی که اطلاعات شخصی کاربران در جریان است، برقراری امنیت، امری بسیار مهم است. از این رو، امنیت فضای ابری، نیازمند تلاش دائمی متخصصان حوزه امنیت خواهد بود.

رایانش ابری اگرچه هنوز در ابتدای مسیر خود به سر می‌برد اما دارای ظرفیت بالا در جهت رشد و توسعه خلاقانه حوزه‌های مختلف، مخصوصاً صنعت بازی است. صنعتی که در طی دهه‌های مختلف در معرض فناوری‌های مختلف قرار گرفته و همچنان به مسیر خود ادامه می‌دهد.

در اوایل نسل هشتم، شرکت مایکروسافت اصرار بر این داشت که کاربرانش باید هنگام استفاده از کنسول اکس‌باکس وان (Xbox One) به‌صورت دائم به اینترنت متصل باشند. از طریق این عمل، مایکروسافت قصد داشت که بتوان سخت‌افزاری کنسول نسل هشتمی خود را در برابر کنسول جدید شرکت سونی ارتقاء دهد که البته به دلیل محدودیت‌های موجود، این امکان میسر نشد. آنچه که در انجام بازی‌های ابری بسیار ضروری بوده، توانایی خطوط اشتراک اینترنت در انتقال حجم بالای بازی‌هاست که این مسئله نیازمند تدابیر فنی بسیار است. گرچه در حال حاضر، حرکت به سمت اجرای بازی‌های ابری کند است، اما استفاده گسترده از آن توسط شرکت‌های مطرح حوزه بازی در آینده، بسیار محتمل است. مثلاً بسیاری از کارشناسان، این‌گونه پیش‌بینی می‌کنند که شرکت سونی در آینده، دیگر پلی‌استیشن بعدی (PlayStation) را به شکل سخت‌افزاری ارائه نخواهد کرد. بلکه پلی‌استیشن بعدی تنها به شکل خدمات خواهد بود.

با وجود سرعت کندی که هست، بسیاری از شرکت‌های فعال در حوزه بازی مانند اسکورتر انیکس (Square Enix)، الکترونیک آرتز (Electronic Arts) و نینتندو (Nintendo) وارد حوزه رایانش ابری شده‌اند. با در نظر گرفتن هزینه سخت‌افزاری که در ابتدا شرکت‌ها باید متحمل شوند، می‌توان گفت که به شکل کلی، رایانش ابری به نفع شرکت‌های فعال در حوزه بازی است. چون شرکت‌ها به‌صورت شرکت ارائه‌کننده خدمات درآمده و دیگر نیازی به این نخواهد بود که هر چند سال یکبار سخت‌افزار کنسول خود را ارتقاء داده و برای حمل و ارسال کنسول‌ها به نقاط مختلف دنیا متحمل هزینه شوند. بنابراین بدون نیاز به تهیه سخت‌افزار گران قیمت و تنها با داشتن یک سخت‌افزار ارزان که نقش یک گیرنده را بازی می‌کند، بسیاری از افراد خواهند توانست که با بودجه مالی اندک، بازی‌های روز را تجربه کنند. همچنین رایانش ابری تا حد زیادی از کپی غیر قانونی بازی‌ها جلوگیری خواهد کرد.

اجرای بازی‌ها از طریق رایانش ابری به این معنا نیست که رایانش ابری دقیقاً مانند یک کنسول و یا یک رایانه شخصی معمولی عمل می‌کند، بلکه رایانش ابری در حوزه سخت‌افزار و هوش مصنوعی، عملکرد بهتری را از خود نشان داده و کاربران می‌توانند تجربه بهتری را هنگام انجام بازی‌ها داشته باشند.



مجید رحمانی

منتقد و گیمر دیزاینر

از کنترلر تا انجین، با وساطت قلم تأثیر منتقد بودن در بازی‌سازی

عادت کردن به سه عینک برای یک بازی مشخص، کار آسانی نیست و من هم هنوز راه زیادی تا یاد گرفتن کامل آن دارم اما همان‌طور که ورود به عرصه نقد و بررسی بازی به من یاد داد که خیلی وقت‌ها با نه گفتن به خواسته‌های بازی و اجتناب از اجباری که گیمر پلی به بازیکن تحمیل می‌کند می‌توان دیدی غیر هیجانی و احساسی به بازی به‌دست آورد و در مسیر نقد آن قدم برداشت؛ عینک بازی‌ساز نیز به آدم یاد می‌دهد که مکانیک‌ها، مراحل و سیستم‌های بازی را تحلیل و آنالیز کرده و تلاش کند از سازوکار آن‌ها سر در بیاورد. خیلی وقت‌ها ممکن است یک سیستم بازی از دید طراحی بازی عالی باشد اما در مقیاس بزرگ‌تر با سایر سیستم‌ها همخوانی نداشته باشد و با وجود این که روی هم رفته، تجربه‌ی خوبی به مخاطب بدهد، اما نظر منتقدان را جلب نکند. بازی‌های بسیار فراوانی وجود دارد که نظر گیمرها، منتقدان و بازی‌سازان نسبت به آن‌ها هم‌سو نیست. به‌عنوان مثال، دنباله‌های یک فرنچایز محبوب، ممکن است نظر گیمرها و منتقدان را جلب کند اما از نظر بازی‌سازها چندان کار خاص و عجیبی در آن صورت نگرفته و همه‌چیز به‌صورت استاندارد در کنار هم دارند درست کار می‌کنند. البته این که به‌عنوان یک بازی‌ساز، خلاقیت و نوآوری یک بازی برای‌تان مهم‌تر باشد یا استاندارد کردن سیستم‌های آن و اطمینان از فروش، سلیقه‌ای است.

خلاصه این که ورود به بازی‌سازی از طریق نقد بازی، قدمی رو به جلو است ولی ابداً کافی نیست. شاید تنها بتوان آن را به مثابه دروازه‌ای برای عبور از دنیایی که می‌شناسید به یک دنیای نیمه ناشناخته دیگر مانند کرد، دنیایی که از دروازه‌های دیگری نیز می‌توان وارد آن شد.

◀ سال ۸۸ کنکور را که دادم، برای مجله‌ای معتبر درخواست همکاری فرستادم تا در نقد و بررسی بازی‌ها کمک کنم، آن زمان این فرصت را گزینه‌ی خوبی برای فراگرفتن دیدی جدید نسبت به بازی کردن می‌دانستم و خوب خوشبختانه شانس همکاری را پیدا کردم و تا الان پا برجاست. من که سال‌ها گیمر بودم به واسطه مسئولیت جدیدی که پیدا کرده بودم حالا باید بازی‌ها را جور دیگری می‌دیدم. باید عینک مخاطب را کنار گذاشته و بازی‌ها را با دید منتقد بررسی می‌کردم، دیدگاهی که منکر آن نمی‌شوم که باعث می‌شود از بعضی از بازی‌ها کم‌تر لذت ببرید، زیرا به دنبال چیزی برای نقد کردن مثبت یا منفی در آن هستید. سال‌ها نقد و بررسی بازی‌ها عشق و عطش من به ساخت آن‌ها را بیش‌تر و بیش‌تر کرد چرا که به مرور یاد گرفتم به بازی‌ها عمیق‌تر نگاه کنم و در پس هر چیزی که روی صفحه نقش می‌بندد از خودم بپرسم که چرا و برای چه این کار را انجام داده‌اند؟ هر چه بیش‌تر به یافتن این جواب‌ها نزدیک‌تر می‌شدم، تصور کردن خودم در مقام یک سازنده نیز بیش‌تر می‌شد. در این مقطع، تا حدودی یاد گرفته بودم که بازی‌ها را با دو عینک گیمر و منتقد، بازی کنم اما به محض باز شدن پنجره‌ای برای ساخت بازی که تاسیس انستیتو ملی بازی‌سازی بود و ثبت‌نام در آنجا، به مرور فهمیدم که عینک سومی هم به اسم عینک بازی‌ساز وجود دارد.





آینده ویدیوگیم ایران چه خواهد شد؟ معادلات جدید بازار جهانی

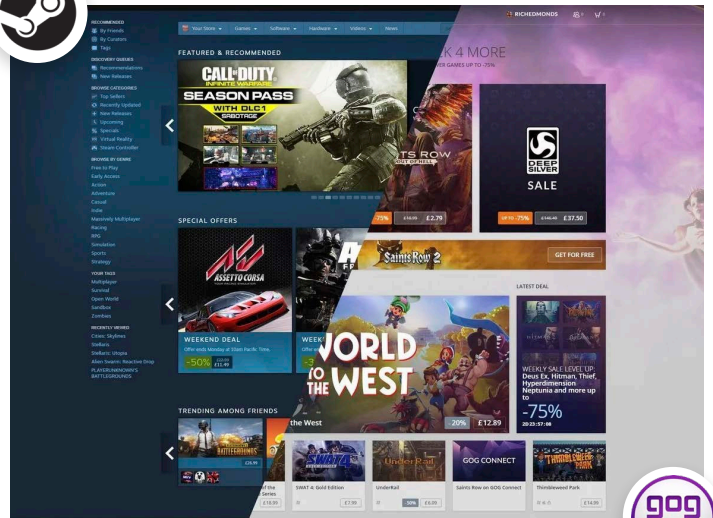
بگذارید اول، مقداری حدس و گمان از آینده ویدیوگیم جهان ردیف کنم تا به ایران برسیم. البته چیزهایی که در ذهن دارم تماماً ادعاست و طبیعتاً کسی از آینده خبر ندارد. اما فکر می‌کنم تفاوت انسان با حیوان این است که انسان می‌تواند آینده را پیش‌بینی کند ولی احتمالاً حیوان نمی‌تواند.

در سال‌ها و اتفاقاً ماه‌های اخیر، اتفاقات جدیدی در حوزه فروش ویدیوگیم در جهان افتاده است. تا قبل از این، وضعیت مارکت جهانی تقریباً این‌طور بود که به غیر از کنسول‌های بازی که فروشگاه‌های مخصوص و انحصاری خودشان را داشتند، مارکت بازی‌های موبایل توسط دو قطب اصلی و مهم، یعنی گوگل و اپل اداره می‌شد. مارکت پی‌سی هم تقریباً تماماً به دست استیم از شرکت Valve و مارکت کوچکتر GOG بود. البته هزاران فروشگاه دیگر هم برای موبایل و پی‌سی وجود داشتند و دارند، اما ما عجبالتاً با آن‌ها کاری نداریم. چرا که بیش‌ترشان محلی، کوچک و بی‌اعتبار هستند. در این میان البته کشور چین، استثناء است که احتمالاً مارکت‌های محلی خودش را با میلیون‌ها نفر مشتری دارد.



FORTNITE

کار را کرده است و در اولین اقدام، فروشگاه بازی‌های پی‌سی خود را به روی عموم باز کرد و درصد شراکت از فروش را که تا به امروز همواره ۳۰ درصد بود، به ۱۲ درصد کاهش داد. این خودش یعنی بهم زدن همه چیز. البته اینک، باز هم جلوتر رفت و بازی‌های موبایلی که خودش تولید کرده بود را از روی گوگل پلی استور و اپ استور حذف کرد. در ادامه اینک خبر داد که قصد دارد یک فروشگاه اندروید مخصوص ویدیوگیم در سال ۲۰۱۹ تأسیس کند و برای تأسیس فروشگاه iOS با اپل در حال چانه‌زندن است. یادمان بیافتد که تا به امروز هیچ نهاد یا شرکت بزرگ، معتبر و درست و درمانی در حوزه ویدیوگیم قصد تأسیس فروشگاه بازی‌های موبایل را نکرده است. دلایلش هم واضح است. چون رقابت با گوگل و اپل به نظر ناممکن می‌رسد. اما اینک که سال ۲۰۱۸ از فروش فورتنایتش فقط ۲/۵ میلیارد دلار درآمد کسب کرده، حالا قصد دارد این کار را بکند. در این میان، ماجرای وب‌سایتی را برای شما یادآوری می‌کنم به اسم استیم اسپای یا همان جاسوس استیم. این وب‌سایت در سال ۲۰۱۵ توسط آقای سرگی گالیونکین راه‌اندازی شد و اطلاعاتی در باب فروش بازی‌های پی‌سی استیم ارائه می‌داد. جالب است بدانید که سرگی گالیونکین در اواخر سال ۲۰۱۶ اعلام کرد که سمتی در اپیک گیمز شرق اروپا گرفته است. چه سمتی؟ رئیس انتشار اپیک شرق اروپا! اما وقتی در سال ۲۰۱۸، اپیک اعلام کرد که می‌خواهد فروشگاهش را رونمایی کند، گالیونکین خبر داد که چند سال است دارد با اپیک روی ساخت فروشگاه همکاری می‌کند. حالا از کی؟ الله اعلم. با این تفاسیر می‌توان حدس زد که قرار است اتفاقات جدیدی در حوزه فروش ویدیوگیم در جهان بیافتد. شاید انحصار استیم، گوگل و اپل خاتمه یابد و شاید هم رقیبان دیگری از جاهای دیگر از راه برسند.



در یکی دو ماه اخیر، یعنی اواخر ۲۰۱۸ و اوایل ۲۰۱۹ شاهد ظاهر شدن یک رقیب جدید و جدی در حوزه فروش ویدیوگیم بودیم. این رقیب که اصالتاً قدیمی است ولی جدیداً به سراغ فروش ویدیوگیم رفته، شرکت اپیک گیمز آمریکاست. اپیک گیمز که ظاهراً به تازگی با فروش محصول جدیدش یعنی فورتنایت (Fortnite) درآمد زیادی کسب کرده، قصد دارد معادلات مارکت را بهم بزند و نظم جدیدی بر آن حاکم کند. یادمان نرود که به قول فیلسوف گرانسنگ برتراند راسل، اگر بخواهی به یک سیستم، نظم بیش‌تری بدهی، مجبور هستی در ابتدا به آن مقداری بی‌نظمی (آناارشی) تزریق کنی. فلذا اپیک گیمز هم که قصد نظم دادن جدیدی به مارکت ویدیوگیم را دارد در ابتدا باید معادلات قدیمی را بهم بزند. اتفاقاً اپیک همین

آینده ویدیوگیم ایران چه خواهد شد؟

استیم در سال ۲۰۱۸ حدود ۱۲۵ میلیون نفر بوده و فوریتایت به تنهایی ۸۰ میلیون کاربر فعال داشته است. پس احتمالاً خیلی فاصله زیاد نیست. از آن طرف، به دلیل زیاد بودن تعداد محصولات در استیم، بازی‌های مستقل، زیاد دیده نمی‌شوند و خیلی از بازی‌های خوب هم اتفاقاً می‌سوزند و از بین می‌روند. فلذا فروشگاه اپیک حداقل عجلتاً می‌تواند یک مکان خلوت‌تر برای محصولات مستقل باشد که بیش‌تر دیده شوند. به تازگی چند کشور اروپایی در ساخت بازی، در حال پیشرفت هستند، از آن جمله اند لهستان، سوئد، اسپانیا و دانمارک. به زعم من کفایت می‌کند که اپیک گیمز در باب همین چند کشور، تصمیم درستی بگیرد تا بازارشان را انحصاری کند. البته منظور، انحصار زورکی نیست، بلکه خودشان به سمت اپیک بیایند.

حدس من این است که بازی‌سازان مستقل پی‌سی در سال ۲۰۱۹ به سمت فروشگاه اپیک می‌روند. البته که باید صبر کرد و دید که فروشگاه اندرویدش چه خواهد بود. یادمان باشد که مشکل دیده نشدن بازی‌ها در فروشگاه گوگل و اپل، خیلی جدی‌تر و حادثه‌تر است.

بازی‌سازان ایران چه خواهند کرد؟

چند مانع برای بازی‌سازان ما در ایران وجود دارد که باعث می‌شود محصولاتشان را فقط منحصر به کافه بازار کنند.

اول مشکل نقل و انتقال بانکی است. این دیگر توضیح ندارد و همه می‌دانند که ما مشکل باز کردن حساب خارجی داریم و حساب داخلی ما فقط به درد داخل ایران می‌خورد.

دوم دم دست بودن کافه بازار. کافه بازار با وجود مشکل نقل و انتقال بانکی ایران، تبدیل به یک فروشگاه بزرگ شده که حدود ۴۰ میلیون کاربر دارد. تقریباً همه چیز را هم فیچر می‌کند و بازی‌ساز، دیگر در دسر تبلیغات و پیدا کردن ناشر و غیره و ذلک ندارد. فقط بازی را می‌سازد و می‌فرستد روی کافه بازار، بعد صبر می‌کند تا فیچر شود و بعدش می‌بیند که چقدر داندلود شده و چقدر فروخته است. اگر بازی فروشش خوب نباشد طبیعتاً خودش مقصر است نه چیز دیگر. البته که کافه بازار چند فرصت مجدد هم معمولاً به بازی‌سازان می‌دهد که این هم مزید بر علت است.

سوم گم شدن محصولات ما بین آن همه محصول در فروشگاه‌های خارجی. این یکی، چاره‌اش خیلی سخت است. بازی‌ساز مستقل باید بعد از ساخت محصولش، سراغ رسانه‌ها و ناشران برود که ضمانت بیش‌تری برای فروشش داشته باشد. البته که بازی‌سازان ما اصلاً این قسمت از کار را بلد نیستند.



بازی‌سازان مستقل چه خواهند کرد؟

در این میان چیزی که بیش‌تر برای ما اهمیت دارد، بازی‌سازان مستقل هستند. چرا که شرکت‌های بزرگ، کار خودشان را می‌کنند و زمین هم نمی‌خورند. اما شرکت‌های کوچک مجبور هستند تصمیمات جدیدی بگیرند و اشتباه هم نکنند. در عین حال که در ایران ما شرکت بزرگ بازی‌ساز نداریم. فلذا سعی می‌کنم در چند خط حدس بزنم که بازی‌سازان مستقل خارج از ایران چه تصمیماتی را قرار است بگیرند و بعد می‌رویم سراغ ایران.

من فکر می‌کنم بازی‌ساز مستقل کاری ندارد که فروشگاه مال چه کسی است و کجاست و غیره و ذلک. فقط به این فکر می‌کند که اگر شده ۱۰۰۰ تا بیش‌تر بفروشد و در این میان، شرافتش هم به خطر نیفتد. قاعدتاً مشارکت با اپیک، شرافت کسی را به خطر نمی‌اندازد و کافی است مدیرانش یکی دو تا تصمیم درست برای شرکت‌های مستقل بگیرند و همه را به سمت خودشان سرازیر کنند. یادمان نرود که تعداد کاربران فعال سالانه



چهارم موضوع مالیات فروشگاه‌های داخلی. اصلی‌ترین فروشگاه داخلی ما در حال حاضر مالیات بر درآمد نمی‌دهد چرا که دانش‌بنیان است و معاف از مالیات. مالیات بر ارزش افزوده را هم تا جایی که بتواند به گردن بازی‌ساز می‌اندازد. کافی است به هر دلیلی، دولت مالیات بر درآمد فروشگاه را برگرداند. مثلاً پایان مدت دانش‌بنیان بودن، یا تغییر قانون یا هر چی. به این موضوع اضافه کنید عوارض محصولات خارجی را که مجلس در سال ۹۷ تصویب کرد و به این موضوع اضافه کنید فروشگاه‌های جدید خارجی که قرار است درصد مشارکت کم‌تری بگیرند. به نظر می‌رسد، مارکت موبایل محلی ایران روی لبه‌ی تیغ حرکت می‌کند و هر لحظه ممکن است پایش سر بخورد. از هر طرف هم که سر بخورد، می‌افتد.

پنجم کاهش قدرت خرید مردم. یادمان باشد که بازی، نوعی از سرگرمی است و اصلاً کسی برای ادامه حیات احتیاجی به ویدیوگیم ندارد. وقتی قدرت خرید مردم کم شود، شروع می‌کنند از هزینه‌های غیر ضروری کم کردن. ویدیوگیم هم جزو اولین هزینه‌های غیر ضروری است. اینجا هم که بازی‌های کرک شده فراوان است.

اجمالاً حدس می‌زنم در آینده نزدیک، وضعیت مناسبی برای فروش بازی‌های فری تو پلی (F2P) اندروید در ایران شکل نمی‌گیرد. بازی‌سازی ما ممکن است کوچک شود ولی مجبور است کیفیتش را ارتقاء دهد تا بتواند در بازار خارجی بفروشد. اگر این‌طور شود نه تنها اتفاق بدی برای ما نیفتاد بلکه خیلی هم خوب شده است.

من الله توفیق

چهارم درصد مشارکت کافه بازار. کافه بازار هم مثل گوگل و اپل ۳۰ درصد از فروش را می‌گیرد فلذا فرق چندانی از این جهت برای بازی‌ساز نمی‌کند. به این موضوع اضافه کنید مالیاتی که بعد از کسر درصد مشارکت مارکت، از بازی‌ساز گرفته می‌شود که در خارج از ایران می‌تواند تا حدود ۲۵ درصد باشد. اما موضوع مالیات در داخل ایران، خیلی جدی نیست.

فکر می‌کنم همین چهار مورد کفایت بکنند. حالا ببینیم چه چیزی باعث می‌شود بازی‌سازان ایران، من بعد به فروش خارجی فکر کنند.

اول درصد مشارکت اپیک که ۱۲ درصد است. البته که در این میان، چت کلاینت دیسکورد هم اعلام کرده قصد راه‌اندازی فروشگاه را دارد و فقط ۱۰ درصد از فروش را می‌گیرد. این موضوع ممکن است باعث هجرت بازی‌سازان ما از کافه بازار به خارج شود.

دوم تصمیم‌گیری‌های نادرست کافه بازار. شخصاً در طی این سال‌ها هیچوقت ندیدم که مدیران کافه بازار، تصمیمات هوشمندانه و درست و درمانی بگیرند. فلذا طبق استدلال استقرایی این بار هم، در این شرایط پولیتیکی، تصمیمات درستی نمی‌گیرند.

سوم کاهش ارزش ریال. این موضوع اساساً باعث می‌شود که کشور به سمت صادرات میل کند. صادرات محصولات فیزیکی توسط دولت، قابل کنترل است ولی صادرات محصولات دیجیتال، اصولاً قابلیت کنترل ندارد. پس بازی‌سازان ما به هر دری خواهند زد که بازی‌شان را خارج از ایران بفروشند و چیزی غیر از ریال دریافت کنند.



 @GAMEOVERMAG



تیم او

کانال رسمی اولین نشریه چاپی-الکترونیکی
تخصصی گیم در دانشگاه‌های کشور



Scan me

فرصت
شغلی

آموزش

رویداد

تریلر

اخبار



نازنین نوری

کارشناسی ارشد آموزش زبان انگلیسی



آیدین نوری

کارشناسی ارشد مهندسی کامپیوتر

مصاحبه اختصاصی با Christian Rose از استودیوی Creative Mobile

شوم که همه کارها را می‌تواند انجام دهد. بنابراین، از سال ۲۰۰۵ به‌عنوان توسعه‌دهنده و انیماتور کار خودم را آغاز کردم و از سال ۲۰۱۲ هم تصمیم گرفتم دیگر به ساخت بازی ادامه ندهم و به تجارت بپردازم؛ دوست داشتم تجارت خودم را داشته باشم یا به یک موقعیت مدیریتی خوب برسم. پس از آن زمان به‌عنوان Creative Producer مشغول به کار شدم و برخی از امور تجاری مانند توسعه روابط را انجام دادم و از آن سال در شرکتی به نام Creative Mobile که در استونی مستقر است، کار می‌کنم. هرچند که ۱۴۰ نفر این‌جا مشغول به فعالیت هستند، اما در عین حال، استودیوی مستقل به حساب می‌آید و می‌توانم بگویم خیلی خوش‌شانس هستیم که حرکتی هوشمندانه و دقیق را انجام دادیم و بازی Drag Racing را در سال ۲۰۱۱ ساختیم که باعث ایجاد ژانر جدیدی شد. خوشبختانه از آن به بعد، خیلی رشد کردیم و به‌مدت سه سال (یعنی سال‌های ۲۰۱۳، ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵) جزو ۵۰ توسعه‌دهنده برتر بازی جهان توسط Pocket Gamer شناخته شدیم. فکر می‌کنم بیش‌تر از دیگر شرکت‌ها هم بازی‌های مسابقه‌ای (Racing) ساختیم؛ چرا که خیلی طرفدار مسابقات اتومبیل‌رانی بودیم و جالب است بگویم که چند نفر از اعضای تیم‌مان نیز جزو رانندگان حرفه‌ای هستند. با این وجود، چند سال قبل تصمیم گرفتیم که به دیگر ژانرهای بازی هم ورود کنیم و هیچ اهمیتی هم نداشت که چه ژانری را برای توسعه بازی انتخاب کنیم؛ زیرا همیشه سعی کردیم بازار را هوشمندانه به‌دست بگیریم و کار جدیدی را ارائه دهیم. به‌عنوان یک بازی‌ساز مستقل، انجام این کار و تولید بازی‌های خاص و منحصر به فرد وظیفه ما است. تا به حال، ما بازی‌های زیادی را توسعه ندادیم؛ چرا که ساخت هر بازی در شرکت ما بین ۲ تا ۳ سال به‌طول می‌انجامد؛ اما نقطه قوت Creative Mobile این است که همیشه چیزهای جدیدی را خلق و ارائه می‌کند.

استودیوی Creative Mobile یک توسعه‌دهنده و ناشر مستقل بازی در شمال اروپا است. این شرکت در سال ۲۰۱۰ تاسیس و به‌سرعت به یک استودیوی بازی‌سازی پیش‌رو تبدیل شد؛ به‌طوری که بازی‌های اندروید و iOS آن همیشه در لیست دانلودها، جزو بهترین‌ها بوده‌اند. در میان بازی‌های تولیدی این استودیو، Drag Racing، Beholder، ZooCraft، Nitro Nation Online، Drag Racing قرار دارند که برای مثال بازی Drag Racing بیش از ۳۵۰ میلیون دانلود داشته است. باید اضافه کرد که Creative Mobile به تازگی یک تیم تحقیق و توسعه برای نمونه‌سازی بازی‌هایی از ژانرهای مختلف تشکیل داده است تا بتواند بازی‌های جدیدی را در سبک‌های مختلف، توسعه داده و عرضه کند.

CREATIVE MOBILE



سلام، لطفا خودتان را برای مخاطبان گیم‌آور معرفی کنید.

سلام، من Christian Rose هستم. کارم را در زمینه بازی از سال ۲۰۰۰ و از مدل‌سازی سه‌بعدی شروع کردم. در آن سال‌ها، یادگیری هر چیزی در مورد مباحث دوی بعدی و سه‌بعدی یا هر چیز دیگری بسیار سخت بود؛ چرا که جز تعداد کمی کتاب که تازه اگر پیدا می‌شد، هیچ آموزش ویدیویی یا یوتیوبی مثل الان وجود نداشت که بتوانیم راحت با جست‌وجو دو کلمه کلیدی به سرزمینی از آموزش‌ها قدم بگذاریم. کارم از شرکت Maya شروع شد که تقریباً ۳ سالی آن‌جا به‌عنوان مدل‌ساز فعالیت می‌کردم. پس از آن به مدت ۵ سال انیماتور بودم که در همان زمان هم به سمت یادگیری برنامه‌نویسی رفتم. چون خیلی دوست داشتم تا روی پای خودم بایستم و توسعه‌دهنده‌ای



بسیار عالی. می‌توانید به ما بگویید که چالش برانگیزترین الگوریتمی که روی آن کار کرده‌اید چه بوده است؟

چه سوال سختی! قطعاً مشکلاتی برای توسعه‌دهندگان و کسانی که تازه برنامه‌نویسی را شروع کردند، پیش می‌آید. یکی از قدیمی‌ترین مشکلات، مرتب‌سازی (Sorting Algorithm) است. بنابراین یکی از چیزهایی که برای من بسیار سخت بود، نحوه‌ی مرتب کردن اعداد بدون استفاده از شرط if بود.

چگونه اطلاعات برنامه‌نویسی خود را بهبود دادید؟

از آنجایی که ۶، ۷ سالی است که دیگر به‌عنوان یک توسعه‌دهنده کار نمی‌کنم، به اطلاعات برنامه‌نویسی خودم چیزی اضافه نکرده‌ام. تنها کاری که انجام می‌دهم این است که هر زمانی که یک موتور جدید عرضه می‌شود، خودم هم آن را امتحان می‌کنم تا ببینم چگونه کار می‌کند؛ چرا که به‌عنوان Creative Producer مشغول به فعالیت هستم، یک تیم برای خودم دارم و اعضای آن چیزی را که من در ذهن دارم می‌سازند. بنابراین داشتن درکی از این که موتورهای مختلف چگونه عمل می‌کنند، ضروری است.

صنعت بازی‌های ویدیویی را در آینده چطور می‌بینید؟

سوال بسیار خوبی است. قطعاً تحولاتی در این صنعت در آینده رخ خواهد داد که به‌وضوح می‌توانیم آن‌ها را پیش‌بینی کنیم. بازیکنان قرار است که بیش‌تر بازی‌های برخط چندنفره گسترده (MMO) را انجام دهند. مثل این که به ۱۵ سال گذشته برگردیم؛ زمانی که بازی‌های MMO بسیار رواج یافتند و محبوب شدند. از نظر من، بازار، خیلی رقابتی‌تر هم می‌شود؛ چرا که خانم‌ها بیش‌تر و بیش‌تر به این صنعت وارد می‌شوند. بدین ترتیب سال‌های آینده، سال‌های بازی‌های چندنفره، بلادرنگ و رقابتی است. به علاوه، امیدوارم که تولیدکننده‌هایی مثل مایکروسافت و سونی برای اکس باکس و پلی‌استیشن، VR set های رایگانی را تعبیه کنند. آن‌ها با انجام این کار می‌توانند برای VR، طرفداران بیش‌تری را جذب کرده و در نتیجه، درآمد بیش‌تری هم کسب کنند؛ به این خاطر که تا به حال، تعداد افراد کمی VR را خریداری کرده‌اند. بالاخره باید جایی پولی صرف شود تا درآمدی هم به‌دست آید. مگر نه؟



چه چیزی الهام‌بخش شما برای تغییر حرفه‌تان از انیماتوری به برنامه‌نویسی بود؟

خب، زمانی که شما یک نوجوان هستید، خیلی از تخیل‌تان استفاده می‌کنید و اتفاقاتی که احساسات شما را درگیر می‌کنند، تأثیر زیادی بر شما می‌گذارند. این بود که باعث شد به سمت هنر، تمایل زیادی پیدا کنم. هم‌چنین ریاضیاتم اصلاً خوب نبود؛ ولی درس‌هایی را مطالعه کردم تا پیشرفت کنم و واقعا بتوانم مثل Neo در ماتریکس شوم. من در مباحث سه‌بعدی خوب و در انیمیشن خیلی بهتر بودم. بنابراین می‌خواستم تا طعم کار جدیدی را بچشم و تصمیم گرفتم تا تغییر کنم.



چه چیزی باعث شد شرکت شما در میان ۵۰ شرکت برتر قرار گیرد؟

خیلی سوال خوبی پرسیدید. می‌توانم در مورد آن خیلی توضیح بدهم. زمانی که با شرکت‌های مختلف راجع به بازی، ژانرها و تجارت صحبت کردم، در مورد استراتژی‌ها نیز فکر کردم. مثلاً فرض کنید که در میان بسیاری از سازندگان پولدار قرار دارید، در حالی که هیچ بودجه‌ای در اختیار نداشته اما هوش سرشاری دارید. می‌دانید که اگر پول نداشته باشید، حداقل باید باهوش باشید. بنابراین ما تصمیم گرفتیم که مسیر دیگر شرکت‌ها را ادامه ندهیم و در بازار بازی، هوشمندانه عمل کرده و مثل هیچکس دیگر نباشیم. در واقع ما ژانرهایی را با ساختن بازی‌هایی مثل Drag Racing و Mushroom Wars ایجاد کردیم. بنابراین هرچه که بازی‌های منحصربه‌فردی بسازید، می‌توانید نفوذ بیش‌تری در بازار داشته باشید. شرکت‌هایی مانند گوگل، اپل و پاکت گیمر احق نیستند. آن‌ها قدرت نفوذ یک شرکت را در بازار، ارزیابی می‌کنند؛ این قدرت به پول یا تعداد دانلودها بستگی ندارد. ما توانسته‌ایم قدرت نفوذ بالایی داشته باشیم با وجود این که در مقایسه با شرکت‌های دیگر مثل Playrix، شرکت کوچکی هستیم. تعداد کارمندان آن‌ها حدود ۱۰ برابر ماست اما ما به‌عنوان یک شرکت کوچک‌تر در همان رویدادها و کنفرانس‌ها شرکت می‌کنیم و این اتفاق به این علت است که سعی می‌کنیم تا شرکتی بی‌همتا باشیم.



آیا تا به حال بازی‌های ایرانی را امتحان کرده‌اید؟

بله. من بازی‌های ایرانی را بازی کرده‌ام اما نه در کشورم، در TGC؛ زیرا بیش‌تر آن‌ها در بازارهای خارج از ایران موجود نیستند. راستش را بخواهید هیچ کدام از بازی‌ها را دوست نداشتم؛ اما نه از دیدگاه یک گیمر، بلکه از دیدگاه یک Creative Producer. بازی‌هایی که بسیار زیبا و جذاب بودند و از آرت استایل بی نظیر و مکانیک خوبی استفاده کرده بودند، اما من توانستم بازی‌ای که بتواند همه چیز را به‌طور مساوی ترکیب کند و از کیفیت کلی خوبی برخوردار باشد، ببینم. قطعاً بازی‌های خوبی در ایران وجود دارند اما متأسفانه من آن‌ها را در رویداد TGC ندیدم. علاوه بر این، از آن جایی که حساب کاربری در کافه بازار ندارم، به احتمال زیاد خیلی از بازی‌های خوب را از دست داده‌ام. نکته واضح در این جا این است که صنعت بازی در ایران کمی عقب‌تر از دیگر کشورهاست. زیرا شما دیرتر وارد این صنعت شده‌اید و می‌توانم بگویم که تا پنج سال آینده می‌توانید این فاصله را بسیار کم‌تر کنید؛ چرا که بازی‌هایی که من در کشور شما دیدم، از اصول و روش‌هایی استفاده می‌کنند که ما حدود ۵ سال پیش استفاده می‌کردیم. منظورم بافت‌های زیاد و جزئیات بسیار در بازی‌های موبایل است. با این حال، یکی از بازی‌هایی که واقعا نظر مرا جلب کرد، قصه بیستون بود که روی جلد شماره دوم نشریه شما هم هست. به نظر من، رسانه‌هایی مثل شما باید در یافتن سرمایه‌گذار و حمایت از این شرکت‌ها بکوشند. قطعاً استودیوی بلک کیوب گیمر می‌داند که چگونه می‌تواند بازی‌های خوبی را بسازد؛ نه تنها از نظر طراحی و بصری و داستان‌سرایی، بلکه از لحاظ چیزی که بیش‌تر توسعه‌دهندگان در ایران نمی‌دانند یا فراموش می‌کنند و آن هم احساسات است. منظور من از احساسات در بازی، تمام چیزهای کوچکی است که در بازی قرار می‌دهید تا حس خیلی خوبی را به گیمر منتقل کنید. برای مثال، زمانی که یک کاراکتر می‌پرد و فرود می‌آید، وقتی گرد و خاک به پا می‌شود و یک افکت یا لرزشی اتفاق می‌افتد، باعث می‌شود حسی به شما منتقل شود.

از توضیحات شما سپاسگزارم. در انتها مطلبی هست که بخواهید اضافه کنید؟

ممنون از شما. می‌خواهم تا تجربه‌ی کوچکی را که در ایران داشتم با شما هم در میان بگذارم. من متوجه مشکلاتی در بازی‌سازی ایران شدم که باید رفع شوند؛ اما در عین حال، نکته مثبتی که در کشور شما وجود دارد این است که دولت از توسعه بازی‌ها حمایت می‌کند که این خود، نکته بسیار مثبتی محسوب می‌شود. نکته دیگر این است که من از کیفیت کنفرانس‌ها در ایران شگفت‌زده شدم. برای مثال، سال پیش که در رویداد TGC شرکت کرده بودم، توقع یک مکان کوچک با تعداد افراد کمی را داشتم و کنفرانسی که از کیفیت چندان خوبی برخوردار نباشد؛ با این وجود، زمانی که به ایران آمدم از کیفیت برگزاری این رویداد حیرت‌زده شدم. من در کنفرانس بازی دبی هم شرکت کرده بودم، اما اصلاً شبیه چیزی که در ایران دیدم نبود. هیچ کاری در آنجا نمی‌شد انجام داد، هیچ کس برای صحبت کردن و هیچ بازی‌ای برای بازی کردن نبود؛ به علاوه، هیچ ارائه‌ی مفید و آموزنده‌ای هم وجود نداشت؛ در صورتی که در ایران، دوست داشتم تا روزهای بیش‌تری را در این فضا بگذرانم؛ چرا که با افراد و تیم‌های خوبی آشنا شدم.

خیلی ممنون از وقتی که در اختیار ما قرار دادید و خوشحالیم که تجربه‌ی خوبی در ایران داشتید.



حامیان این شماره



بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای



وبسایت میهن دانلود



وبسایت پردیس گیم

سافت ۹۸

یکی از بهترین مراجع نرم افزاری در ایران

وبسایت سافت ۹۸

GAMELIVE

رسانه خبری / تصویری بازی های دیجیتال

وبسایت گیم لایو

بازیخانه

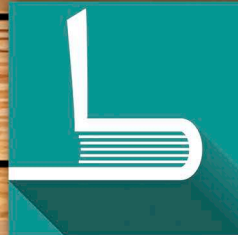
وبسایت بازیخانه

فیدلیو

نرم افزار فیدلیو

دنیای بازی

وبسایت دنیای بازی



نرم افزار طاغچه

گیم نیوز
Game News.ir

وبسایت گیم نیوز

کاجستان

نرم افزار کاجستان

کتابراه

نرم افزار کتابراه



بازیاتو

وبسایت بازیاتو



وبسایت وی جی مگ



GAMESCAN

وبسایت گیم اسکن



فصلنامه علمی، فرهنگی و خبری
انجمن علمی بازی‌های رایانه‌ای دانشگاه فردوسی
شماره پنجم . سال دوم . زمستان ۹۷

گیم‌آر