



واکاوی مسائل و اقدامات سیاستگذارانه در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)

(پیشنهادهایی برای بازآزایی تولی‌گری و اصلاح نگراشت نهادی زیست‌بوم)



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شماره مسلسل: ۱۹۳۸۵
کد موضوعی: ۲۷۰



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

تاریخ انتشار:
۱۴۰۲/۸/۲۱

عنوان گزارش:

واکاوی مسائل و اقدامات سیاستگذارانه در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)
(پیشنهادهایی برای بازآرایی تولی‌گری و اصلاح نگاهت نهادی زیست‌بوم)

نام دفتر:

مطالعات فرهنگ و آموزش (گروه فرهنگ عمومی، هنر و صنایع خلاق)

تهیه و تدوین کنندگان:

امیرحسین گنجی‌آزاد، محمدمبین قاسمی پیربلوطی، رضا مستمع

مدیر مطالعه:
رضا مستمع

ناظران علمی:

موسی بیات، مسعود حسنلو، سیدعلی محسنیان

گرافیک و صفحه‌آرایی:
سیده فاطمه ابوطالبی

ویراستار ادبی:
زهره عطاردی

واژه‌های کلیدی:

۱. بازی
۲. بازی دیجیتال
۳. رقومی
۴. سیاستگذاری



فهرست مطالب

۶	چکیده
۷	خلاصه مدیریتی
۹	۱. مقدمه
۱۱	۲. مروری بر وضعیت صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در ایران و جهان
۱۵	۳. جایگاه بازی‌های دیجیتال (رقومی) در اسناد و مصوبات قانونی
۱۸	۴. نگاهت نهادی سیاستگذاری در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)
۱۹	۵. واکاوی مسائل و اقدامات سیاستگذارانه در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)
۲۷	۶. ملاحظات و پیشنهادها
۳۱	پیوست
۳۴	منابع و مآخذ

فهرست جداول

۱۵	جدول ۱. جایگاه بازی‌های دیجیتال (رقومی) در اسناد بالادستی و قوانین
۱۷	جدول ۲. مصوبات اختصاصی حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)
۲۳	جدول ۳. اعتبارات اختصاص یافته به بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در قوانین بودجه ۶ سال اخیر (۱۳۹۷-۱۴۰۲)
۲۷	جدول ۴. بازآرایی نگاهت نهادی بازی‌های دیجیتال (رقومی)

فهرست نمایه

۲	نمایه ۱. هزینه‌کرد بازیکنان ایرانی برای سخت‌افزار و نرم‌افزار بازی‌های دیجیتال (رقومی) در سال ۱۴۰۰
۱۲	نمایه ۲. بازار جهانی بازی‌های دیجیتال (رقومی): ۲۰۲۲
۱۴	نمایه ۳. میانگین سنی بازیکنان ایرانی طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۰



واکاوی مسائل و اقدامات سیاستگذارانه در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)

(پیشنهادهایی برای بازآرایی تولی‌گری و اصلاح نگاهت نهادی زیست‌بوم)

چکیده



چارچوب سیاستگذاری آن، آرایش و شیوه نقش‌آفرینی نهادها و دستگاه‌های سیاستگذار در این حوزه با تأکید بر جایگاه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، واکاوی شده است. «تشست، موازی‌کاری و تعارض نهادی» و «افت نیروی انسانی به سبب نبود نظام صنفی توانمند، ناپایداری شغلی، حمایت‌های غیرهدفمند و نابسامانی در صدور مجوز تولید» از مهم‌ترین مسائل و «بازآرایی تولی‌گری و اصلاح نگاهت نهادی زیست‌بوم بازی‌های دیجیتال (رقومی)» در حوزه سیاستگذاری و با محوریت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، «بازبینی و اصلاح قوانین و مقررات مربوط به مالکیت معنوی با تأکید بر حقوق بازی‌سازان داخلی» و «ایجاد اتحادیه صنفی برای تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان محصولات فرهنگی (شامل شرکت‌های بازی‌سازی، سکوها و فروشگاه‌های عرضه بازی و بازی‌گاه‌ها)» از اصلی‌ترین راهکارهای پیشنهادی هستند.

با گسترش چشمگیر و پرنفوذ «بازی‌های دیجیتال (رقومی)»، این حوزه به یکی از مهم‌ترین بخش‌های بازار سرگرمی و صنایع خلاق و یکی از پرتقاضاترین جنبه‌های سبک زندگی افراد در جهان کنونی تبدیل شده است. مسائل بازی‌های دیجیتال (رقومی) در کشور از دو جنبه اصلی قابل بحث هستند. جنبه نخست، ظرفیت اقتصادی بالای این صنعت فرهنگی و لزوم استفاده از این ظرفیت برای رونق کسب و کارهای خلاق است. جنبه دیگر، مسائل فرهنگی است که با توجه به نفوذ بسیار بالای محصولات خارجی در بازار بازی‌های دیجیتال (رقومی) کشور، محتوای فرهنگ بیگانه می‌تواند آثار آسیب‌زا و دیرپایی بر کاربران به‌ویژه کودکان و نوجوانان بگذارد. با توجه به این رویکردها، ضرورت فعالیت بومی پر توان و پیوسته در عرصه بازی‌های دیجیتال (رقومی) و تولید محصول مطابق با فرهنگ ایرانی-اسلامی اولویت می‌یابد. در این گزارش، پس از وضعیت‌سنجی آماری صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) و بررسی

بیان/شرح مسئله

با وجود ظرفیت تجاری بالای بازی‌های دیجیتال (رقومی) و لزوم استفاده از این فرصت برای رونق کسب و کارهای خلاق و فرهنگی، ضعف در زمینه‌ها و شرایط لازم برای رشد و پیشرفت فعالان ایرانی این حوزه مشهود است. به طوری که طبق آمار «مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای» در سال ۱۴۰۰، با وجود حدود ۳۴ میلیون بازیکن در سنین مختلف و حدود ۹۵ دقیقه میانگین مدت زمان بازی در روز، تنها ۸/۴۲ درصد از بازی‌های فروخته شده، ساخت ایران بوده و بازار داخلی به تسخیر محصولات خارجی درآمده است. همچنین با توجه به نفوذ بسیار بالای محصولات خارجی در بازار بازی‌های دیجیتال (رقومی) کشور، محتوای فرهنگ بیگانه می‌تواند آثار آسیب‌زا و دیرپایی بر کاربران به‌ویژه کودکان و نوجوانان بگذارد. از این رو، ضرورت فعالیت بومی پرتوان و پیوسته در عرصه بازی‌های دیجیتال (رقومی) و تولید محصول مطابق با فرهنگ ایرانی-اسلامی از اولویت بالایی برخوردار است.

به دلیل کم‌توجهی به مقوله بازی در اسناد بالادستی، رویکرد سیاستی مشخص و هدفمندی برای ارتقای وضعیت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در این دسته از مصوبات قابل دریافت نیست. به این ترتیب، می‌توان «اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای» (مصوب ۱۳۸۵) و «برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای» (مصوب ۱۳۹۴) را دو چارچوب اصلی سیاستگذاری در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) دانست. آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌هایی نیز در راستای تنظیم‌گری محتوایی (ارزیابی و رده‌بندی سنی) و فرایندی (تولید و توزیع و نشر) این حوزه مصوب و ابلاغ شده‌اند که لایه اجرایی تر و خردتری از این چارچوب را نمایانگرند.

نقطه نظرات/یافته‌های کلیدی

مسائل سیاستگذاری در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) در پنج محور به صورت زیر احصا شده‌اند:

الف) مسائل عام

- ۱) ضعف سکوهای داخلی نسبت به سکوهای خارجی و تنظیم‌گری نامناسب امتیاز ترافیک نیم‌بها،
- ۲) فقدان سازوکارهای مربوط به انتشار محتوا و تبلیغات در فضای مجازی،
- ۳) نبود تعرفه گذاری نظام‌مند و متناسب با ملاحظات فرهنگی و اقتصادی کشور برای محصولات خارجی،
- ۴) مسئله احراز هویت کاربران در فضای مجازی.

ب) سیاستگذاری کلان

- ۱) فقدان نگاه همه‌جانبه سیاستگذارانه به حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) و غفلت از ابعاد کلیدی در مقاطع مختلف،
- ۲) کم‌توجهی به فرایندها و شیوه‌های فرهنگ‌سازی، ترویج و تبلیغ،
- ۳) نابسامانی و کاستی در زیرساخت‌ها، بسترها و شیوه‌های توزیع محصولات داخلی و خارجی،
- ۴) صنعتی نشدن حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) به سبب چرخه معیوب اقتصادی،
- ۵) ضعف فرهنگ مصرف بازیکنان ایرانی به سبب بی‌توجهی به تعرفه‌گذاری و مالکیت معنوی،
- ۶) ضعف در مقررات، ابزارها و دستگاه‌های نظارتی به‌ویژه در خصوص رده‌بندی سنی و تکثیر غیرقانونی بازی‌ها.

ج) بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای

- ۱) ابهام در ماهیت و حدود وظایف بنیاد به سبب عدم تدقیق اساسنامه و نبود معیار برای سنجش عملکرد این نهاد،
- ۲) نبود ثبات رویه سیاستی و نگرش راهبردی در بنیاد و تصمیم‌گیری براساس صلاحدید شخصی یا سلیقه،
- ۳) ناچیز بودن اعتبارات اختصاص یافته به بنیاد در مقایسه با اهمیت بازی‌های دیجیتال (رقومی) و مأموریت‌های این حوزه،
- ۴) ذهنیت و جهت‌گیری منفی شرکت‌های بازی‌ساز نسبت به بنیاد و نارضایتی فعالان این عرصه از تصمیمات مدیریتی این نهاد،
- ۵) عقب افتادن بنیاد از روندها و تغییرات پرشتاب عرصه بازی و فاصله گرفتن از مرزهای جهانی صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی).

د) برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای

- ۱) ضعف‌های رویکردی و محتوایی برنامه در ابعاد الزام‌آوری، تجربه‌نگاری و رویکرد سیاستگذاری (به‌ویژه بی‌توجهی به ظرفیت‌های بخش خصوصی)،
- ۲) عدم تعیین متولی حاکمیتی برای حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)،
- ۳) مشخص نبودن نقشه راه، اولویت‌ها و سازوکارهای اجرای برنامه،
- ۴) فقدان ضمانت اجرای مستحکم، توان اجرایی لازم و ابزارهای نظارتی کافی.

ه) زیست‌بوم بازی

- ۱) افت کمی و کیفی نیروی انسانی به سبب نبود نظام صنفی



ب) تنظیم‌گری و تقنین

۱) اصلاح ساختار، عناوین و میزان بودجه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به منظور افزایش امکان نظارت و تقویت ضمانت اجرای برنامه‌ها و اقدامات،
۲) بازبینی و اصلاح قوانین و مقررات مربوط به مالکیت معنوی، حق مؤلف و حق نشر با رویکرد حمایت از بازی‌سازان داخلی،
۳) روزآمدسازی و متناسب‌سازی قوانین انتشار و تبلیغات طبق اقتضات زیست‌بوم بازی‌های دیجیتال (رقومی) و ملاحظات محتوایی و اخلاقی.

ج) حمایت و تسهیلگری

۱) ایجاد اتحادیه صنفی برای تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان محصولات فرهنگی (شامل شرکت‌های بازی‌سازی، سکوها و فروشگاه‌های عرضه بازی و بازی‌گاه‌ها) به منظور تقویت بسترهای حمایتی و نظارتی،
۲) اصلاح و هدفمندسازی حمایت‌ها با تأکید بر شیوه‌های غیرمستقیم و زمینه‌سازانه از قبیل توسعه زیرساخت‌ها، تسهیلگری مالیاتی و صدور مجوز و نیز پشتیبانی دانشی از فعالان این عرصه،
۳) حمایت مالی (اختصاص اعتبار) و معنوی (تسهیلگری زیرساختی و فرایندی) از تولید بازی‌های فاخر و ترویج محتوای متناسب با آن مبتنی بر ظرفیت‌های بومی.

د) فرهنگی و محتوایی

۱) طراحی و تدوین «الگوی ایرانی-اسلامی بازی» به منظور جهت‌دهی و ارتقای محتوای بازی‌های تولید شده و عرضه شده در کشور،
۲) برنامه‌ریزی در حوزه فرهنگ‌سازی، سواد بازی و هدایت مصرف از طریق تقویت ساز و کارهای قانونی (به‌ویژه رده‌بندی سنی)، حمایت از سکوهای موجود در این حوزه و نیز هماهنگی و مشارکت میان دستگاهی،
۳) برنامه‌ریزی به منظور ساماندهی و فعال‌سازی ظرفیت‌های آموزشی و پژوهشی و پیونددهی آنان به حوزه صنعت.

توانمند، ناپایداری شغلی، حمایت‌های غیرهدفمند و نابسامانی در صدور مجوز تولید،
۲) مهاجرت بازی‌سازان و خروج سرمایه دانشی، تجربی و ارزی از کشور و مسئله مهاجرت پنهان،
۳) ضعف در زیرساخت‌ها و ظرفیت‌های آموزشی و کمبود نیروی انسانی متخصص و دانشگاهی،
۴) بی‌توجهی به تولید بازی‌های رایانه‌ای (PC) و کنسولی (پیشانه‌ای) به سبب مشکلات مالکیت معنوی، کاهش اعتبارات حمایتی و موانع حضور در بازارهای بین‌المللی،
۵) دور شدن جریان بازی‌سازی از تولید آثار فاخر به سبب افت ساز و کارهای حمایتی و نظارتی،
۶) وابستگی مفرط بخش بازی‌های تلفن همراه به سکوی کافه‌بازار و بروز چالش‌های مربوط به ایجاد انحصار، نظارت و ارزش‌های محتوایی.

پیشنهاد راهکار تقینتی، نظارتی یا سیاستی

با توجه به مسائل و چالش‌های یاد شده، راهکارهای زیر در چهار محور پیشنهاد می‌شوند:

الف) ساختار و فرایند

۱) بازآرایی تولی‌گری و اصلاح نگاهت نهادی زیست‌بوم بازی‌های دیجیتال (رقومی) با محوریت بهبود جایگاه بازی و سرگرمی در عرصه سیاست‌گذاری کلان و تقویت ضمانت اجرای سیاست‌ها با تشکیل کمیسیون مشترک میان شورای عالی انقلاب فرهنگی (دبیرخانه) و شورای عالی فضای مجازی (مرکز ملی فضای مجازی)،
۲) تقویت زیرساخت‌های فناورانه و ارتباطی به منظور مزیت‌بخشی به خدمات و سکوهای داخلی و نیز اصلاح شیوه تنظیم‌گری ترافیک نیم‌بها،
۳) تعیین چارچوب‌ها و ساز و کارهای توزیعی مشخص و شفاف در ابعاد محتوایی و اقتصادی با تأکید بر خدمات و سکوهای ابری،
۴) تدوین نظام تعرفه‌گذاری برای واردات و عرضه بازی‌های خارجی و اعمال آن توسط یک نهاد مرجع بالادستی.

۱. مقدمه

اوقات فراغت و سرگرمی دیگر همچون گذشته امری حاشیه‌ای نیست بلکه امروزه، به یکی از مهم‌ترین و پرتقاضاترین جنبه‌های سبک زندگی افراد تبدیل شده است. به طوری که حجم انبوهی از کالاها و خدمات در سراسر جهان در حوزه «صنعت سرگرمی» تولید و ارائه می‌شود. در همین راستا، با گسترش چشمگیر و جهانی «بازی‌های دیجیتال (رقومی)»^۱ که حدود پنج دهه از پدید آمدن آنها می‌گذرد، این حوزه به یکی از مهم‌ترین بخش‌های صنعت سرگرمی تبدیل شده است. در مقایسه با دیگر بخش‌های صنعت سرگرمی، صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) بیشترین میزان درآمد را به خود اختصاص داده است. به طوری که در سال ۲۰۲۱، درآمد جهانی صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) (اعم از رایانه‌ای، کنسولی (پیشانه‌ای) و موبایلی (دستگاه‌های همراه)) ۱۹۲/۷ میلیارد دلار، صنعت کتاب (اعم از چاپی و الکترونیکی) ۱۲۰/۱ میلیارد دلار، صنعت فیلم و سینما^۲ (اعم از نمایش خانگی و پخش در سالن‌های سینما، به جز تلویزیون‌های پولی و اشتراکی) ۹۹/۷۳ میلیارد دلار و صنعت موسیقی ضبط شده^۳ (اعم از فیزیکی، دیجیتال (رقومی) و ...) ۲۵/۹ میلیارد دلار بوده که نشان دهنده اختلاف در آمدی چشمگیر صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) با دیگر بخش‌های صنعت سرگرمی است [۱].^۵

بازی‌های دیجیتال (رقومی) به دلیل پیچیدگی‌ها و مختصات گوناگون و با پیروی از قوانین تولید انبوه، طی یک فرایند پیچیده-با همکاری افراد مختلف و با استفاده از ابزارهای متفاوت-طراحی و تولید شده و عوامل گوناگونی از تجارت و صنعت را به یکدیگر پیوند می‌دهد؛ به همین دلیل کاربرد واژه «صنعت» درباره آنها معمول شده است [۲]. از سوی دیگر، بازی‌های دیجیتال (رقومی)، نقطه تلاقی و حاصل هم‌افزایی ابزارهای گوناگون جهان هنر، همچون ادبیات، نقاشی، معماری، موسیقی، سینما، پویانمایی و... در یک رسانه هنری هستند [۳]. این هنر-صنعت به دلایل متعدد اعم از جذابیت بصری، تعاملی بودن، روایت‌گونی، بازنمایی، شبیه‌سازی و غوطه‌وری،^۶ نسبت به صنایع فرهنگی دیجیتال (رقومی) دیگر، محبوبیت بسیار بیشتری در بین مخاطبان خود (بازیکنان) دارند [۴]. از این رو، باید توجه داشت بازی‌های دیجیتال (رقومی)، فراتر از سرگرمی محض بوده و می‌توان از آن برای بازنمایی ارزش‌های فرهنگی، ایدئولوژی‌های سیاسی، آموزش و تربیت،^۷ داستان‌سرایی، خلق روایت و الگو، استفاده کرد [۳].

بازی‌های دیجیتال (رقومی) به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های صنایع خلاق، از اهمیت فراوانی در ابعاد اقتصادی و فرهنگی برخوردارند. به گواه آمار،^۸ صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) طی سالیان اخیر یکی از پرسودترین و حجیم‌ترین بازارهای صنایع خلاق را دارا بوده و حتی از صنایع پرطرفدار دیگری همچون موسیقی و سینما پیشی گرفته است. از دیگر سو، افزایش چشمگیر جمعیت مخاطبان این بازی‌ها، مسائل فرهنگی خرد و کلانی را پدید آورده است. بازی‌های دیجیتال (رقومی)، به دلیل آنکه زمینه مناسبی را برای نقش‌آفرینی و تعامل مخاطب ایجاد می‌کنند، از جذابیت بالایی برخوردار بوده و در صورت تداوم حضور مخاطب در بازی، تثبیت عادات و ملکه‌سازی ارزش‌ها و رفتارهای فرهنگی را در پی دارند. از این رو، ذی‌نفعان این حوزه، به‌ویژه مسئولان متولی و سیاستگذاران مربوطه، باید با دیدگاهی چندجانبه و میان‌رشته‌ای هم به‌بعد اقتصادی این موضوع توجه کرده و هم جهت‌گیری‌ها و اقتضانات ارزشی، تربیتی و فرهنگی آن را در نظر داشته باشند [۵].

۱. Digital Games: در خصوص انتخاب عنوان دقیقی برای مطالعات بازی (Game Studies)، مجامع علمی و دانشگاهی هنوز به اتفاق نظر نرسیده‌اند. مطالعات این حوزه، بسیار گسترده و در ضمن، دچار رویکردهای متعددی شده است. اما آنچه معین است، امروزه کاربرد واژه «بازی دیجیتال (رقومی)» بسیار بیش از بازی‌های ویدئویی (Video Games)، بازی‌های رایانه‌ای (Computer Games/PC Games)، بازی‌های موبایلی (Mobile Games)، بازی‌های کنسولی (Console Games) و بازی‌های الکترونیکی (Electronic Games) است. گرایش پژوهشگران در مطالعات جدید این حوزه، به‌ویژه از سال ۲۰۱۰ تا کنون، به استفاده از مفهوم «بازی دیجیتال (رقومی)» به جای مفهوم پرکاربرد «بازی ویدئویی» بوده است. تا پیش از این، استفاده از عبارت بازی‌های ویدئویی به‌ویژه در مطالعات اروپایی و آمریکایی رواج بیشتری داشت. اما باید توجه داشت بازی‌های ویدئویی، رایانه‌ای، موبایلی (دستگاه‌های همراه) و کنسولی (پیشانه‌ای) مجموعه‌ای از بازی‌ها را شامل می‌شوند که به‌طور محدود فقط در دستگاهی (پلتفرم) خاص قابل اجرایی هستند. مثلاً اگر در اطلاق به مطالعات این حوزه از کلمه بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) استفاده کنیم، فقط گونه خاصی از بازی‌ها را در خیل دانسته‌ایم. از این جهت، بهترین اصطلاح کاربردی برای مطالعات این حوزه، «بازی‌های دیجیتال (رقومی)» است که دایره وسیعی دارد و همه انواع بازی‌ها و سکوها (پلتفرم‌ها) را شامل می‌شود [۴].

2. Filmed Entertainment

3. Pay TV

4. Recorded Music

۵. جدیدترین آمارهای مقایسه‌ای در دسترس درباره درآمد جهانی بخش‌های مختلف صنعت سرگرمی به سال ۲۰۲۱ مربوط می‌شود. آمارهای به‌روز تر مربوط به صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در ادامه آمده است.

۶. به‌عنوان مثال، به‌واسطه فناوری‌هایی همچون واقعیت افزوده (Augmented Reality)، واقعیت مجازی (Virtual Reality) و واقعیت ترکیبی (Mixed Reality).

7. Gamification

۸. در ادامه گزارش، آمارهای این حوزه در ایران و جهان به تفصیل بررسی شده‌اند.



موضوع صنعت بازی در کشور ایران نیز از دو جنبه اصلی قابل بحث است. جنبه نخست، ظرفیت تجاری و اقتصادی بالای این صنعت و لزوم استفاده از این ظرفیت برای رونق کسب و کار است. با وجود این، ضعف در زمینه‌ها و شرایط لازم برای رشد و پیشرفت فعالان ایرانی این حوزه مشهود است. طبق آمار «مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای» در سال ۱۴۰۰ «گزارش نمای باز ۱۴۰۰»، با وجود حدود ۳۴ میلیون بازیکن در سنین مختلف و حدود ۹۵ دقیقه میانگین مدت زمان بازی در روز، تنها ۸/۴۲ درصد از بازی‌های فروخته شده ساخت ایران بوده و بازار داخلی به تسخیر محصولات خارجی درآمده است [۶]. جنبه دیگر، مسائل فرهنگی است. با توجه به نفوذ بسیار بالای محصولات خارجی در بازار بازی‌های دیجیتال (رقومی) کشور، بی‌شک تأثیرات فرهنگی خاصی به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم متوجه جامعه می‌شود. همچنین نباید فراموش کرد که بخش درخور توجهی از مخاطبان این عرصه، کودکان و نوجوانانی هستند که در سنین شکل‌گیری شخصیت قرار داشته و زمان قابل ملاحظه‌ای را به انجام بازی‌های دیجیتال (رقومی) اختصاص می‌دهند. در چنین وضعیتی، محتوای فرهنگ بیگانه می‌تواند آثار آسیب‌زا و دیرپایی بر کاربران بگذارد. با توجه به این مسئله، ضرورت فعالیت بومی پر توان و پیوسته در عرصه بازی‌های دیجیتال (رقومی) و تولید محصول مطابق با فرهنگ درون‌زای ایرانی-اسلامی اولویت می‌یابد. البته در این باره نیز جنبه اقتصادی و سودآوری این عرصه، نقشی کلیدی ایفا می‌کند؛ چراکه در بازار کنونی، اگر محصول مطابق با فرهنگ بومی نیز تولید شود، همچنان در حوزه تولید انبوه و توزیع و رقابت در بازار، به راهبردهای مناسب و هدفمندی نیاز است. در غیر این صورت هر قدر هم محصول مرغوب باشد، باز نمی‌تواند تأثیرگذاری مطلوبی داشته باشد [۷]. با وجود فرصت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل متعدد در صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) کشور (از قبیل برخورداری از نیروی انسانی پر توان، محتوای فرهنگی غنی و نیاز به سرمایه اولیه کمتر نسبت به دیگر صنایع اقتصادی مرسوم)، خلأها و بی‌توجهی به زیرساخت‌ها سبب شده که در حال حاضر، بسیاری از استودیوهای بازی‌سازی ایرانی که در ۱۵ سال گذشته راه‌اندازی شده بودند، کمتر فعالیت داشته و منابع انسانی آنها عموماً به مهاجرت و جذب در استودیوهای بازی‌سازی خارجی اقدام کنند. تضادها و تعارض‌هایی که در نهاد‌های سیاستگذار این صنعت وجود دارد نیز سبب شده تا اثربخشی اقدامات آنان، بسیار زودگذر شود؛ به طوری که با گسترش ارتباطات سیار،^۲ تولید بازی‌های داخلی به ترجمه‌سازی بازی‌های خارجی تغییر پیدا کرده است که این موضوع در میان مدت سبب تغییر ذائقه مخاطبان شده و همین تغییر ذائقه، عرصه رقابت برای بازی‌های ایرانی را به شدت مضیق می‌کند [۵]. با توجه به آنچه پیرامون اهمیت و ضرورت پرداختن به مسائل بازی‌های دیجیتال (رقومی) و سیاستگذاری در این حوزه بیان شد، در این گزارش پس از وضعیت‌شناسی صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در آیینیه آمار و بررسی جایگاه آن در اسناد و مصوبات قانونی، آرایش و شیوه نقش‌آفرینی نهادها و دستگاه‌های سیاستگذار در این حوزه واکاوی شده است. در ادامه، به مسائل برخاسته از سیاستگذاری در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) و اقدامات صورت گرفته در این عرصه، پرداخته شده و در پایان نیز راهکارهایی برای بهبود وضعیت کنونی و گره‌گشایی از مسائل مورد بررسی، پیشنهاد شده است.^۳

۱. مجموعه گزارش‌های «نمای باز»، حاصل پیمایش‌های دوسالانه «مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (DIREC)»، زیرمجموعه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای است که طی ۱۲ سال گذشته به‌طور منظم انجام شده و در آن، شاخص‌ترین اطلاعات مصرف بازی‌های دیجیتال (رقومی) در ایران ارائه شده است. جدیدترین نسخه این گزارش با عنوان «نمای باز ۱۴۰۰: شاخص‌ترین اطلاعات مصرف رسانه بازی در ایران ۱۴۰۰» حاصل پیمایشی است که هر چند در تابستان و پاییز ۱۴۰۱ انجام شده، اما آمار مصرفی پاسخ‌دهندگان در سال ۱۴۰۰ جمع‌آوری شده است. در گزارش حاضر، «گزارش نمای باز ۱۴۰۰» مبنای بررسی‌های آماری در سطح داخلی قرار گرفته است.

2. Mobile Communication

۲. پیش از این، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی گزارشی با عنوان «بررسی وضعیت صنعت بازی‌های رایانه‌ای در ایران و چالش‌های آن» (تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۱۰/۲۳، شماره مسلسل: ۱۵۶۹۵)، تدوین و منتشر کرده که گزارش پیش‌رو با نگاهی فنی به مسائل این حوزه پرداخته و راهکارهایی سیاستی نیز ارائه کرده است.

۲. مروری بر وضعیت صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در ایران و جهان

(۱۳/۵ درصد) به بازار نرم‌افزار اختصاص داشته است [۶]. از ۲۶۱۲ میلیارد تومان حجم کل بازار نرم‌افزار تنها ۸/۴۲ درصد به بازی‌های بومی^۴ اختصاص دارد که عمده آن به بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) مربوط می‌شود. به‌طور دقیق‌تر، سهم بازی‌های بومی در بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) ۴۰ درصد، در بازی‌های رایانه‌ای ۳ درصد و در بازی‌های کنسولی (پیشانه‌ای) ۰/۲ درصد بوده است. همچنین سهم هزینه کرد برای بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) بومی، طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ با نرخ رشد ترکیبی سالیانه ۵۰ درصد افزایش یافته است.^۵ در خصوص دستگاه‌های کنسول (پیشانه) و رایانه نیز گرچه هزینه کرد برای بازی‌های بومی کنسولی (پیشانه‌ای) و رایانه‌ای طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ با نرخ رشد ترکیبی سالیانه ۱۸ درصد افزایش یافته، اما به دلیل افزایش بسیار بالای بازی‌های خارجی روی این دو دستگاه و نرخ بالای تبدیل ارز در سال‌های اخیر، در عمل سهم بازی‌های بومی از مجموع بازی‌های کنسولی (پیشانه‌ای) و رایانه‌ای کاهش داشته است [۶].^۶

برای شناخت بهتر و دقیق‌تر وضعیت و جایگاه صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی)، مراجعه به آمارهای موجود از این صنعت می‌تواند درک مناسبی از اهمیت و حجم آن فراهم آورد. به این منظور، در ادامه آمارهای داخلی و خارجی مربوط به این صنعت، در دو بُعد «اقتصادی» و «کاربری» بررسی شده است.

۲-۱. آمارهای اقتصادی

در سطح داخلی، مجموع هزینه کرد^۱ بازیکنان ایرانی برای سخت‌افزار و نرم‌افزار بازی‌های دیجیتال (رقومی) در سال ۱۴۰۰، برابر ۱۹۲۷۹ میلیارد تومان (حدود ۷۳۹ میلیون دلار)^۲ بوده است که این رقم، حدود ۱/۳۲ درصد از تولید ناخالص داخلی ایران در این سال را تشکیل می‌دهد. این در حالی است که نسبت مذکور در سال ۱۳۹۸، ۰/۱۸ درصد بوده است. همچنین به‌طور تفکیکی، از مجموع هزینه کرد بازیکنان ایرانی در سال ۱۴۰۰، مبلغ ۱۶۷۰۰ میلیارد تومان (۸۶/۵ درصد) به بازار سخت‌افزار (به‌خصوص کنسول (پیشانه) بازی)^۳ و مبلغ ۲۶۱۲ میلیارد تومان

۱. منظور از هزینه کرد، تمامی هزینه‌هایی است که بازیکنان برای دسترسی به نرم‌افزار یا سخت‌افزار بازی به روش‌های مختلف صرف می‌کنند. بنابراین در این عدد، علاوه بر خرید دستگاه از فروشگاه یا هزینه کردهای داخل بازی، معاملاتی همچون خرید و فروش ارز درون بازی از واسطه‌ها و تبادلات میان بازیکنان لحاظ شده و در عین حال آن دسته از درآمدهای حوزه بازی که در دسته هزینه کردهای بازیکنان نیست، محاسبه نشده‌اند.

۲. برای محاسبه نرخ تبدیل ارز، از متوسط قیمت بازاری ارز برای همه روزهای کاری سال ۱۴۰۰ (۲۶۰۸۱ تومان) استفاده شده است.

۳. رشد نرخ ارز و وابستگی مستقیم قیمت سخت‌افزار به آن، این گردش مالی قابل توجه را موجب شده است.

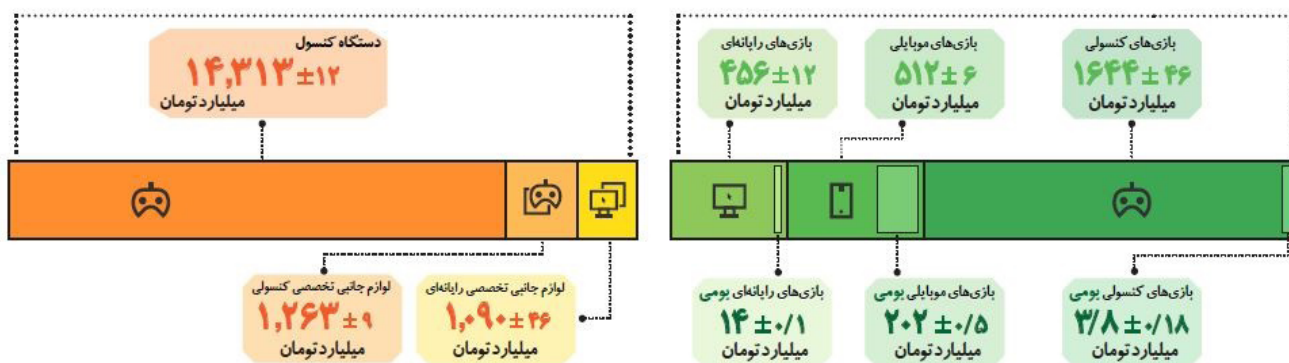
۴. بازی‌های توسعه یافته یا بومی‌سازی شده توسط شرکت‌های داخلی.

۵. در گزارش «نمای باز ۱۴۰۰»، منظور از هزینه کرد در دستگاه موبایل (همراه)، تمام هزینه‌هایی است که بازیکن موبایلی (دستگاه‌های همراه) برای دسترسی به بازی موبایلی (دستگاه‌های همراه) صرف می‌کند. این هزینه‌ها می‌توانند مواردی از قبیل خرید بازی‌های پریمیوم (نسخه پیشرفته)، انواع درون‌پرداخت، خرید حساب‌های کاربری بازی، خرید کارت هدیه فروشگاه‌های دیجیتال (رقومی) خارجی و در مواردی هزینه نصب بازی را شامل شوند. در عین حال در این هزینه کرد مواردی از جمله خرید سخت‌افزار موبایل (دستگاه همراه) و همچنین تبلیغات درون برنامه‌ای، درآمدهای سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات زیرساختی، صنایع مکمل یا درآمدهای دیگری که جزو هزینه کرد بازیکنان نیستند، لحاظ نشده است.

۶. در گزارش «نمای باز ۱۴۰۰»، هزینه کرد در دستگاه‌های کنسول (پیشانه) و رایانه به تفکیک سخت‌افزار و نرم‌افزار سنجیده شده است. بخش سخت‌افزار به دو گروه دستگاه (مختص کنسول (پیشانه)) و لوازم جانبی تخصصی بازی تقسیم می‌شود. بخش نرم‌افزار نیز مانند دستگاه موبایل (همراه) شامل هزینه کرد برای دسترسی به نرم‌افزار بازی می‌شود. درباره این دو دستگاه، مجموع هزینه کردها چه به صورت خرید بازیکنان از فروشگاه و چه به صورت خرید میادله‌ای میان بازیکنان مدنظر است.



نمایه ۱. هزینه‌کرد بازیکنان ایرانی برای سخت‌افزار و نرم‌افزار بازی‌های دیجیتال (رقومی) در سال ۱۴۰۰



منبع: [۶].

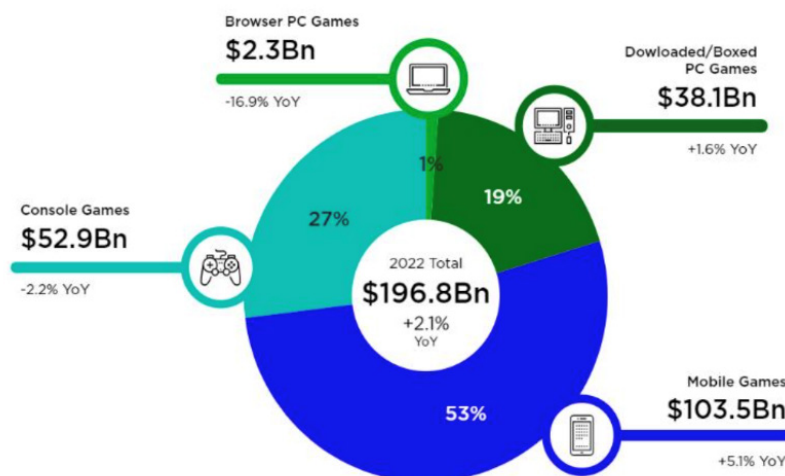
و موبایلی (دستگاه‌های همراه) در سال ۲۰۲۲، ۱۹۶/۸ میلیارد دلار درآمد جهانی داشته است. پیش‌بینی می‌شود این صنعت در سال ۲۰۲۵ بالغ بر ۲۱۱ میلیارد دلار درآمد داشته باشد. به طور مشخص، از ۱۹۶/۸ میلیارد دلار درآمد جهانی بازار نرم‌افزار، حدود ۵۳ درصد (۱۰۳/۵ میلیارد دلار) به بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه)، ۲۷ درصد (۵۲/۹ میلیارد دلار) به بازی‌های کنسولی (پیشانه‌ای) و ۲۰ درصد (۴۰/۴ میلیارد دلار) به بازی‌های رایانه‌ای اختصاص داشته است [۸].

افزون‌براین، از میان بازیکنان ایرانی تنها ۲۳ درصد خریدار بازی هستند^۱ که بر میزان زمان روزانه صرف شده برای بازی کردن نیز مؤثر بوده است؛ به طوری که میانگین زمان بازی روزانه خریداران ۱۷۳ دقیقه و غیرخریداران ۱۷ دقیقه تخمین زده شده است. همچنین میانگین سن خریداران بازی، ۲۴ سال برآورد شده است که ۸۴ درصد آنان را آقایان و ۱۶ درصد را بانوان تشکیل می‌دهند [۶].

در سطح جهانی، جدیدترین آمارها نشان می‌دهند که صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) (اعم از رایانه‌ای، کنسولی (پیشانه‌ای)

نمایه ۲. بازار جهانی بازی‌های دیجیتال (رقومی): ۲۰۲۲

2022 Global Games Market
Per Segment



منبع: [۸].

۱. منظور از خریداری بازی، عمدتاً هزینه‌های نرم‌افزاری بازیکنان است که مواردی همچون خرید دیسک (صفحه) بازی‌های کنسولی (پیشانه‌ای)، پرداخت‌های درون‌بازی، خرید کارت هدیه، خرید نسخه پیشرفته بازی و ... را شامل می‌شود.

این اساس، با توجه به جمعیت ۸۴ میلیون نفری کشور ایران در سال بررسی، از هر ۱۰۰ ایرانی ۴۱ نفر بازیکن هستند که به طور متوسط ۹۵ دقیقه در روز بازی می‌کنند (۱۱۵ دقیقه آقایان و ۶۴ دقیقه بانوان). بنابراین، طبق آخرین آمارهای موجود، سرانه مصرف بازی‌های دیجیتال (رقومی) در کشور حدود ۳۸/۵ دقیقه در روز است. همچنین ۵۶ درصد بازیکنان هر روز بازی می‌کنند. لازم به ذکر است با توجه به اینکه می‌توان مدت زمان بازی کردن را به عنوان یکی از مهم‌ترین شاخص‌های دسته‌بندی بازیکنان قرار داد، بر اساس «گزارش نمای باز ۱۴۰۰»، جمعیت ۳۴ میلیونی بازیکنان ایرانی برحسب زمان بازی به این سه دسته تفکیک شده‌اند: ۱. بازیکنان حرفه‌ای/پیش‌تاز با بیش از ۲۱ ساعت بازی در هفته و تعداد ۴ میلیون نفر، ۲. بازیکنان مصمم/پایدار با ۵ تا ۲۱ ساعت بازی در هفته و تعداد ۱۴/۵ میلیون نفر و ۳. بازیکنان علاقه‌مند/تفنی با ۱ تا ۵ ساعت بازی در هفته و تعداد ۱۵/۵ میلیون نفر [۶].

در مجموع، از سال ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۰، تعداد کل بازیکنان ایرانی با نرخ رشد ترکیبی سالیانه برابر با ۷ درصد افزایش داشته است. این رشد در سال‌های اول دهه ۱۳۹۰ بیشتر بوده که دلیل اصلی آن در این سال‌ها رشد بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) و افزایش ضریب نفوذ اینترنت و دسترسی گسترده‌تر به تلفن همراه و اینترنت بوده است. در حالی که در بازه چهارساله ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰، تعداد کل بازیکنان ایرانی با نرخ رشد ترکیبی سالیانه حدود ۴/۴ درصد افزایش داشته که بسیار نزدیک نرخ جهانی است. همچنین در هر خانوار ایرانی دارای بازیکن، به طور متوسط ۱/۹۹ نفر بازی دیجیتال (رقومی) انجام می‌دهند و متوسط سن بازیکنان ایرانی ۲۳ سال است. البته همان‌طور که در نمایه زیر مشخص است، میانگین سنی بازیکنان ایرانی به طور کلی روندی افزایشی داشته است. در این زمینه، بررسی میانگین سنی بازیکنان نشان می‌دهد که در سه سال اخیر و پس از شیوع بیماری کرونا، دگرگونی شیوه‌های کاری و تغییرات رفتاری ناشی از آن، به حضور بازیکنان جدید، افزایش مشارکت بازیکنان پیشین و رشد تعداد بازیکنان منجر شده که همین موضوع سبب افزایش میانگین سن بازیکنان در دو پیمایش اخیر شده است [۶].

از لحاظ جغرافیایی، طبق آمارهای سال ۲۰۲۲، ۱۰ کشور برتر از نظر درآمد در صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) به ترتیب عبارتند از: ایالات متحده، چین، ژاپن، کره جنوبی، آلمان، بریتانیا، فرانسه، کانادا، ایتالیا و برزیل. این ترتیب در سال‌های اخیر تقریباً بدون تغییر بوده و تنها کشور برزیل به تازگی جایگزین کشور اسپانیا در این ۱۰ کشور برتر شده است [۹]. در تقسیم‌بندی منطقه‌ای نیز آسیا-اقیانوسیه ۴۸ درصد، آمریکای شمالی ۲۶ درصد، اروپا ۱۸ درصد، آمریکای لاتین ۵ درصد و خاورمیانه و آفریقا ۴ درصد از درآمد جهانی سال ۲۰۲۲ را به خود اختصاص داده‌اند [۸]. همچنین براساس حجم بازار و میزان درآمد صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در کشورهای منطقه، کشورهای عربستان سعودی، امارات متحده عربی، جمهوری اسلامی ایران، ترکیه، کویت و مصر اصلی‌ترین بازیگران به‌شمار می‌روند. حجم بازار بازی‌های دیجیتال (رقومی) این منطقه در سال ۲۰۲۳، ۵/۷۱ میلیارد دلار تخمین زده شده و پیش‌بینی می‌شود با نرخ رشد ترکیبی سالیانه ۱۱ درصدی، تا سال ۲۰۲۸ به رقم ۹/۶۳ میلیارد دلار برسد [۱۰].

همان‌طور که پیشتر نیز اشاره شد، عمده بازار بازی‌های دیجیتال (رقومی) کشور در تسخیر محصولات خارجی است و بازی‌های بومی سهم اندکی از سبد مصرف بازیکنان ایرانی را به خود اختصاص می‌دهند. غیبت تولیدکنندگان ایرانی در محصولات سخت‌افزاری به شکل‌گیری یک بازار کاملاً مصرفی در این بخش منجر شده و میزان قابل توجهی ارز از کشور خارج می‌کند. در بخش نرم‌افزار نیز که تولیدکنندگان داخلی فعال‌تر هستند، همچنان بیش از ۹۰ درصد بازار این بخش را محصولات خارجی تشکیل می‌دهند. بنابراین، به‌رغم رشد صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در ایران -به‌ویژه در بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه)- همچنان مصرف‌کنندگان ایرانیان در این عرصه بر تولیدکنندگان آنان غلبه آشکاری دارد.

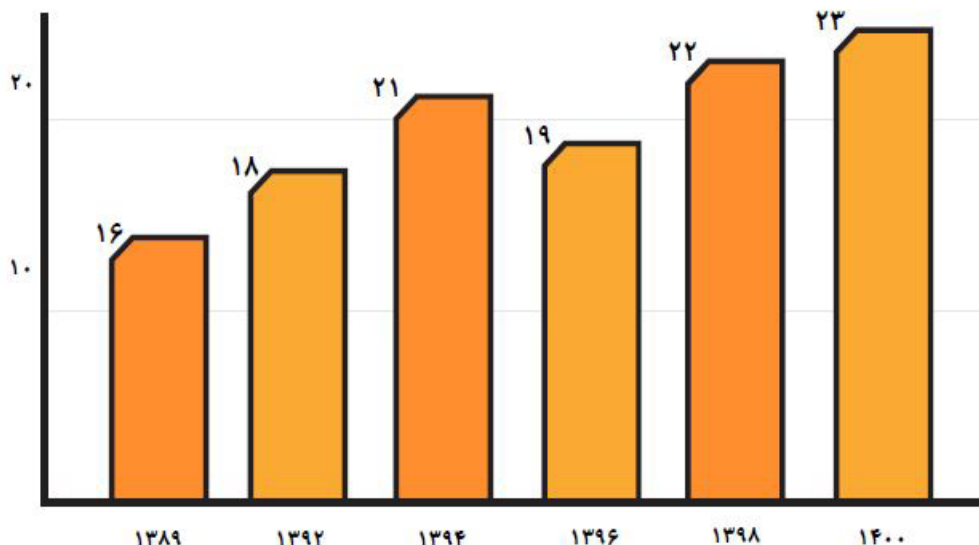
۲-۲. آمارهای کاربری

در سطح داخلی، بنابر گزارش «نمای باز ۱۴۰۰»، تخمین زده می‌شود که بالغ بر ۳۴ میلیون نفر بازیکن^۱ در سال ۱۴۰۰ بر روی مجموع سکوها و دستگاه‌ها بازی می‌کرده‌اند که از این میزان ۵۹ درصد را آقایان و ۴۱ درصد را بانوان تشکیل می‌دهند. بر

۱. در «گزارش نمای باز ۱۴۰۰»، بازیکن فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با یکی از دستگاه‌ها و سکوه‌های دیجیتال (رقومی) بازی می‌کند.



نمایه ۳. میانگین سنی بازیکنان ایرانی طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۰



منبع: [۶].

ضریب نفوذ اینترنت در ایران در سال ۱۴۰۰ به ۱۲۷ درصد رسیده است،^۲ اما باید توجه داشت که بازی‌های برخط نسبت به دیگر کاربردهای برخط، به اینترنت با کیفیت تری نیازمند هستند. شاخص‌هایی همچون میانگین تأخیر زمانی،^۳ دسترسی پایدار به سرور (کارساز) بازی‌ها و هزینه دسترسی به اینترنت از جمله مهم‌ترین معیارها برای کاربران این نوع بازی‌ها به‌شمار می‌آیند. افزون بر این، هرچه بازیکنان از لحاظ معیارهایی همچون میزان ساعات بازی، میزان هزینه کرد، تعداد سکوها و دستگاه‌های بازی و هر روز بازی کردن، حرفه‌ای‌تر شوند، استقبال بیشتری از بازی‌های برخط خواهند داشت. همچنین تنها ۱۸ درصد از بازیکنان با نظام ملی رده‌بندی سنی بازی‌های رایانه‌ای ایران (اسرا)^۴ آشنایی دارند. این در حالی است که در سال ۱۴۰۰، ۱۱۶۱ بازی موبایلی (دستگاه‌های همراه) و ۱۷۹ بازی کنسولی (پیشانه‌ای) و رایانه‌ای توسط اسرا در گروه‌های سنی مختلف رده‌بندی شده‌اند. افزون بر این، برخی بازی‌ها در هر سه دستگاه پس از بررسی طبق معیارهای اسرا، ممنوع اعلام می‌شوند [۶].

در سطح بین‌المللی، جدیدترین آمارها نشان می‌دهند که تعداد بازیکنان در سطح جهان تا ماه اوت سال ۲۰۲۳، ۳/۳۸۱ میلیارد نفر بوده و پیش‌بینی می‌شود این عدد در سال ۲۰۲۵ به ۳/۵۷۲

همچنین بررسی نسبت بازیکنان در رده‌ها و گروه‌های سنی نشان می‌دهد که کودکان و نوجوانان بیشترین میزان اقبال را به بازی‌های دیجیتال (رقومی) داشته‌اند و بیشترین میزان بازیکن مربوط به این دو گروه بوده است که با توجه به میزان فراغت، امکان دسترسی به سکوها و دستگاه‌ها و سبک‌های مصرف رسانه‌ای، قابل توجه است. چرا که دسترسی در گروه خردسال غالباً محدودتر و با کنترل و پشتیبانی خانواده صورت می‌گیرد و در دیگر گروه‌ها نیز محدودیت‌های زمانی می‌تواند شاخص تأثیرگذاری بر نسبت بازیکنان باشد [۶].

از لحاظ دستگاه مورد استفاده، ۹۶ درصد بازیکنان با موبایل (گوشی همراه) (۹۶ درصد گوشی هوشمند و ۱۴ درصد تبلت)، ۲۵ درصد بازیکنان با کنسول (پیشانه) (۸۸ درصد کنسول (پیشانه) خانگی و ۱۳ درصد کنسول (پیشانه) دستی)، ۱۹ درصد بازیکنان با رایانه (۵۹ درصد رایانه شخصی و ۴۸ درصد لپ‌تاپ) و ۳۳ درصد بازیکنان از بیش از یک دستگاه برای بازی کردن استفاده می‌کنند.^۱ به‌طور دقیق‌تر، ۶۷ درصد فقط با یک دستگاه، ۲۶ درصد مشترکاً با دو دستگاه و ۷ درصد با هر سه دستگاه بازی می‌کنند [۶].

در حوزه بازی‌های برخط (آنلاین)، ۵۸ درصد (حدود ۲۰ میلیون نفر) از بازیکنان ایرانی به‌صورت برخط نیز بازی می‌کنند. اگرچه

۱. با توجه به اینکه برخی بازیکنان هم‌زمان با چند دستگاه بازی می‌کنند، مجموع اعداد ذکر شده برای نرخ نفوذ دستگاه‌های مختلف حتماً بزرگتر از ۱۰۰ درصد خواهد بود.

۲. به‌دلیل بیشتر بودن تعداد مشترکان اینترنت از جمعیت کشور، ضریب نفوذ بیش از ۱۰۰ درصد محاسبه می‌شود.

۳. تأخیر زمانی (ping time)، شاخصی برای سنجش فاصله زمانی اتصال دو دستگاه در شبکه است. با کلیک بر روی یک پیوند اینترنتی، ارسال پیام در شبکه‌های اجتماعی، ارسال ایمیل، بازی کردن، بارگذاری فایل، پخش زنده ویدئو و... مدت زمان کوتاهی طول می‌کشد تا دستور کاربر ارسال شده و از طرف سرور (کارساز) به آن پاسخی داده شود. به این فاصله زمانی اصطلاحاً پینگ‌تایم می‌گویند. پینگ‌تایم به‌عنوان یکی از شاخص‌های سرعت اینترنت نیز استفاده می‌شود.

4. ESRA (Entertainment Software Rating Association)

تقسیم‌بندی منطقه‌ای نیز آسیا-اقیانوسیه ۵۳ درصد (۱/۷۸۹ میلیارد نفر)، خاورمیانه و آفریقا ۱۷ درصد (۵۷۴ میلیون نفر)، اروپا ۱۳ درصد (۴۴۷ میلیون نفر)، آمریکای لاتین ۱۰ درصد (۳۳۵ میلیون نفر) و آمریکای شمالی ۷ درصد (۲۳۷ میلیون نفر) از بازیکنان را در سال ۲۰۲۳ به خود اختصاص داده‌اند^۱ [۱۱].

میلیارد نفر برسد. به این ترتیب با در نظر گرفتن آمار سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ می‌توان گفت که نرخ رشد ترکیبی سالیانه تعداد بازیکنان در سطح جهان (از ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵)، ۴/۳ درصد است و در حال حاضر حدود ۴۲ درصد از کل جمعیت جهان از بازی‌های دیجیتال (رقومی) استفاده می‌کنند. از لحاظ جغرافیایی و

۳. جایگاه بازی‌های دیجیتال (رقومی) در اسناد و مصوبات قانونی

در این بخش اسناد، قوانین و مصوباتی مرور شده‌اند که به سیاستگذاری در عرصه بازی‌های دیجیتال (رقومی) مربوط می‌شوند. به این منظور ابتدا اسناد بالادستی و سپس مصوبات اختصاصی این حوزه بررسی شده‌اند. البته در اسناد بالادستی می‌توان احکام و بندهای دیگری نیز یافت که به مسائل مرتبط و کلی‌تری چون حقوق پدیدآورندگان آثار فرهنگی یا تسهیلگری صدور مجوز برای آثار فرهنگی و هنری پرداخته‌اند. باین حال، در این بخش صرفاً مواردی ذکر شده‌اند که به‌طور مشخص به حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) مرتبط هستند.

جدول ۱. جایگاه بازی‌های دیجیتال (رقومی) در اسناد بالادستی و قوانین

ردیف	عنوان	تاریخ تصویب / ابلاغ	مرجع تصویب	حکم / بند	مفاد
۱	سند راهبردی کشور در امور نخبگان	۱۳۹۱/۷/۱۱	شورای عالی انقلاب فرهنگی	راهبرد کلان ۱، راهبرد ملی ۲، اقدام ملی ۱۱	ایجاد و گسترش پارک‌های آموزشی و تقویت و ساماندهی فرایند طراحی، تولید و توزیع وسایل بازی کودکان به منظور پرورش خلاقیت و مهارت حل مسئله در کودکان با تکیه بر فرهنگ اسلامی-ایرانی و رعایت استانداردهای سلامت و ایمنی.
۲	قانون برنامه ششم توسعه	۱۳۹۶/۱/۱۶	مجلس شورای اسلامی	ماده (۶۸)، بند «ج»	دولت مکلف است در طول سال‌های اجرای قانون برنامه نسبت به ۱۰ برابر کردن محتوای مناسب رقومی (دیجیتال) اقدامات لازم را به عمل آورده و هر ساله در قوانین بودجه‌های سنواتی اعتبار لازم از طریق کمک‌های فنی، اعتباری و حمایتی پیش‌بینی کند.
۲	قانون برنامه ششم توسعه	۱۳۹۶/۱/۱۶	مجلس شورای اسلامی	ماده (۶۹)	وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات (سازمان فناوری اطلاعات) با رعایت مصوبات شورای عالی فضای مجازی مکلف است با همکاری وزارت آموزش و پرورش تا پایان سال دوم اجرای قانون برنامه هوشمندسازی مدارس، امکان دسترسی الکترونیک (سخت‌افزاری-نرم‌افزاری و محتوا) به کتب درسی، کمک‌آموزشی، رفع اشکال، آزمون و مشاوره تحصیلی، بازی‌های رایانه‌ای، آموزشی، استعدادسنجی، آموزش مهارت‌های حرفه‌ای، مهارت‌های فنی و اجتماعی را به‌صورت رایگان برای کلیه دانش‌آموزان شهرهای زیر بیست هزار نفر و روستاها و حاشیه شهرهای بزرگ فراهم نماید.
۳	اساسنامه سازمان ملی تعلیم و تربیت کودک	۱۳۹۹/۱۲/۲۶	شورای عالی انقلاب فرهنگی	ماده (۶) (وظایف و فعالیت‌های سازمان)، بند «۷»	سیاست‌گذاری و تعیین ضوابط و قواعد تدوین برنامه‌ها، روش‌ها، مواد و محصولات آموزشی، تربیتی، فرهنگی، بازی و سیرگرمی، هنری و ورزشی، مکتوب و چندرسانه‌ای ویژه کودکان و پایش سلامت جسمی و روانی و حقوق تربیتی کودک در عرصه‌های اجتماعی و فضای مجازی با جلب مشارکت دستگاه‌ها و نهادهای ذی‌ربط.

۱. با توجه به اینکه به‌روزترین آمار رسمی زیست‌بوم بازی‌های دیجیتال در ایران مربوط به سال ۱۴۰۰ («گزارش نمای باز ۱۴۰۰») است، نرخ رشد بازه زمانی مورد محاسبه برای ایران ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ است که مطابقت کاملی با بازه جهانی مورد بررسی در اینجا ندارد. باین حال، همان‌طور که در اطلاعات بخش قبل هم درج شده، نرخ رشد ایران در سال‌های اخیر بسیار نزدیک به نرخ رشد جهانی است.



ردیف	عنوان	تاریخ تصویب / ابلاغ	مرجع تصویب	حکم / بند	مفاد
۴	سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم	۱۴۰۰/۴/۹	شورای عالی انقلاب فرهنگی	ماده (۱)، جزء (۳)، تبصره (۱)	حوزه‌های مهم فناوری‌های فرهنگی و نرم در این سند عبارتند از: تولید محتوا و نشر مکتوب و رقومی، طراحی، اسباب‌بازی، نوشت‌افزار، ظواهر و سبک پوشش، صنایع دستی و گردشگری، فناوری‌های اجتماعی، نوآوری‌های اجتماعی، یازی‌های ویدئویی، پویانمایی و پی‌نمایی، سینما، هنرهای تجسمی، هنرهای نمایشی، تبلیغات، فناوری‌های مهندسی انگیزه، سازوکارهای مدیریت بهره‌وری و حکمرانی در حوزه فرهنگی و اجتماعی، بازی‌وارسازی، ارتباطی و رسانه‌ای، آموزشی و یادگیری.
				ماده (۵)، بند (ج) (اهداف کمی (تا افق ۱۴۰۴))، جزء (۵)	رسیدن به سهم ۳۰ درصدی یازی‌های دیجیتال از بازار کشور.
				ماده (۶)، راهبرد ۹، جزء (۲)	تأسیس اتحادیه مشترک استودیوهای فیلم‌سازی، شرکت‌های یازی‌های رایانه‌ای، گردشگری و مد و لباس و سایر حوزه‌ها به‌ویژه با کشورهای اسلامی.
۵	مصوبه سیاست‌ها، راهبردها، وظایف و ضوابط اجرایی ترویج فرهنگ حضور، توانمندی و افتخارآفرینی جانبازان و معلولان از طریق ورزش	۱۴۰۰/۷/۲۸	شورای عالی انقلاب فرهنگی	ماده (۴)، ذیل وظایف و اقدامات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان تبلیغات اسلامی (مورد ۲)	هدایت و حمایت مادی و معنوی از ورزش جانبازان و معلولان در حوزه مطبوعات، رسانه‌های مجازی، کتاب، فیلم، جشنواره‌ها، تحقیقات، یازی‌های رایانه‌ای، هنرهای تجسمی و نمایشگاهی و ...
۶	سند راهبردی جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی	۱۴۰۱/۶/۲۷	شورای عالی فضای مجازی	اقدام کلان ۱۲	طراحی نظام سرگرمی، یازی و غنابخشی به اوقات فراغت در فضای مجازی (دستگاه متولی: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با همکاری وزارت کشور، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت ورزش و جوانان، وزارت آموزش و پرورش، سازمان صدا و سیما، سازمان تبلیغات اسلامی).

در مجموع، در اسناد بالادستی به سیاستگذاری در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) کم توجهی شده است. بنابراین، می‌توان تصویب «اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای» را آغازگر فرایند تنظیم‌گری اختصاصی برای بازی‌های دیجیتال (رقومی) در ایران دانست. در ادامه، برای آشنایی بیشتر با چارچوب سیاستگذاری موجود در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)، اهم مصوبات اختصاصی این حوزه مرور شده‌اند.

اگرچه طی سال‌های اخیر در اسناد بالادستی به مقوله بازی پرداخته شده است، اما رویکرد سیاستی مشخص و هدفمندی در خصوص ساماندهی و بهبود وضعیت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در این دسته از مصوبات قابل دریافت نیست. همچنین در بیشتر احکام و گزاره‌های سیاستی یاد شده نیز بازی جایگاهی ابزاری برای تحقق اهداف دیگر داشته و خود به‌عنوان یک حوزه مستقل و دارای اهداف اختصاصی در نظر گرفته نشده است.

جدول ۲. مصوبات اختصاصی حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)

ردیف	عنوان	تاریخ تصویب	مرجع تصویب	توضیحات
۱	اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای	۱۳۸۵/۳/۹	شورای عالی انقلاب فرهنگی	بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به موجب تصویب این اساسنامه (حای ۱۱ ماده و ۴ تبصره) تشکیل شد. این بنیاد به منظور برنامه‌ریزی و حمایت از فعالیت‌های مرتبط در تمامی زمینه‌های فرهنگی، هنری و فنی صنعت بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای، زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تأسیس شده است.
۲	برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای	۱۳۹۴/۹/۲۵	شورای عالی فضای مجازی	این برنامه از ۴ بخش تشکیل شده است که عبارتند از: سیاست‌های حاکم (جهت‌گیری کلی برنامه)، اقدامات کلان (وظایف دستگاه‌ها در راستای تحقق سیاست‌های حاکم)، الزامات (سیاست‌های اجرایی) و اقدامات خرد (اقدامات عملیاتی متناظر با هر اقدام کلان). (سیاست‌های حاکم بر برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای)، ((اقدامات کلان برنامه)) و چند اقدام فوری تحت‌عنوان ((سایر اقدامات)) در جلسه مورخ ۱۳۹۴/۹/۲۵ شورای عالی فضای مجازی، به تصویب نهایی رسید. همچنین ((الزامات)) و ((اقدامات خرد)) برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای در جلسه مورخ ۱۳۹۴/۱۰/۲۷ کمیسیون عالی ارتقای محتوا، متناسب با مصوبات شورا اصلاح شد و نهادهای متولی و همکار موظف شدند در راستای تصمیم‌گیری نسبت به نحوه مواجهه فعال و خردمندانه کشور در چارچوب مصوبات شورای عالی و نظارت بر اجرای دقیق تصمیمات در همه سطوح توسط مرکز ملی فضای مجازی، گزارش‌های دوره‌ای خود را هر سه ماه یک‌بار به دبیرخانه و کمیته ((بازی‌های رایانه‌ای)) مستقر در مرکز ملی فضای مجازی، ارائه کنند.
۳	آیین‌نامه نظام ارزیابی و رده‌بندی سنی بازی‌های رایانه‌ای	۱۳۹۵/۵/۵	شورای فرهنگ عمومی کشور	این آیین‌نامه در راستای اهداف مندرج در مقدمه اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و به‌ویژه در اجرای مواد (۲ و ۳) آن، این آیین‌نامه در ۹ ماده و ۱ تبصره تصویب شده است. این نظام که زیرنظر بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای فعالیت می‌کند، سازوکار ارزیابی و اعطای رده مشخص به یک بازی رایانه‌ای را براساس مخاطرات تربیتی، فرهنگی، روحی و روانی و نیز آثار مثبت آن برای گروه‌های مختلف سنی و سطح دشواری و میزان مهارت‌های لازم برای انجام آن بازی تعیین می‌کند. معیارهای کلی این نظام ارزیابی و رده‌بندی سنی عبارتند از: سلامت، خشونت، استفاده از دخانیات، ترس، هنجار اجتماعی و ناامیدی.
۴	ضوابط تولید و توزیع بازی‌های رایانه‌ای	۱۳۹۵/۷/۲۶	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	به استناد اصل (۱۳۸) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، ضوابط تولید و توزیع بازی‌های رایانه‌ای در ۴۴ ماده به تصویب رسیده است. این ضوابط در محورهای تولید، ویرایش، نشر و عرضه بازی‌های رایانه‌ای، تصدی بازی‌گاه و رعایت رده‌بندی سنی و در ابعاد صدور مجوز و پروانه، نظارت و بازرسی و رسیدگی به تخلفات، نگاشته شده است. همچنین طبق تعریف ارائه شده در ماده (۱) این مصوبه، ((انواع بازی‌های پیشنهادی (کنسولی)، بازی‌های دستگاه‌های همراه و بازی‌های ویدئویی از اقسام بازی رایانه‌ای محسوب می‌شوند)).
۵	دستورالعمل اجرایی دریافت ۱۰٪ از درآمدهای حاصل از نشر و عرضه تجاری بازی‌های رایانه‌ای خارجی	۱۳۹۷/۱۰/۲۴	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	در اجرای ردیف درآمدی ۱۶۰۱۷۸ قانون بودجه عمومی سال ۱۳۹۷ کل کشور (تحت‌عنوان درآمد حاصل از ۱۰ درصد از فروش بازی‌های رایانه‌ای برخط خارجی و بازی‌های رایانه‌ای خارجی)، دستورالعمل اجرایی دریافت ۱۰٪ از درآمدهای حاصل از نشر و عرضه تجاری بازی‌های رایانه‌ای خارجی از ناشران آنها در کشور و نظارت بر اجرای آن به منظور حمایت از توسعه بازی‌های تولید داخلی، در ۸ ماده تصویب شده است. ^۱

۱. به‌رغم تکرار این ردیف درآمدی در قوانین بودجه سال‌های بعد، به‌سبب ناهماهنگی میان دستگاهی و ضعف زیرساخت‌ها و سازوکارهای لازم اجرایی، تحقق درآمدهای حاصل از این ردیف تاکنون به نتیجه‌ای نرسیده است (طبق اعلام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در نامه شماره ۱۴۰۱/۲۱۳۹۵۳ مورخ ۱۴۰۱/۷/۱۷، هیچ درآمدی از این ردیف حاصل نشده است). در همین راستا، در تاریخ ۱۴۰۲/۱/۲۷، «لایحه الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۳)» به شماره ثبت ۸۸۱ در مجلس شورای اسلامی اعلام وصول شده است که ماده (۱۴) آن، به موضوع اخذ عوارض از بازی‌های خارجی دیجیتال (رقومی) اشاره دارد. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در قالب گزارشی با عنوان «بررسی ماده (۱۴) لایحه الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۳) و پیشنهادهاى الحاقى جدید» (تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۶/۱۲، شماره مسلسل: ۱۹۲۴۷)، ضمن واکاوی دلایل عدم تحقق مصوبات پیشینی در قوانین بودجه سالیانه، راهکارها و موادی پیشنهادی برای تقویت بخش فرهنگ عمومی و هنر- از جمله تقویت زیست‌بوم بازی‌های دیجیتال (رقومی)- ارائه کرده است.



ردیف	عنوان	تاریخ تصویب	مرجع تصویب	توضیحات
۶	دستورالعمل‌های «صدور مجوز فعالیت نشر بازی‌های رایانه‌ای» و «صدور پروانه انتشار بازی‌های رایانه‌ای»	۱۳۹۸/۱۰/۱۰	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	به‌استناد قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و در اجرای مصوبه مورخ ۱۳۹۷/۶/۴ شورای راهبری توسعه مدیریت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، «دستورالعمل صدور مجوز فعالیت نشر بازی‌های رایانه‌ای» در ۸ بند و «دستورالعمل صدور پروانه انتشار بازی‌های رایانه‌ای» در ۹ بند به تصویب رسیده و لازم‌الاجراست. به‌این ترتیب، مقررات، دستورالعمل‌ها و شیوه‌نامه‌های قبلی مرتبط با موضوع این دو دستورالعمل ملغی بوده و صرفاً صدور مجوزهای مربوطه صرفاً مطابق دستورالعمل‌های حاضر انجام می‌شود.
۷	دستورالعمل «صدور مجوز بازی‌گاه»	۱۳۹۹/۳/۲۶	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	به‌استناد قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و در اجرای مصوبه مورخ ۱۳۹۷/۶/۴ شورای راهبری توسعه مدیریت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، «دستورالعمل صدور مجوز بازی‌گاه» در ۸ بند و ۳ تبصره به تصویب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رسید و لازم‌الاجراست. به‌این ترتیب، مقررات، دستورالعمل‌ها و شیوه‌نامه‌های قبلی مرتبط با موضوع این دستورالعمل ملغی بوده و صدور مجوز فعالیت بازی‌گاه صرفاً مطابق دستورالعمل حاضر انجام می‌شود.

هر کدام نقشی پررنگ در فرایندهای سیاستگذارانه این عرصه دارند. افزون بر این، آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌هایی نیز در راستای تنظیم‌گری محتوایی (ارزیابی و رده‌بندی سنی) و فرایندی (تولید و توزیع و نشر) این حوزه مصوب و ابلاغ شده‌اند که لایه اجرایی‌تر و خردتری از این چارچوب را نمایانگرند. در ادامه گزارش، تلاش شده است واکاوی مسائل احصا شده و اقدامات صورت گرفته در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)، بر مبنای این چارچوب سیاستگذاری انجام شود.

همان‌طور که در جدول بالا مشهود است، «اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای» و «برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای» دو چارچوب اصلی سیاستگذاری در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) هستند.^۱ مسئله ناپایداری و ناهمبستگی در تولی‌گری حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) - که در ادامه با جزئیات بیشتری بررسی شده است - با مقایسه این دو سند آشکار می‌شود. به گونه‌ای که بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای (زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) و مرکز ملی فضای مجازی (ذیل شورای عالی فضای مجازی)

۴. نگاهی نهادی سیاستگذاری در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)

سطح دستگاه‌ها و متولیان دارای مسئولیت و مأموریت مشخص قانونی در امر سیاستگذاری، بررسی شده است. در ماده (۲) «سیاست‌های حاکم بر برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای»، نگاهی نهادی سیاستگذاری در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) به تفکیک موضوع سیاست و اقدامات کلان ترسیم شده است. در بخش پیوست این گزارش، چگونگی آرایش و مشارکت نهادهای متولی و همکار، متناسب با سیاست‌های اعلام شده در ماده (۱) این سند، قابل مشاهده است. دقت در نگاهی نهادی یاد شده نشان می‌دهد که پررنگ‌ترین و اصلی‌ترین دستگاه در عرصه سیاستگذاری بازی‌های دیجیتال (رقومی)، «وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» است. به طوری که از کل هفت موضوع سیاستی صورت‌بندی شده در سند یاد شده، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای پنج موضوع به‌عنوان دستگاه متولی و برای دو موضوع دیگر به‌عنوان دستگاه همکار تعیین شده و دارای وظیفه قانونی است. به‌این ترتیب، در

زنجیره ارزش صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی)، نمایی از ساختار صنعتی، جایگاه و نقش نهادها و بازیگران و نیز شیوه تعامل و همکاری بخش‌های مختلف را به نمایش می‌گذارد. در صورتی که ساختار نهادی صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) و چالش‌های آن مورد توجه قرار نگیرد، در عمل سیاستگذاری در این عرصه، به دلیل بی‌توجهی به شناخت وضعیت موجود ساختار نهادی و درک شکاف‌های آن با وضعیت مطلوب، نمی‌تواند کارایی و اثربخشی داشته باشد. در نگاهی نهادی حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)، می‌توان بخش‌ها و ابعاد مختلفی همچون سیاستگذاری و قانونگذاری، تأمین مالی، آموزش منابع انسانی، تحقیق و توسعه، طراحی و تولید، زیرساخت‌ها (اعم از سخت‌افزاری و تجهیزاتی و نرم‌افزاری و ارتباطی)، فرهنگ‌سازی و ترویج، بازاریابی، تقاضا، ارزیابی و نظارت و ... را بر شمرده [۵]. با توجه به تمرکز خاص این گزارش بر بُعد سیاستگذاری، نگاهی نهادی پیش رو نیز در

۱. متن کامل «اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای» و «سیاست‌های حاکم بر برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای» در پیوست گزارش قابل مشاهده است.

که بخش‌های مختلفی همچون برگزاری رویداد، آموزش، پژوهش، حمایت و نظارت را در بر می‌گیرد، می‌توان به تولید ده‌ها عنوان بازی به‌روش سرمایه‌گذاری مستقیم، برگزاری رویدادهای سالیانه بازی‌سازی جهت افزایش رقابت میان بازی‌سازان و ارزیابی بهترین بازی سال با عنوان «همایش بین‌المللی بازی تهران»^۱ (TGC)، مسابقات بازی‌های دیجیتال (رقومی) مخصوص بازیکنان با عنوان «جام قهرمانان بازی‌های ویدئویی ایران»^۲ (IGC)، کمک‌های مالی در جهت حمایت از بازی‌سازان، طرح «همگرا» به جهت ساماندهی حمایت‌های غیرمالی هوشمند، طرح اسرا^۳ با هدف رده‌بندی سنی بازی‌های رایانه‌ای، سامانه «فهم بازی» با رویکرد تحلیل و تبیین بازی، تأسیس «انستیتوی ملی بازی‌سازی» با چشم‌انداز تربیت بازی‌سازان خبره و... اشاره کرد [۱۳].

چارچوب سیاستگذاری کنونی، این وزارتخانه و زیرمجموعه‌های مرتبط آن، امکان نقش‌آفرینی در اغلب ابعاد و جنبه‌های حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) را دارند. همان‌طور که پیشتر اشاره شد، نهادی که زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به منظور حمایت و نظارت تخصصی در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) تأسیس شده و اکنون به‌عنوان نهاد متولی بازی‌های دیجیتال (رقومی) در ایران در حال فعالیت است، «بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای» است. در واقع، با تأسیس این بنیاد، نهادسازی ملی در راستای دستیابی به سیاست‌های لازم در این حوزه صورت گرفته و با توجه به اساسنامه آن، ساماندهی همه فعالیت‌های ناظر به بازی‌های دیجیتال (رقومی) از تبیین تا اجرا بر عهده بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای است [۱۲]. از اهم فعالیت‌های بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای

۵. واکاوی مسائل و اقدامات سیاستگذارانه در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)

خارجی مجاز و غیرمجاز را برای بارگیری (دانلود) عرضه کرده‌اند، به دلیل اینکه از سرور (کارساز) های داخلی استفاده می‌کنند، از ترافیک نیم‌بها نیز برخوردارند و برای کاربر، بارگیری بازی داخلی یا خارجی و همچنین بازی مجاز یا غیرمجاز از نظر قیمت تفاوتی ندارد.

۲- خلأ تنظیم‌گری محتوایی و زیرساختی در قوانین انتشار و تبلیغات: انتشار اطلاعات در فضای مجازی از نظر محتوا، زیرساخت و بسترهای عرضه، به نظارت، قانونگذاری و تعیین سازوکار نیازمند است تا بتوان از آسیب‌های این حوزه-از قبیل آسیب‌های اخلاقی و امنیتی-پیشگیری کرد. در این راستا می‌توان به عرصه‌ها و مواردی همچون قسمت گفت‌وگوی بازی‌ها، تبلیغات سکوه‌های خارجی مانند «گوگل از»^۴ در نرم‌افزارها و بازی‌های ایرانی و خارجی، «گفت کارت‌ها»^۵ و کارت‌های خرید مانند ویزا برای خریدهای اینترنتی درون‌بازی‌ها و... اشاره کرد که همچنان از مقررات‌گذاری و تنظیم‌گری مشخص-به‌ویژه از لحاظ محتوایی-بی‌نصیب هستند. در حالی که خدمات گوگل پلی (از بزرگ‌ترین بسترهای انتشار بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه))، سیاست‌های محتوایی مخصوص به خود را در زمینه‌هایی همچون تنظیم‌گری محتوایی (در محورهایی همچون مستهجن‌نگاری، نفرت‌پراکنی، خشونت و مواد مخدر)،

در این بخش مسائل و اقدامات احصا شده پیرامون سیاستگذاری در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) در پنج محور «مسائل عام»، «سیاستگذاری کلان»، «بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای»، «برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای» و «زیست‌بوم بازی» مورد بررسی و واکاوی قرار گرفته‌اند.

۱-۵. مسائل عام

منظور از مسائل عام که در ادامه بررسی می‌شوند، مسائل و مشکلاتی است که خارج از صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) بوده اما به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بر آن تأثیر گذارند. عمده این مسائل به بستر فضای مجازی مربوط بوده یا به دلیل چندوجهی بودن، دخالت سازمان‌ها و نهادهای گوناگونی را می‌طلبند و ورود نهاد قانونگذار لازم‌حل آنهاست.

۱- ضعف رقابتی سکوه‌های داخلی: بخش اعظم محتوای برخط مربوط به بازی‌های دیجیتال (رقومی)، بر بستر سکوه‌های خارجی است. این در حالی است که سکوه‌های داخلی مزیت مشخصی نسبت به سکوه‌های خارجی نداشته و به این ترتیب، رشد و توسعه برخطی از بازی‌های داخلی با چالش‌های جدی روبه‌رو شده است. افزون‌بر این، موارد برخوردار از امتیاز ترافیک نیم‌بها نیز قانونگذاری متناسبی ندارد؛ تقریباً اکثر وبگاه‌هایی که بازی‌های

1. Tehran Game Convention
2. Iran Games Cup
3. ESRA
4. Google Ads

۵. Gift Cards - گیفت کارت (کارت هدیه یا کارت اعتباری) نوعی کارت فیزیکی یا مجازی است که با تهیه آن یک اعتبار مجازی به حساب افراد و کاربران، با وارد کردن یک کد داده می‌شود. از گیفت کارت‌ها معمولاً برای خریدهای درون‌برنامه‌ای یا درون‌سکوپی استفاده می‌شود.



۲-۵. سیاست‌گذاری کلان

۱ فقدان نگاه همه‌جانبه به بازی در کشور: در عرصه سیاست‌گذاری و عملکرد بازی‌های دیجیتال (رقومی) در ایران، در دوره‌های مختلف به‌طور نامنظم و ناهماهنگ، بُعد یا ابعاد خاصی مورد تأکید قرار گرفته و از دیگر ابعاد غفلت شده است. بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به‌عنوان سازمان‌دار بازی‌های دیجیتال (رقومی) کشور در دوره‌ای مسئله‌صنعتی شدن این حوزه را در دستور کار خود قرار داد که این تمرکز صرف به غفلت از مسائلی محتوایی و فرهنگی منجر شد. غفلت که هم‌اکنون در ناهنجاری‌های موجود در بازی‌های تولید شده و عرضه شده در داخل (به‌عنوان مثال در بستر کافه‌بازار) مشهود است؛ بازی‌هایی که اگر از لحاظ فرهنگی تهدید به‌شمار نیابند، در خوش‌بینانه‌ترین حالت باعث افت ذائقه مخاطبان می‌شوند. البته لازم به ذکر است حتی در دوره‌هایی که صرفاً به یک بُعد توجه بسیار زیادی شده است، در همان بعد نیز نگاه و رویکرد همه‌جانبه‌ای برقرار نبوده است. برای نمونه، در سال‌های نخست فعالیت بنیاد، به‌رغم توجه بسیار به رشد تولید بازی‌ها، از ظرفیت‌های فروش و زنجیره ارزش غفلت شد که این مسئله در سال‌های آتی به‌صورت بازی‌های بدون مخاطب و خریدار، ضربه مهلکی به عرصه تولید بازی‌های رایانه‌ای (PC) در کشور وارد کرد [۱۹].

۲ تشتت نهادی در حوزه بازی: در خصوص آرایش و شیوه نقش‌آفرینی نهادها و بازیگران مختلف، از یک‌سو این باور وجود دارد که مشکلات حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) نبود متولی برای آن است و از سوی دیگر برخی نهادها و سازمان‌ها مانند شورای عالی فضای مجازی، معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری و یا وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، برای تولی‌گری در این عرصه رقابت می‌کنند. در حالی که با مراجعه به اساسنامه مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای تنها متولی حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) است، اما سازمان‌های مختلف دیگری که نام برخی از آنها ذکر شد، به‌دلایل گوناگون از انحصار و منفعت‌طلبی گرفته تا نداشتن نگاه صحیح نسبت به حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی)، بدون توجه به این مسئله به موازی‌کاری با بنیاد می‌پردازند. در وضعیتی که با توجه به شرایط و مشکلات گوناگون، به مقوله بازی توجه در خوری نمی‌شود، چنین عملکردهای ناهماهنگ و اغلب موازی و کم‌بازده‌ای، اندک منابع و امکانات موجود در این عرصه را نیز از بین می‌برد [۱۹]. ضمن اینکه جایگاه بنیاد به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌عنوان جایگاه فرادستی برای سایر وزارت‌خانه‌ها کمتر مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

۳ جدی نگرفتن بازی توسط تصمیم‌سازان: به‌نظر می‌رسد در ذهنیت بخشی از متولیان و مسئولان این عرصه، بازی با مفاهیمی چون تفریح و تفنن و شوخی مترادف پنداشته شده و در

جعل هویت، مالکیت معنوی، حریم خصوصی، حمایت از کسب درآمد و تبلیغات، هرزنامه‌زدایی، کنترل والدین، صیانت از کودکان و... وضع کرده است. می‌توان از تجربه‌های کشورهای دیگر نیز در این زمینه بهره برد؛ به‌عنوان مثال، شرکت‌های خارجی در کشور چین حق انتشار بازی را نداشته و ملزم هستند با شرکت‌های چینی برای انتشار و توزیع شرکت کنند. در واقع، تنها شرکت‌های چینی حق توزیع و بازاریابی بازی‌های دیجیتال (رقومی) در چین را داشته و هر عنوان بازی نیز به‌طور جداگانه به دریافت مجوزهای ثبت و انتشار در بسترهای مختلف از جمله بسترهای اینترنتی و برخط نیاز دارد [۱۴]. در امارات متحده عربی نیز که دومین کشور پر درآمد خاورمیانه در صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در سال ۲۰۲۲ بوده است [۱۵]، شورای رسانه ملی (مسئول تنظیم‌گری رسانه‌ها و صنعت سرگرمی) این کشور، از اختیاراتی برای صدور ممنوعیت برای محصولات رسانه‌ای خاص، از جمله بازی‌های دیجیتال (رقومی)، در صورت مغایرت با ارزش‌های قانونی و فرهنگی کشور، برخوردار است [۱۶].

۳ نبود تعریف‌گذاری در قبال سکوها و بازی‌های خارجی:

در حال حاضر، سکوهای خارجی بدون رعایت قواعد و ملاحظات فرهنگی و اقتصادی در کشور فعالیت می‌کنند و پایگاه‌های فروش کارت‌های اعتباری هیچ مالیاتی پرداخت نمی‌کنند. در واقع، بازیکن ایرانی هنگام استفاده از بازی‌های خارجی پولی، از طریق واسطه‌ها کارتی اعتباری را -مثلاً از گوگل- خریداری می‌کند که مالیات آن را کشور دیگری مانند استرالیا دریافت می‌کند. در حالی که در کشورهای دیگر علاوه بر پرداخت مالیات، قوانین رده‌بندی سنی نیز رعایت می‌شود. در این باره، شیوه تعامل بعضی کشورها مانند عربستان، بحرین، شیلی، ژاپن، روسیه و... با خدمات شرکت گوگل در خصوص متناسب‌سازی فرایندهای مالیاتی با قوانین داخلی و اقتضانات بومی هر کشور قابل بررسی است [۱۷].

۴ نبود سازوکار و شفافیت در احراز هویت:

هویت کاربران یکی از مسائل مهم در فضای مجازی کشور بوده که نیازمند سازوکار مشخصی است تا بتوان از بسیاری از جرائم و ناامنی‌های فضای مجازی جلوگیری کرد. مسائلی از قبیل احراز هویت که به‌بُعد امنیتی فضای مجازی مربوط می‌شوند، نیاز به اقدام و ساماندهی در لایه‌های بالای حاکمیت دارند و اقدام از جانب حوزه بازی برای حل چنین مسائلی کلانی به نتیجه مطلوب و مؤثر منجر نخواهد شد. برای مثال، دولت چین کاربر را ملزم می‌کند نام واقعی خود را افشا کند، حتی اگر در خلال بازی از یک نام مستعار استفاده کند [۱۸]. بنابراین، بازی‌ها برای اخذ مجوز باید به‌نحو نام واقعی بازیکنان را استخراج کنند که ساده‌ترین راه آن ثبت شماره‌های تلفن همراه یا کد ملی آنهاست.

کپی در فروشگاه‌ها عرضه می‌شوند. بازی‌گاه‌ها^۵ نیز ذیل اتحادیه مشخص و واحدی فعالیت نکرده و در هر استان ذیل اتحادیه‌ای گاه نامرتب تعریف شده‌اند.

۶ شکل نگرفتن صنعت: در حالی که صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در کشورهای دیگر سودآوری فراوانی دارد، در کشور ما هنوز یک صنعت وابسته و نحیف محسوب می‌شود که بدون حمایت‌های لازم امکان حیات ندارد. افراد زیادی در این عرصه مشغول به فعالیت هستند ولی چرخه اقتصادی معیوب این حوزه باعث پراکنده شدن این افراد یا پرداختن به این حوزه به صورت غیرمتمرکز و فعالیت‌های جزیره‌ای شده است؛ برای مثال، بسیاری از طراحان و تولیدکنندگان بازی موبایلی (دستگاه‌های همراه) به صورت فردی مشغول به کارند و یا صرفاً بخشی از تمرکز و سرمایه خود را به این حوزه اختصاص می‌دهند. مشکلات حوزه انتشار و بازار نظیر قوانین حمایت از حقوق معنوی نیز مزید بر علت شده تا صنعت بازی به طور کامل شکل نگیرد [۱۲].

۷ ضعف فرهنگ مصرف: استفاده از بازی‌های خارجی بدون پرداخت تعرفه و با هزینه بسیار کم و همچنین وجود بستر وسیع بازی‌های قاچاق و کپی در کنار ضعف فرهنگ مصرف کاربران ایرانی و عدم توجه آنان به حق مؤلف و نشر و مالکیت معنوی باعث شده صنعت کم‌توان بازی ایران در رقابتی نابرابر با صنعت عظیم و قدرتمند بازی‌های خارجی قرار بگیرد. بازی‌های خارجی بدون پرداخت عوارض و مالیات بر بستر سکوها و برخط و البته ارزان در اختیار مخاطب است در حالی که بازی ایرانی با صرف هزینه‌های تولید بالا در قیمت تمام شده با بازی خارجی قاچاق، قابل رقابت نیست. این مسائل باعث شده‌اند تا آثار و محصولات نسبتاً موفق ایرانی نیز با مشکل بازگشت سرمایه روبه‌رو شوند [۱۲].

۸ ضعف در نظارت: در بُعد نظارتی می‌توان به نابسامانی نظام‌های رده‌بندی، اجرای ناکارآمد فیلترینگ، نبود کنترل جدی برای جلوگیری از تکثیر غیرقانونی بازی‌ها، خلأ پشتیبانی‌های حقوقی و قضایی در صورت رعایت نکردن حقوق مؤلف و نشر و مالکیت معنوی و پخش بی‌رویه بازی‌های غیرایرانی اشاره کرد. در این زمینه، فراجا (در بخش توزیع فیزیکی) و دادسراها (در بخش توزیع دیجیتال (رقومی)) با توجه به ابهام و کاستی در مصوبات و مقررات موجود (از جمله اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای) اختیار و اشراف چندانی ندارند و بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای نیز به دلیل ساختار غیردولتی

نگاهی سطحی، آن را مختص به گروه‌های سنی کودک و نوجوان قلمداد می‌کنند. در نتیجه این ذهنیت، دیگر ابعاد پراهمیت بازی مانند بازار مصرف و تأثیر گذاری‌های فرهنگی آن بر تمامی اقشار و گروه‌های سنی به درستی دیده نشده و این مسئله زمینه‌ساز کمبود اعتبارات، کم‌توجهی، آشفتگی سیاستی و ... می‌شود.

۹ ضعف در فرهنگ‌سازی و تبلیغ: مهم‌ترین امر در فرایندهای فرهنگ‌سازی و ترویج در حوزه بازی، تبلیغات است. چراکه صنعت بازی به دلیل ماهیت سرگرم‌کننده‌اش، به خودی خود جذاب بوده و فرهنگ‌سازی در آن به دشواری حوزه‌هایی چون کتاب‌خوانی نیست. بلکه همین که در این حوزه تبلیغات و آشناسازی انجام گیرد، فرهنگ‌سازی تا حد زیادی شکل گرفته است. البته این مسئله به معنای نفی فرهنگ‌سازی مستمر نیست؛ چراکه حوزه‌هایی چون هدایت مصرف، چگونگی استفاده از بازی‌ها و یا تشویق به استفاده از بازی‌های داخلی همچنان به فرهنگ‌سازی نیازمندند. با این حال، هر دو حوزه تبلیغات و فرهنگ‌سازی برای بازی‌های دیجیتال (رقومی) دچار ضعف و خلأ بوده و برنامه یا رویکرد مشخص و منسجمی در این باره وجود ندارد. البته در سال‌های اخیر برنامه‌های مناسب و جذابی در صدا و سیما تولید شده^۱ و برخی وبگاه‌های معرفی و بررسی بازی‌ها^۲ نیز رونق بیشتری گرفته‌اند. در زمینه سواد بازی نیز پایگاهی اینترنتی با عنوان «فهم بازی»^۳ توسط بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ایجاد شده که از لحاظ به‌روزرسانی و اتصال و دسترسی آسان از طریق دیگر سامانه‌های مربوط به بنیاد، عملکرد ضعیفی دارد.

۵ فرایندهای ناپایدار و غیرقانونی توزیع: ناپایداری فضای کسب و کار به‌ویژه تغییر مداوم قیمت‌ها، متعادل نبودن قیمت بازی‌ها، ناعادلانه بودن شرایط رقابتی بازی‌های ایرانی و خارجی و محدودیت‌های پیش‌روی توزیع‌کنندگان از جمله مسائل و مشکلات این بخش است. در حال حاضر، روش اصولی و درست توزیع بازی‌های دیجیتال (رقومی) استفاده از سکوها توزیع است که به رسمیت شناخته نمی‌شوند و همه نوع پایگاه توزیع و بارگیری و تورنت^۴ در کشور فعالیت دارند. از طرف دیگر، مشخص نیست آن دسته از بازی‌های خارجی که به‌طور رسمی در کشور حضور دارند از طریق کدام شرکت‌های ایرانی فعالیت می‌کنند که این مسئله ممکن است تبعات اقتصادی و فرهنگی و امنیتی داشته باشد. بازی‌های کنسولی (پیشانه‌ای) عرضه شده نیز عموماً به صورت قاچاق وارد می‌شوند. همچنین بازی‌های غیرمجاز فراوانی به صورت

۱. برنامه‌هایی مانند بازی ویزون، کافه بازی، رانش، به‌روز، صفویک و ...

۲. وبگاه‌هایی مانند کدومو، زومجی، ویجیاتو، گیمفا و ...

۴. تورنت پروتکل اشتراک فایل، مبتنی بر فناوری همتا به همتا (P2P) است که امکان بارگیری فایل‌ها و محتوا را بدون وابستگی به منبعی ثابت برای کاربر فراهم می‌کند.

۵. مکان عمومی به‌صورت فیزیکی یا در آدرس الکترونیک در بستر شبکه تحت هر عنوانی اعم از باشگاه ورزش‌های الکترونیک، بازی‌سرا، گیم‌نت و گیم‌سنتر، مرکز سرگرمی و ... است که کاربران می‌توانند با استفاده از تجهیزات نصب شده در آن یا بهره‌گیری از فضای شبکه از یک یا چند بازی رایانه‌ای در دسترس استفاده کنند» (بند ۱-۱) «دستورالعمل صدور مجوز بازی‌گاه»، مصوب ۱۳۹۳/۳/۲۶.



است؛ که در چنین وضعیتی دو گانه‌های متعارضی ایجاد شده است. به طوری که دستگاه‌های حاکمیتی از زیر بار مسئولیت تعامل با بنیاد شانه خالی می‌کنند. افزون بر این، همه مسئولیت‌های این حوزه در شریطی به بنیاد محول شده است که تقریباً ضمانت اجرایی کارآمدی برای بندهای اساسنامه آن، وجود ندارد. در حال حاضر، نهادهای فعال در حوزه بازی به اساسنامه بنیاد توجه چندانی ندارند و نقش آفرینان مانند شورای عالی فضای مجازی، وزارت ورزش و جوانان، سازمان سراج و ... به شیوه‌های گوناگون با جهت‌دهی فرایندهای بازی سعی در تصمیم‌سازی در این حوزه دارند که این گونه موازی‌کاری‌های غیرمتمرکز، قدرت نه چندان بالای بنیاد را مخدوش کرده و مشکلاتی نظیر تقسیم نامتمرکز و غیرهدفمند بودجه را پدید آورده است. به طوری که حتی بخشی از تولیدکنندگان و مخاطبان عرصه بازی‌های دیجیتال (رقومی)، بنیاد را به عنوان متولی اصلی این حوزه محسوب نمی‌کنند. مسئله مهم دیگری که بنیاد با آن دست و پنجه نرم می‌کند، شیوه تعامل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. بنیاد در واقع جایگاهی رسمی -مانند سازمان سینمایی- در این وزارتخانه ندارد، اما به نحوی مجموعه تصمیم‌گیر بالادستی بنیاد، این وزارتخانه محسوب می‌شود که از جمله مشکلات دائمی بنیاد، نحوه تعامل وزرا و نظرات و سلاقی مسئولان این دستگاه است. موارد پیش گفته در طول زمان باعث فرو کاسته شدن شأن بنیاد شده‌اند. بنیاد دیگر در سازمان‌های رسمی به عنوان نهاد حاکمیتی دیده نمی‌شود و همین امر نفوذ و جایگاه بنیاد و در نتیجه قدرت اجرایی این نهاد را به شدت کاهش داده است. در چنین وضعیتی، تلاش مؤثری نیز برای اصلاح ساختار بنیاد و تعریف جایگاه صحیح و واقعی این نهاد به عنوان متولی اصلی حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) در نسبت با حاکمیت صورت نگرفته است [۱۹] [۱۲].

۱۲) نبود ثبات روبه سیاستی و نگرش راهبردی در بنیاد:

یکی از جدی‌ترین مسائل بنیاد، نبود رویکرد سیاستی مشخص در اداره این مجموعه است که باعث شده در ادوار مختلف، هر یک از مدیران به رغم وجود برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای، بنابر صلاحدید شخصی یا سلیقه، روند متفاوتی را در پیش بگیرند. برای نمونه، مسائل و پیامدهای فرهنگی بازی‌ها از مواردی است که در دوره دوم مدیریت بنیاد آبه‌شدت مورد غفلت قرار گرفت و صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در ایران در روندی نامتوازن و ناقص به حرکت خود ادامه داد. همچنین حذف مجوز تولید، عدم نظارت دقیق، صنعتی‌سازی بدون پشتوانه و زیرساخت، تمرکز صرف بر کمیّت، تقسیم ناعادلانه حمایت‌ها و ... از جمله تصمیماتی هستند که آسیب‌هایی جدی بر پیکره بازی‌سازی در کشور وارد

و زیربخشی نتوانسته است ارتباطی قوی با این نهادها برقرار کند و از توان کافی برای رصد مؤثر فضای مجازی بی‌بهره است. آیین‌نامه‌های موجود در این زمینه نیز به روزرسانی نشده و از پشتوانه قوی برخوردار نیستند.

۳-۵. بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای

۱) ابهام در ماهیت و وظایف بنیاد: بررسی متن اساسنامه نشان می‌دهد که یکی از ایرادات ناظر به بنیاد، چند وظیفه‌ای بودن آن است. با یک نگاه اجمالی نیز می‌توان تعدد وظایف را در قالب کلیدواژه‌هایی همچون «تنظیم سیاست»، «برگزاری» و «ایجاد زمینه» دریافت که به نقش‌های گوناگون بنیاد در قالب پیشنهاد سیاست، اجراء، تسهیلگری و ... اشاره دارد. به این ترتیب، شرح مسئولیت‌های بنیاد از سیاستگذاری آغاز و گاه به خردترین اقدامات اجرایی ختم می‌شود. در طی سالیان، نه تنها بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای چنین نقش‌های گوناگون و نامنسجم را به عهده داشته است، بلکه به دلیل عدم تدقیق اساسنامه، معیار دقیقی نیز برای نسبت‌سنجی فعالیت‌ها و اقدامات با وظایف و مأموریت‌های این نهاد وجود ندارد. به طوری که بنیاد هر فعالیتی انجام داده، آن را در راستای وظایف خود قلمداد کرده است [۱۹]. افزون بر اینها، میان وظایف بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با وظایف وزارت ورزش و جوانان تفکیک دقیق و واضحی وجود ندارد؛ زیرا در حوزه‌هایی همچون ورزش‌های الکترونیک که از بخش‌های پر درآمد صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) است، هر دو نهاد مذکور قابلیت ورود و نقش آفرینی دارند؛ به طوری که در حال حاضر بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و انجمن ورزش‌های الکترونیک ایران (وابسته به وزارت ورزش و جوانان) به طور هم‌زمان و مجزا، مسابقات و جام‌هایی در این زمینه برگزار می‌کنند.

۲) جایابی غلط بنیاد در ساختار حکمرانی: بنیاد ملی بازی‌های

رایانه‌ای در ابتدا با تأکید مقام معظم رهبری مدظله‌العالی^۱ و به منظور نخبه‌پروری و رشد و تسریع حضور ایران در باشگاه تولیدکنندگان بازی در سطح جهان تأسیس شد. در راستای تحقق این هدف، از لحاظ ساختاری بنیاد یک مؤسسه غیرانتفاعی و غیردولتی و دارای شخصیت مستقل بود و به هیچ‌عنوان فعالیت‌های سیاستگذارانه و حاکمیتی را دنبال نمی‌کرد؛ اما پس از راه‌اندازی گویی به یک‌باره مسیر خود را تغییر می‌دهد و در قامت یک نقش‌آفرین حاکمیتی به حیات خود ادامه می‌دهد که این مسئله تاکنون مشکلاتی جدی برای بنیاد پدید آورده است. از این منظر، بنیاد نه از یک ساختار حاکمیتی قدرتمند برخوردار است و نه یک مجموعه خصوصی پویا و چابک

۱. دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی مورخ ۱۳۸۴/۱۰/۱۳؛ مقام معظم رهبری در این دیدار نوسازی نظام آموزشی و تصحیح مدل قدیمی رایج، توجه بیش از پیش به علوم پایه و علوم انسانی در مراکز علمی، برنامه‌ریزی برای تولید محصولات فرهنگی جدید همچون بازی‌های رایانه‌ای مناسب و اهتمام ویژه به امر نخبگان برای شناسایی و سازماندهی آنان به منظور بهره‌گیری بهتر از این قشر ممتاز و همچنین تأمین نیازمندی‌های آنان را از جمله رویکردهای مهم شورای عالی انقلاب فرهنگی دانستند [۲۲].

۲. منظور از دوره‌های مدیریت در این گزارش، بازه‌های زمانی مسئولیت مدیران منصوب در بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای از آغاز تأسیس است.

بهتری محقق سازد [۱۹].

۴ ضعیف‌های بودجه‌ای: بازی‌های دیجیتال (رقومی) از حیث بازی‌انگاشته شدن در راهبردهای کلان به عنوان محل سرمایه‌گذاری کلان دیده نشده‌اند. با وجود گذشت سال‌ها از شکل‌گیری ساختارهای حوزه بازی در کشور، هنوز بودجه و برنامه‌های مالی مستقل و مشخصی برای اداره، هدایت، حمایت و رشد این صنعت اختصاص پیدا نکرده است [۱۲]. به‌طور کلی، اعتبارات بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در مقایسه با اهمیت صنعت سرگرمی و همچنین وظایفی حاکمیتی که برعهده‌اش نهاده شده، ناچیز است. اعتباراتی هم که در بعضی سال‌ها به صورت موردی در قانون بودجه لحاظ شده، متناسب با وظایف بنیاد نیست. البته در برخی دوره‌ها بنیاد به واسطه فعالیت‌های سرمایه‌گذارانه یا فروش هولوگرام درآمدهایی کسب کرده است، اما این درآمدها تکافوی وظایف بنیاد نبوده‌اند. در جدول زیر، اعتبار اختصاص یافته به بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در قوانین بودجه ۶ سال اخیر (۱۴۰۲-۱۳۹۷) آمده است:

جدول ۳. اعتبارات اختصاص یافته به بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در قوانین بودجه ۶ سال اخیر (۱۳۹۷-۱۴۰۲)^۱

سال	بودجه توافق شده (میلیارد ریال)	تخصیص اعتبارات هزینه‌ای (میلیارد ریال)	نسبت تخصیص (درصد)
۱۳۹۷	۱۳۲/۴۴۰	۱۲۳/۶۹۰	۹۳
۱۳۹۸	۱۳۳/۳۷۵	۱۱۷/۲۵۶	۸۸
۱۳۹۹	۱۴۰	۱۲۸/۰۶۳	۹۱
۱۴۰۰	۹۰۱/۸۸۱	۴۶۲/۱۳۰	۵۱
۱۴۰۱	۲۰۰	۵۰	۲۵
۱۴۰۲ (تا مردادماه)	۵۵۰	۵۰	۹

اختصاص یافته به بنیاد علاوه بر محدودیت رقمی با پراکندگی در پرداخت و توزیع نامتوازن نیز مواجه است که این امر برنامه‌ریزی دقیق برای طراحی و اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های زیست‌بوم ملی بازی‌های رایانه‌ای را با موانع متعددی روبه‌رو کرده است.^۲

۵ جهت‌گیری منفی شرکت‌های بازی‌ساز نسبت به بنیاد: اگرچه خصولتی بودن برای بنیاد مشکلات زیادی ایجاد کرده است، اما از طرفی، امکان جذب نیروی انسانی را خارج از چارچوب‌های سخت‌گیرانه نظام اداری کشور فراهم آورده است که این امر موجب شده بنیاد بتواند نیروی انسانی متخصص بیشتری جذب کند. به‌گونه‌ای که بدنه کارشناسی و اجرایی بنیاد، فهم و ارتباط مطلوبی با زیست‌بوم بازی‌سازی کشور داشته و بسیاری از فعالان بازی‌سازی نیز به این مسئله اعتقاد دارند. با این حال، رفتار اولیه بنیاد مبنی بر

آورده‌اند. این نحوه عملکرد که ناشی از فقدان نگرش بلندمدت سیاستگذارانه از ابتدای شکل‌گیری بنیاد است، موجب شده که در زمان‌هایی فعالیت‌های به نسبت مطلوبی شکل بگیرد، اما این فعالیت‌ها یا کوتاه‌مدت و مقطعی بوده‌اند یا اینکه در کلیت و نقشه کلان فعالیت‌های بنیاد به درستی جای‌گذاری نشده و نسبت درستی با فعالیت‌های دیگر برقرار نکرده‌اند. اگرچه همه ضعف‌ها و کاستی‌های حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) متوجه بنیاد نیست، اما با توصیف مزبور می‌توان بنیاد را در شکل‌گیری بخشی از این وضعیت‌های نابسامان، یکی از نقش‌آفرینان اصلی دانست. به‌عنوان مثال، نیاز به تکمیل زنجیره ارزش به‌ویژه در زمینه نشر یکی از مهم‌ترین مسائل و به‌راحتی قابل تشخیص بوده است. به‌طوری‌که اگر برخی فعالیت‌ها و منابع بنیاد بر شکل‌گیری زنجیره ارزش متمرکز می‌شد، امروز انحصار کافه‌بازار و از بین رفتن بازار بازی‌های رایانه‌ای (PC) رقم نمی‌خورد. به هر صورت بنیاد طی این سال‌ها در عین متناسب نبودن اختیارات و اعتباراتش با وظایف محوله، از امکانات متعددی برخوردار بوده است که در صورت وجود یک نگاه کلان و بلندمدت راهبردی می‌توانست اهداف مدنظر را به شکل

به‌طور دقیق‌تر، بررسی اعتبارات تخصیص یافته به بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای که عمدتاً از محل بودجه فصل ۵ (کمک به مؤسسات) بوده، نشانگر این است که ارقام تخصیص یافته به بنیاد صرفاً هزینه‌های جاری و اجتناب‌ناپذیر (از قبیل حقوق کارکنان، هزینه‌های پشتیبانی و...) با حدود ۱۰ درصد مازاد را پوشش می‌دهد. به این سبب، اقدامات و فعالیت‌های بنیاد به تحقق وظایف ذاتی و روزمره بنیاد صرفاً توسط نیروی انسانی بنیاد محدود شده است. از سوی دیگر، وضعیت اعتبارات دریافتی بنیاد، طراحی و اجرای برنامه‌های اساسی و تحول‌آفرین، تقویت زیرساخت‌ها، حمایت از تولید بازی‌های فاخر و جهت‌دهی به بازار نشر و توزیع بازی‌ها را بسیار دشوار کرده است. به این ترتیب، به سبب نداشتن ردیف اعتباری مشخص و مکفی در قانون بودجه سال‌های اخیر، اعتبارات

۱. مکاتبه شماره ۱۴۰۲/۱۹۳۹ مورخ ۱۴۰۲/۶/۱ (پاسخ بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به نامه شماره ۱۲-۱۶۲۰۰/۵۹۴۷ مورخ ۱۴۰۲/۵/۲ مرکز پژوهش‌های مجلس).
۲. مکاتبه شماره ۱۴۰۲/۱۹۳۹ مورخ ۱۴۰۲/۶/۱ (پاسخ بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به نامه شماره ۱۲-۱۶۲۰۰/۵۹۴۷ مورخ ۱۴۰۲/۵/۲ مرکز پژوهش‌های مجلس).



تشریفاتی به اسناد بالادستی، به‌طور الزام‌آور در نهادهای مربوطه دیده نمی‌شود. فرایند پژوهشی طی شده در بخش پشتیبان سند که به تجربه‌نگاری از کشورهای دیگر می‌پردازد نیز با نقصان روبه‌رو است. مسئله اصلی در تجربه‌نگاری کشف ساختارها و رفتارهاست، در صورتی که سند با ابهام در خصوص چگونگی اجرا مواجه است. همچنین سند تا حد زیادی بالا به پایین نگاشته شده است؛ با وجود اینکه عرصه بازی شاخصه‌های یک صنعت کامل و پیشرفته را دارد، سند در بیشتر موارد از رویکردهای سنتی سیاستگذاری استفاده کرده و ناظر به بازیگران دولتی طراحی شده است. تقریباً در سند هیچ جایگاه یا اقدامی ناظر به بخش خصوصی یا به‌طور مستقیم ایجاد بستر برای نقش‌آفرینی این بخش دیده نشده است. البته دلیل این امر می‌تواند محدودیت اسناد ملی در تفویض مأموریت به نهادهای غیردولتی باشد. با این حال، به‌نظر می‌رسد برای سیاستگذاری کارآمد، تمرکز و توجه بیشتری به سیاستگذاری با درگیر کردن منافع گروه‌ها و ذی‌نفعان مختلف مورد نیاز بوده است [۱۲].

۱۱) نیاز به تعیین متولی حاکمیتی: سند برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای، از نظر تعیین سیاستگذار و متولی، دچار ضعف است. به ادعان بازیگران صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی)، مهم‌ترین مسئله کنونی حوزه بازی تعیین تکلیف متولی اصلی حوزه بازی و تنقیح و تنظیم زیرساخت‌های قانونی و ساختاری آن است. بنابراین، سند در درجه اول باید به مشخص کردن متولی این حوزه می‌پرداخته است. در حالی که به‌نظر می‌رسد به‌طور پیش‌فرض مرکز ملی فضای مجازی به‌عنوان متولی قلمداد شده است؛ اما در عمل، با تغییر وظایف و اختیارات مرکز ملی این هدف محقق نشده و حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) بدون متولی حاکمیتی رها شده است [۱۲]. البته همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای طبق اساسنامه این بنیاد، متولی اصلی این حوزه تعیین شده است اما حاکمیتی نبودن جایگاه حقوقی و ساختار بنیاد اقتضا می‌کند در سطح سیاستگذاری کلان نهادی حاکمیتی به‌عنوان راهبر و تصمیم‌گیر مشخص شود.

۱۲) مشخص نبودن نقشه راه: در این برنامه، مجموعه صحیح و قابل‌تقدیری از اقدامات مشخص شده است. با این حال، نقشه راه، مسیر حرکت و اولویت این اقدامات مشخص نشده است. در واقع، شیوه‌ها و راهکارهای تحقق سیاست به‌هیچ‌وجه مشخص و شفاف نیستند. هرچند این امر به نهادها و اگذار شده است، اما ورود سیاستگذار در راهبری و حداقل نظارت در این عرصه ضروری به‌نظر می‌رسد [۱۲].

۱۳) نداشتن ضمانت اجرا: برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای هیچ ضمانت اجرای قابل‌اتکایی ندارد؛ نه بودجه‌ای به آن وابسته است و نه تنبیه و مجازاتی در انتظار نهادی است که به برنامه عمل نکند. البته این ضعف معمولاً در اسناد بالادستی شوراهای عالی وجود

حمایت‌های مالی کلان برای تولید تعداد زیاد بازی باعث شده است که ذهنیت بازی‌سازان نسبت به بنیاد، به یک مجموعه صرفاً حمایت‌کننده محدود شود و آن را به‌عنوان یک سرمایه‌گذار بی‌منت محسوب کنند. از سویی، گاهی اوقات این حمایت‌ها شائبه ناعادلانه بودن به خود گرفته‌اند و نارضایتی‌های بسیاری را در بدنه بازی‌سازی کشور به‌همراه داشته است. در سال‌های اخیر که بنیاد به‌دلایل مختلفی همچون کاهش اعتبارات و برخی تصمیمات مدیریتی، دیگر مانند گذشته به حمایت‌های مالی مستقیم و کلان نمی‌پردازد، از نظر بازی‌سازان این مجموعه کارایی خود را از دست داده است. نارضایتی‌های پیشین نیز بر این مسئله افزوده شده‌اند تا پیوند بنیاد با زیست‌بوم بازی‌سازی با موانعی روبه‌رو شود؛ به‌طوری‌که بازی‌سازانی که در سال‌های گذشته کمک‌های بسیاری در قالب هزینه تولید بازی یا سفرهای خارجی برای مهارت‌افزایی دریافت کرده بودند، اکنون نه تنها از همکاری با بنیاد در قالب فعالیت‌هایی نظیر انتقال دانش در انستیتوی ملی بازی‌سازی امتناع می‌کنند بلکه در مواردی در تقابل جدی با این مجموعه قرار گرفته‌اند [۱۹].

۱۴) عقب‌افتادن از روندها و تغییرات سریع عرصه بازی: بررسی عملکرد بنیاد در پیچ‌های اصلی روندهای حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) نشان‌دهنده نبود چابکی و انعطاف لازم برای همراه شدن با این تغییرات است. برای مثال، در هنگام اوج‌گیری بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) در جهان، بسیاری از گروه‌ها و شرکت‌های تولیدکننده با دایه‌داری بنیاد صرفاً مشغول ساخت بازی‌های رایانه‌ای بودند و زمانی از این مسئله دست کشیدند که موج بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) بسیاری از آنان را تا آستانه ورشکستگی پیش برده بود. همچنین روند شکل‌گیری بنیاد را می‌توان از لحاظ زمانی با شروع فرایندهای مربوط به بازی در کشور فنلاند مشابه دانست. کشور فنلاند اکنون یکی از قطب‌های تولید بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) است که چند شرکت بزرگ بازی‌سازی از جمله سوپرسل در آن فعالیت می‌کنند و بخش اعظمی از سهام این شرکت‌ها نیز در ابتدا در اختیار دولت بوده است. این در حالی است که وضعیت کنونی بازی‌های دیجیتال (رقومی) در ایران به‌استثنای بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه)، نسبت به مرزهای جهانی فاصله‌های بسیار زیادی دارد و در صورتی که تغییری در این روند اتفاق نیفتد، جهان بازی سال‌به‌سال با شتاب بیشتری از ایران فاصله خواهد گرفت [۱۹].

۴-۵. برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای

۱) ضعف‌های رویکردی و محتوایی سند: سند «برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای» از نظر فرایندهای سیاستگذاری دارای مشکلات و کاستی‌های متعددی است. یکی از این مشکلات، نداشتن هویت تکلیفی و الزام‌آور است که به‌دلایل متعددی همچون وجود نگاه

بنیاد داده می‌شد که اعتبار سابق را نداشت و در نتیجه، در دوره دوم مدیریت اعطای مجوز به کلی حذف شد. به موجب این نابسامانی، بسیاری از بازی‌سازان که برای جذب سرمایه یا آسودگی فکری به دنبال دریافت مجوز بودند، دچار مشکل شدند. با این حال، از سال ۱۳۹۵ به موجب مصوبات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرجع اعطای مجوز در حوزه بازی‌های دیجیتال، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای است که این مجوزها نیازمند کسب اعتبار مجدد (با تأکید بر حقوق مالکیت معنوی) هستند [۱۹].

۲. مهاجرت بازی‌سازان: با توجه به جذابیت درآمد ارزی، بسیاری از بازی‌سازان توجه ویژه‌ای به بازارهای جهانی دارند تا هم با کسب درآمد ارزی، سود بیشتری را به دست آورد و هم در برخی موارد بتوانند زمینه‌ای برای مهاجرت خود فراهم کنند. اگر چه درآمدزایی از بازارهای جهانی بسیار مطلوب است، اما با توجه به وضعیت تحریم‌های ظالمانه، بسیاری از این درآمدها به داخل کشور منتقل نمی‌شود. به این ترتیب، نه تنها فرایند انتقال دانش و تجربه به فعالان دیگر این عرصه مختل می‌شود بلکه درآمدهای حاصل شده نیز به مرور برای پروژه‌ها و نیروی کار خارجی صرف می‌شود. این مسئله تا حد زیادی به شرایط عمومی کشور مرتبط است و بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای سهم اندکی در آن دارد، اما در برخی مقاطع نیز عملکرد بنیاد این مسئله را تسریع کرده است. به عنوان مثال، رویداد «همایش بین‌المللی بازی تهران» (TGC) که با هدف ایجاد ارتباط سرمایه‌گذاران خارجی با بازی‌سازان ایرانی برگزار می‌شد، به بستری برای صادرات نیروی بازی‌ساز تبدیل شده بود. برگزیده شدن در این رویداد تقریباً مساوی با پیشنهاد جذب از طرف شرکت‌های خارجی بود و بازی‌سازان بسیاری در نتیجه این رویداد از کشور خارج شدند [۱۹]. افزون بر اینها، مسئله مهاجرت پنهان بازی‌سازان نیز وجود دارد. به طوری که برخی بازی‌سازان اگر چه از کشور خارج نمی‌شوند ولی در قالب‌هایی همچون پروژه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت به صورت دور کاری با شرکت‌های خارجی همکاری می‌کنند و توان و ظرفیت آنها صرف تولید بازی‌های داخلی و بومی نمی‌شود.

۳. ضعف در حوزه آموزش: بازی‌سازان در عرصه‌ای مشغول به فعالیت هستند که مرزهای جهانی آن به‌طور مداوم در حال تغییر است. در این شرایط، مخاطبینی که به واسطه اینترنت، محدودیت‌های دسترسی و اطلاع‌برایشان بسیار کم‌رنگ شده است، انتخاب‌های پر شمار و متنوعی از بازی‌های موجود در اختیار دارند. حال اگر بازی‌ساز ایرانی نتواند محصولی تولید کند که قابل رقابت با بازی‌های خارجی باشد، ناچار به ترک این عرصه خواهد بود؛ عرصه‌ای که زنجیره‌های ارزش کامل و سرمایه‌گذاران عمده از کلیدی‌ترین عوامل افزایش کیفیت آن هستند. در گذشته به دلیل کمبود منابع آموزشی و به خصوص دشواری دسترسی به منابع اینترنتی، در هنگام تأسیس انستیتوی ملی بازی‌سازی که بازوی آموزشی بنیاد

دارد و مختص به این برنامه نیست که این مسئله، نیازمند بازنگری و تغییر فرایندهای سیاستگذاری در سطح کلان است. افزون بر این، مرکز ملی فضای مجازی نیز فاقد اقتدار لازم جهت اعمال نفوذ و فشار برای اجرای برنامه است. مرکز ملی از ابزارهای کافی جهت نظارت بر حسن اجرای سند برخوردار نیست و محدودیت‌های ساختاری و هویتی مانع از ایفای نقش جدی مرکز ملی فضای مجازی در عرصه نظارت شده است [۱۲].

۵-۵. زیست‌بوم بازی

۱. موانع متعدد برای بازی‌سازان: از گذشته تاکنون مشکلات و موانع متعددی برای بازی‌سازان وجود داشته است که باعث شده نیروی انسانی این حوزه که حیات بازی‌سازی در کشور به آن گره خورده، روز به روز از نظر کمی و کیفی دچار افت شود. یکی از اصلی‌ترین این موانع، نبود نظام صنفی توانمند است. بازی‌سازان نیز مانند اهالی سینما، کتاب، رسانه و ... نیاز به یک اتحادیه یا انجمن صنفی کارآمد دارند که صدای آنها را به گوش مسئولان رسانده و دغدغه‌هایشان را پیگیری و مطالبه کند و همچنین بتواند حقوق کاربران و فعالان این عرصه را استیفا نماید. افزون بر این، حمایت‌های مالی ناکافی و غیرهدفمند به ناپایداری شغلی فعالان بازی‌های دیجیتال (رقومی) منجر شده و از انگیزه تولیدکنندگان برای حضور فعال در این عرصه کاسته است. به طوری که در این رویکرد حمایتی غیرنظام‌مند، به مسائل پراولیتی همچون بیمه بازی‌سازان، مالیات شرکت‌های بازی‌سازی، موانع و محدودیت‌های مربوط به نظام وظیفه بازی‌سازان جوان، حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و بازارهای خارجی و ... پرداخته نشده است. ممکن است برخی رویکردها در یک نگاه افراطی هرگونه سرمایه‌گذاری دولتی در حوزه بازی را اشتباه بدانند، اما چنین نگاهی نیز نادرست است. هر چند در گذشته سرمایه‌گذاری‌های غیرهدفمند دولتی، به خصوص از طریق بنیاد، مشکلاتی را پدید آورده است، اما باید توجه داشت بازی یک محصول هزینه‌بر بوده و در برخی تولیدات لازم است دولت در قالب‌های مختلف به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم ورود داشته باشد. در غیر این صورت بازی‌ساز امکان ساخت محصول مطلوب را نخواهد داشت و برای پوشش دادن هزینه‌ها به سراغ تولیدات نامطلوب و صرفاً بازاری و درآمدزا خواهد رفت. در این باره، مدتی است که ساختار «همگرا» در بنیاد و در پاسخ به همین مسئله ایجاد شده است که نیازمند تقویت جدی‌تر و ترویج بیشتر است. یکی دیگر از نیازهای بسیار جدی بازی‌سازان، مجوز تولید است. مجوز تولید در ابتدا به خواست بنیاد توسط سازمان امور سینمایی و سمعی و بصری صادر می‌شد که اعتبار بسیار بالایی داشت و معافیت‌های مالیاتی با اعطای وام را نیز شامل می‌شد. پس از مستقل شدن بنیاد در دوره اول مدیریت، مجوزها از طریق خود



همچنین حذف مجوز تولید و ضعف نظارتی، بازی‌سازان در راستای افزایش فروش و سود خود، به تدریج از کیفیت و ویژگی‌های فاخر محتوایی چشم‌پوشی کردند و در عوض، تولیدات خود را در مسیر ذائقه‌های غالب در میان مخاطبان و خریداران قرار دادند. آشکار است که در چنین مسیری استفاده از عناصری همچون جذابیت‌های سطحی و مبتذل که به‌طور عادی فروش را بیشتر می‌کنند، پررنگ‌تر می‌شود [۱۹]. در همین راستا گفتنی است با وجود اختصاص اعتبارات ویژه و قابل توجه برای تولید فیلم‌های سینمایی و مجموعه‌های تلویزیونی فاخر، چنین اعتباراتی برای تولید بازی‌های دیجیتال (رقومی) فاخر لحاظ نشده است. در حال حاضر، تولید هر بازی موبایلی (دستگاه همراه) به‌طور میانگین ۵ میلیارد تومان و تولید هر بازی رایانه‌ای (PC) به‌طور میانگین ۱۰ میلیارد تومان هزینه دارد و عدم تأمین اعتبار و حمایت از تولید چنین بازی‌هایی، روندها و جریان‌های حاکم بر بازار و ذائقه مصرف را به‌سوی ابتذال و آسیب‌های فرهنگی سوق می‌دهد.^۱

۶. وابستگی مفرط به کافه‌بازار: طی سال‌های اخیر با افزایش دارندگان تلفن همراه، نرم‌افزارها و بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) با اقبال بالایی روبرو شده‌اند. از طرف دیگر، با تحریم‌های یک‌طرفه شرکت گوگل، دسترسی توسعه‌دهندگان و کاربران ایرانی به خدمات گوگل پلی محدود شده است. در چنین شرایطی، کافه‌بازار^۲ با برخورداری از زیرساخت مناسب، محیط کار پرسند، گستره وسیع نرم‌افزارها (به‌خصوص نرم‌افزارهای ایرانی) و همچنین خدمات مناسب برای توسعه‌دهندگان به‌ویژه در زمینه‌های نشر و فروش، به پرمخاطب‌ترین فروشگاه ایرانی برنامه‌ها و بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) اندروید تبدیل شده است. از سوی دیگر، در سال‌های ابتدایی دهه نود، تمرکز اصلی بنیاد بر ساخت بازی‌های رایانه‌ای بود، اما موج بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) به یک‌باره اوضاع را دگرگون کرد. در این شرایط، با توجه به عدم نیاز به مجوزهای مرسوم و از بین رفتن دشواری‌های نشر فیزیکی به‌وسیله روش نشر دیجیتال (رقومی)، به‌مرور وابستگی بازی‌سازان به این بستر خدماتی افزایش فراوانی یافت. این مسئله همچنین حوزه‌های نظارتی بنیاد را که به‌وسیله مجوز و هولوگرام در نشر فیزیکی وجود داشت، محدود کرد. البته رشد و گسترش کافه‌بازار از این جهت که به رونق تولید بازی موبایلی (دستگاه‌های همراه) کمک کرده امری مطلوب است، اما از منظر سیاستگذاری کلان، وابستگی به یک بستر خصوصی در این حجم و سطح، افزون بر خطرات احتمالی (نظیر ایجاد انحصار و یا ولنگاری فرهنگی)، اعمال راهبردها را دشوار می‌کند.^۳ در همین راستا، مرور عناوین بازی‌های منتشر شده در کافه‌بازار نشان می‌دهد محتوای

است، عطش فراوانی به یادگیری از سوی علاقه‌مندان وجود داشت؛ اما اکنون با افزایش کلاس‌های برخط و فراوانی منابع آسان و در دسترس، از تمایل علاقه‌مندان به استفاده از انستیتو کاسته شده است. این مسئله از سویی از محاسنی همچون عمومی شدن و افزایش دسترس پذیری آموزش‌ها و نیز کاهش هزینه‌های این بخش برخوردار است، اما از سویی دیگر، بنیاد هنوز با این تغییرات همراه نشده و فعالیت انستیتو همچنان مبتنی بر فرایندهای سرفصل‌محور است. یکی دیگر از مواردی که در عرصه آموزش باید به آن توجه کرد، لزوم بهره‌مندی از تجارب واقعی افراد و شرکت‌های شاخص جهانی در عرصه تولید است که این مسئله نیز با توجه به تحریم‌های گسترده، در دسترس نبوده و از موانع رشد بازی‌سازان ایرانی است. به‌طور کلی، صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) با کمبود نیروی انسانی متخصص و دانشگاهی روبرو است [۱۹].

۴. بی‌توجهی نسبت به تولید بازی‌های رایانه‌ای و کنسولی (پیشانه‌ای): بازی‌های رایانه‌ای و کنسولی (پیشانه‌ای) تأثیرات بسیار عمیق‌تر و جدی‌تری بر مخاطبان گذاشته و از نظر اقتصادی نیز در صورت موفقیت در بازار، نسبت به بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) درآمد بیشتری دارند. اما در ایران در نتیجه سه مسئله تولید این بازی‌ها به کلی کنار گذاشته شد؛ نخست، شرایط حاکم بر بازارهای داخلی بود که به دلیل حل نشدن مسئله نشر در دوره اول مدیریت بنیاد و همچنین وجود مشکلات مربوط به حق تألیف و نشر و مالکیت معنوی، تولیدکنندگان با موانع دشواری روبرو شدند. تا آنجا که بسیاری از تولیدکنندگان این عرصه ورشکست شده یا به ساخت بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) روی آوردند. مسئله مهم دیگر، قطع حمایت‌های بنیاد به موجب تصمیم‌های دوره دوم مدیریت بنیاد و همچنین کاهش اعتبارات مالی بود که توجه به بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) را به‌صرفه‌تر می‌کرد. مسئله آخر نیز وجود تحریم‌ها و مشکلات حضور در عرصه بین‌المللی برای بازی‌سازان ایرانی است که آنان را از عرضه این بازی‌ها در بازارهای بین‌المللی محروم کرده است. نتیجه این سه مسئله، کاهش تولید بازی‌های رایانه‌ای و کنسولی (پیشانه‌ای) تا حد صفر شدن یا تک‌عنوان‌های خاص در طول سال است [۱۹].

۵. دور شدن جریان بازی‌سازی از تولید آثار فاخر: طبیعی است که بازی‌سازان در قالب یک صنف تمایل دارند تا جایی که مقررات اجازه می‌دهند، سود خود را به حداکثر برسانند. پس از حذف برخی حمایت‌های مستقیم بنیاد در دوره دوم مدیریت و چرخش به سمت بازی‌های موبایلی (دستگاه‌های همراه) و

۱. مکاتبه شماره ۱۴۰۲/۱۹۳۹ مورخ ۱۴۰۲/۶/۱ (پاسخ بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به نامه شماره ۱۵۹۴۷/۱۶۲۰-۸۲ مورخ ۱۴۰۲/۵/۲ مرکز پژوهش‌های مجلس).

۲. گوگل پلی (Google Play)، یا فروشگاه گوگل پلی (Google Play Store)، یک بستر خدماتی برخط در حوزه توزیع دیجیتال (رقومی) و متعلق به شرکت گوگل است که عمدتاً به عرضه نرم‌افزارهای اندرویدی می‌پردازد.

۳. کافه‌بازار، بستری برای ارائه برنامه‌ها و بازی‌های اندرویدی در ایران است که در مالکیت «گروه توسعه فناوری اطلاعات هزارستان» قرار دارد.

۴. البته افزون بر کافه‌بازار، بسترها و فروشگاه‌های اندرویدی دیگری همچون مایکت، پارس‌هاب، چارخونه، فارس‌روید، اندرویدکده و ... نیز فعالیت دارند، اما همچنان بیشترین مخاطب و حجم بازار به کافه‌بازار اختصاص دارد.

موضوع آن مراقبت از سگ به‌عنوان حیوان خانگی یا آرایش افراطی و تجمل‌گرایانه چهره و لباس و بدن توسط کودکان است [۱۹].

بعضی از بازی‌ها با مؤلفه‌ها و هنجارهای فرهنگی بومی و اسلامی در تعارض است که برای نمونه می‌توان به بازی‌هایی اشاره کرد که

۶. ملاحظات و پیشنهادها

دیجیتال (رقومی) به یک نهاد غیر دولتی خارج از ساختار رسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی سپرده شده، تولی‌گری بنیاد را دچار ابهام و تزلزل کرده است. در چنین وضعیتی، بازآرایی نقشه نهادی در حوزه سیاستگذاری بازی‌های دیجیتال (رقومی) براساس وظایف تعیین شده در اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، می‌تواند امکان تحقق اهداف مدنظر برای بهبود وضعیت زیست‌بوم بازی‌های دیجیتال (رقومی) در کشور را افزایش دهد. به‌این‌منظور، سه سطح «سیاستگذاری کلان»، «سیاستگذاری اجرایی» و «اجرا و عملیات» تعریف و با توجه به ظرفیت و جایگاه قانونی نهادهای کنونی، نگاشت نهادی پیشنهادی ارائه می‌شود:

در بخش پایانی گزارش، با توجه به مسائل و چالش‌های گوناگونی که پیرامون سیاستگذاری بازی‌های دیجیتال (رقومی) بیان شد، ملاحظات و پیشنهادهایی در چهار محور «ساختار و فرایند»، «تنظیم‌گری و تقنین»، «حمایت و تسهیلگری» و «فرهنگی و محتوایی» ارائه می‌شوند.

۱-۶. ساختار و فرایند

۱ بازآرایی تولی‌گری و اصلاح نگاشت نهادی زیست‌بوم بازی‌های دیجیتال (رقومی): مشکلات ساختاری و اساسنامه‌ای بنیاد و این مسئله که سیاستگذاری و تنظیم‌گری بازی‌های

جدول ۴. بازآرایی نگاشت نهادی بازی‌های دیجیتال (رقومی)

سطح	وظیفه اساسنامه‌ای	نهاد متولی
سیاستگذاری کلان	تهیه و تنظیم راهبردها و سیاست‌ها و اسناد سیاستی در زمینه بازی‌های رایانه‌ای (رقومی).	تشکیل کمیسیون مشترک میان شورای عالی انقلاب فرهنگی (دبیرخانه) و شورای عالی فضای مجازی (مرکز ملی فضای مجازی).
	برنامه‌ریزی و طراحی کلان در زمینه این بازی‌ها در ابعاد مختلف تفریحی، آموزشی و کمک‌آموزشی.	محل تشکیل این کمیسیون شورای عالی فضای مجازی (مرکز ملی فضای مجازی) خواهد بود.
سیاستگذاری اجرایی	تدوین سیاست‌های حمایتی و تشویقی در زمینه تهیه، تولید، واردات، صادرات و توزیع بازی‌های رایانه‌ای توسط بنیاد و بخش خصوصی به‌منظور ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی و تعریف سیاست‌های مناسب برای مقابله با بازی‌های مضر و مخرب.	مطابق سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم مصوب ۱۳۹۷ که معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری به‌عنوان سیاستگذار اجرایی بازی‌های دیجیتال (رقومی) تعیین شده است، مقتضی است موارد مذکور توسط ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم معاونت علمی تدوین و به ستاد هماهنگی میان شورای عالی انقلاب فرهنگی (دبیرخانه) و شورای عالی فضای مجازی (مرکز ملی فضای مجازی) جهت تصویب، ارائه شود.
	استفاده از ظرفیت‌های داخلی و خارج از کشور به‌منظور رشد و ارتقای صنعت بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای.	
	تدوین استانداردهای لازم جهت بررسی کپی و کیفی واردات و صادرات محصولات بازی‌های رایانه‌ای.	
	تلاش در راستای تأمین حقوق مادی و معنوی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان بازی‌های رایانه‌ای.	
اجرا و عملیات	تلاش در جهت توسعه همکاری‌های بین‌المللی به‌ویژه با کشورهای اسلامی در زمینه صنعت بازی‌های رایانه‌ای.	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای).
	برنامه‌ریزی و حمایت از اجرای دوره‌های آموزشی و پژوهشی مورد نیاز با هدف تقویت مبانی نظری، علمی و کاربردی اسلامی و ایرانی در حوزه بازی‌های رایانه‌ای.	
	ایجاد زمینه برای رشد و شکوفایی خلاقیت‌های جوانان در صنعت سرگرمی و بازی.	
	برگزاری، حمایت و شرکت در همایش‌ها، جشنواره‌ها و بازی‌های ملی، منطقه‌ای و جهانی.	
	ایجاد زمینه جهت رقابت‌های علمی، فنی، فرهنگی و هنری میان دست‌اندرکاران فعال در صنعت سرگرمی و بازی به‌منظور ارتقا و رشد کپی و کیفی این صنعت به‌علاوه سایر شئون اجرایی.	



به سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای کنسولی (پیشانه‌ای) اختصاص دارد که عمده آن نیز از راه قاچاق و مجاری غیر رسمی وارد بازار مصرف می‌شود [۲۰] [۲۱]. با وجود این، تاکنون هیچ نهادی برای ورود به بازی‌های کنسولی (پیشانه‌ای) برنامه‌ریزی نکرده و حمایت و ساماندهی واردات این حوزه در دستور کار قرار نگرفته است. به‌طور کلی، لازم است در کنار گسترش و تقویت سکوها، ابری، به‌منظور تنظیم بازار و کاهش قاچاق، سازوکار واردات و تعرفه‌های گمرکی سخت‌افزارها و نسخه فیزیکی بازی‌ها توسط بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای یا با هم‌فکری آن مشخص شود. مالیات‌ها و تعرفه‌های به‌دست آمده از این طریق نیز می‌تواند صرف جبران کاستی‌ها و توسعه صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در کشور شود.

۲-۶. تنظیم‌گری و تقنین

۱- اصلاح بودجه: لازم است در اختصاص میزان اعتبارات و همچنین ساختار بودجه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای بازنگری صورت گیرد. خود بنیاد باید علاوه بر برخورداری از ردیف مستقل، ذیل این ردیف، برنامه‌ها و اقدامات جداگانه و مشخصی (شامل برنامه‌ها و کارویژه‌های پراهمیتی همچون حمایت از تولید بازی‌های فاخر، نظارت بر بازار توزیع فیزیکی و دیجیتال (رقومی)، تدوین الگوی ایرانی-اسلامی بازی، حمایت از توسعه آموزش و پژوهش و...) در قوانین بودجه سالیانه داشته باشد. در این صورت هم می‌توان اعتبارات را به‌درستی و بر مبنای فعالیت صورت گرفته، تخصیص داد و هم امکان نظارت بیشتری بر اقدامات بنیاد وجود دارد. افزون بر این، با گره زدن تخصیص بودجه بر مبنای تدوین و ابلاغ برنامه‌ها و اقدامات، می‌توان ضمانت اجرای آنها را نیز تقویت کرد.

۲- اصلاح قوانین مربوط به مالکیت معنوی و حق نشر: اگرچه در ایران مجموعه‌ای از قوانین به این موضوع پرداخته‌اند، اما در حال حاضر قانونی وجود ندارد که به‌طور یکپارچه و کلان به این گونه حقوق بپردازد. قوانین موجود همه حوزه‌ها و موضوعات را پوشش نمی‌دهند و با توجه به اینکه زمان زیادی از تصویب‌شان می‌گذرد، در مواجهه با مسائل نوپدید (مانند بازی‌های دیجیتال (رقومی))، کارایی لازم را ندارند. البته طی ۱۰ سال گذشته، لایحه‌ای جامع با عنوان «لایحه حمایت از مالکیت فکری» مطرح شده که هنوز به نتیجه نرسیده است. با توجه به این‌ها، لازم است تا زمان تصویب قانونی جامع در این زمینه (با در نظر داشتن مسائل

۱- حل مسائل زیرساخت ارتباطی: در صورت تحقق کامل شبکه ملی اطلاعات و تقویت زیرساخت‌های فناورانه و ارتباطی و به‌موجب آن، عرضه اطلاعات با سرعت بالاتر و قیمت پایین‌تر، می‌توان خدمات و سکوها داخلی را با مزیت‌های بیشتری راه‌اندازی کرد. شرایط زیرساختی باید به‌نحوی رقم بخورد که از نظر سرعت و قیمت اینترنت برای کاربران به‌طور قابل توجهی تفاوت داشته باشد که از سکوی استیم^۱ آمریکایی استفاده کنند یا هیولا^۲ و پلی‌پاد^۳ ایرانی. همچنین در خصوص فهرست سایت‌های برخوردار از ترافیک نیم‌بها، باید عواملی فراتر از داخلی بودن سرور (کارساز) لحاظ شود. بنابراین، لازم است وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز در تدوین و تنظیم‌گری فهرست سایت‌های مشمول ترافیک نیم‌بها با تأکید بر حمایت از سکوها و بسترهای خدماتی و محصولات داخلی با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات همکاری کند.

۲- برنامه‌ریزی و تنظیم‌گری در حوزه توزیع: با توجه به فعالیت انواع توزیع‌کنندگان در کشور، لازم است چارچوب‌های محتوایی و اقتصادی مشخصی برای ساماندهی این بخش از زنجیره ارزش بازی‌های دیجیتال (رقومی) تعریف شود. برای تسهیل در اجرا نیز می‌توان به سکوهایی که چارچوب‌ها را رعایت می‌کنند تعرفه‌های ترجیحی اختصاص داد. از طرف دیگر، ورود به عرصه خدمات ابری و حمایت از بسترهای فعال در این عرصه (مانند پلی‌پاد)، رفع برخی مشکلات مانند ذائقه‌سنجی مخاطب، حقوق مربوط به مالکیت معنوی و تألیف و نشر، توسعه بازار در منطقه و... را تسهیل می‌کند.

۳- تدوین نظام تعرفه‌گذاری برای واردات و عرضه: واردات بازی بدون توجه به ملاحظات گمرکی و تعرفه‌گذاری و نیز عرضه گسترده بازی‌های قاچاق و کپی از جمله عواملی هستند که موجب شده‌اند صنعت نحیف بازی در کشور در رقابتی نابرابر با آثار خارجی قرار بگیرد. این مسئله باعث شده تا آثار نسبتاً موفق داخلی نیز با مشکل بازگشت سرمایه روبه‌رو شوند. از این‌رو، با توجه به اینکه بسیاری از بازی‌ها و محتواهای مربوط به آنها در کشور به‌صورت رایگان منتشر می‌شوند، لازم است که یک نهاد مرجع بالادستی مبتنی بر یک نظام مشخص و شفاف در قیمت‌گذاری ورود کند. درباره بازی‌ها و محتواهای خارجی نیز باید با تعرفه‌گذاری و تلاش برای واقعی‌تر کردن قیمت آنها، عرصه رقابت میان آثار داخلی و خارجی را به‌طور منصفانه‌ای تنظیم کرد. از سوی دیگر، اگرچه تنها حدود ۲۵ درصد بازیکنان از کنسول (پیشانه) استفاده می‌کنند، اما نباید این مسئله را نادیده گرفت که حدود ۸۰ درصد از بازار نیز

۱. استیم (Steam) بزرگ‌ترین سکوی دیجیتال (رقومی) توزیع بازی‌های ویدئویی در جهان است که از سپتامبر سال ۲۰۰۳ میلادی آغاز به کار کرده است. این سکوها گوناگونی در حوزه‌هایی همچون مدیریت حقوق دیجیتال (رقومی)، همتایی در بازی‌های برخط، شبکه اجتماعی، پخش زنده و... ارائه می‌دهد.

۲. هیولا، یک بستر عرضه دیجیتالی (رقومی) برای بازی‌های ایرانی و آن دسته از بازی‌های بین‌المللی است که تمایل داشته باشند به‌صورت رسمی در ایران منتشر شوند. سکوی هیولا از سال ۱۳۹۶ در حال فعالیت است.

۳. پلی‌پاد بستری اشتراکی برای ارائه خدمات ابری بازی است.

۴. از این جمله می‌توان به «قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان» مصوب ۱۳۴۸، «قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی» مصوب ۱۳۵۲، «قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای» مصوب ۱۳۷۹ و «آیین‌نامه اجرایی آن مصوب ۱۳۸۳»، «قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری» مصوب ۱۳۸۶ و مواد (۶۲، ۶۳ و ۷۴) «قانون تجارت الکترونیکی» مصوب ۱۳۸۲ اشاره کرد.

آنها امکان پذیر گردد. البته در برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای پیش‌بینی‌هایی برای تشکیل اتحادیه صورت گرفته بود که به دلایل پیش‌گفته به درستی اجرا نشد.

۱۲ اصلاح و هدفمند کردن حمایت‌ها: بخش قابل توجهی از حمایت‌هایی که توسط بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای صورت گرفته، به صورت حمایت مستقیم از تولید بازی بوده است. در حالی که شیوه‌های غیرمستقیم و زمینه‌سازانه حمایتی مانند توسعه زیرساخت‌ها (از قبیل ایجاد مرکز تحقیقات تولید و طراحی بازی، ایجاد و تقویت مراکز رشد (انکوباتور) و شتاب‌دهنده‌ها^۱ و گسترش و تقویت پارک‌های علم و فناوری بازی‌های دیجیتال (رقومی) نظیر انستیتو ملی بازی‌سازی توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری)، ارائه اطلاعات و روندهای بازار، تخفیف‌های مالیاتی و ... نیز نیازمند توجه جدی هستند. در راستای اصلاح سازوکارهای حمایتی و هدفمندسازی آنها، تخصیص بودجه بنیاد باید به گونه‌ای انجام شود که پاسخ‌گوی این قبیل حمایت‌ها باشد. همچنین با گسترش پژوهش در حوزه‌هایی مانند وضعیت سنجی بازار، ذائقه‌سنجی مخاطبان و نیازسنجی طراحان و تولیدکنندگان، می‌توان یافته‌ها و تحلیل‌های حاصل را به‌عنوان پشتیبانی دانشی در اختیار فعالان عرصه بازی قرار داد. به این ترتیب، پیشنهاد می‌شود برخی از این حمایت‌های غیرمستقیم جزو عناوین برنامه‌ای بودجه بنیاد لحاظ شود تا امکان مطالبه‌گری از آن فراهم شده و ضمانت اجرای مصوبات نیز تقویت شود. برنامه‌هایی همچون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه طراحی، تولید و انتشار بازی، سرمایه‌گذاری در تولید بازی‌های فاخر، پژوهش در زمینه سنجش بازار و ذائقه‌شناسی مخاطبان، صنعت و آینده‌پژوهی، نمونه‌هایی از این عناوین هستند.

۱۳ حمایت از تولید بازی‌های فاخر: با توجه به اینکه چالش‌های محتوایی یکی از مسائل اصلی در حوزه بازی و سرگرمی است؛ لازم است در حوزه طراحی بازی فاخر و تولید و ترویج محتوای متناسب با آن، برنامه مشخصی تعریف شده و برنامه‌هایی نیز در خارج از حوزه بازی و با همکاری دیگر نهادها در جهت تولید محصولات رسانه‌ای متناسب با این محتوا طراحی شود. همچنین لازم است که ابزارها و خدمات فنی شناسایی و برای بومی‌سازی آنها برنامه‌ریزی شود و مبتنی بر ظرفیت‌های موجود، پروژه‌های

و اقتضانات بازی‌های دیجیتال (رقومی)، قوانین و مقررات کنونی را بازبینی یا اصلاح کرد یا آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی اختصاصی برای این حوزه وضع کرد. در این راستا، لحاظ کردن محورهای همچون تقویت ضمانت اجرای حقوق مربوط به آثار بازی‌سازان داخلی، چابک‌سازی رویه‌های مربوط به پیگیری قضایی تخلفات و تنظیم‌گری رقابت میان محصولات داخلی و خارجی، در ساماندهی و حمایت از حقوق فعالان بازی‌های دیجیتال (رقومی) در کشور حائز اهمیت است.

۱۴ ساماندهی قوانین انتشار و تبلیغات: انتشار اطلاعات و تبلیغات بازرگانی در فضای مجازی، چه از لحاظ محتوایی و چه از لحاظ بستر انتشار، ملاحظات و چالش‌هایی (از قبیل فرهنگی، اقتصادی، حقوقی و امنیتی) به همراه دارد که نیازمند تنظیم‌گری، نظارت و تعیین سازوکار است. به علاوه، قوانین موجود و مرتبط به این حوزه در کشور، عمدتاً ناظر به رسانه‌های سنتی (از قبیل مطبوعات، سینما، رادیو و تلویزیون) بوده و لازم است متناسب با اقتضانات رسانه‌های نوین، فضای مجازی و زیست‌بوم دیجیتال (رقومی) به روزرسانی شوند. همچنین با توجه به اینکه در حال حاضر بخش درخور توجهی از محتوای مربوط به بازی‌های دیجیتال (رقومی) در سکوه‌های خارجی عرضه و توسط کاربران داخلی استفاده می‌شود، مذاکره و تعامل با این سکوها می‌تواند زمینه‌ساز پذیرش و رعایت قواعد و چارچوب‌های محتوایی و اخلاقی کشور در خصوص انتشار بازی‌ها و تبلیغات بازرگانی باشد.^۱

۳-۶. حمایت و تسهیل‌گری

۱۱ ایجاد اتحادیه صنفی: همان‌طور که پیشتر اشاره شد، بازی‌گاه‌ها ذیل اتحادیه‌های مختلف و نامربوطی فعالیت می‌کنند و همین امر باعث می‌شود ضوابط موجود برای مدیریت آنها رعایت نشود. مقتضی است که همه بازی‌گاه‌ها ذیل یک رسته و اتحادیه واحد قرار گرفته و این اتحادیه مطابق با قوانین وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و قوانین موضوعه (نظیر قانون نظام صنفی) فعالیت کنند. این اتحادیه می‌تواند برای تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان محصولات فرهنگی که شرکت‌های بازی‌سازی، سکوها و فروشگاه‌های عرضه بازی و بازی‌گاه‌ها را نیز دربرمی‌گیرد، تشکیل شود و از این طریق، حمایت، پشتیبانی و نظارت در خصوص

۱. پیش از این، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، گزارش‌هایی را در زمینه چارچوب‌های تقنینی تبلیغات بازرگانی تدوین و منتشر کرده است که عبارتند از: «مطالعه تطبیقی ضوابط و مقررات تبلیغاتی بازرگانی همراه‌کننده (مفهوم، معیارها و ضمانت اجراها) (تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۱۲/۲۳، شماره مسلسل: ۱۸۱۳۵)، «بازطراحی جایگاه نهاد تنظیم‌گر تبلیغات بازرگانی در ایران» (تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۹/۱۶، شماره مسلسل: ۱۸۵۷۰)، «بررسی آسیب‌شناسانه مقررات حوزه تبلیغات بازرگانی با تأکید بر مسئولیت و ضمانت اجرا (رویکرد فعلی، خلأهای پیش رو، راهکارهای پیشنهادی)» (تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱۲/۲۲، شماره مسلسل: ۱۸۸۴۹)، «بازآفرینی منظومه بایسته‌های محتوایی تبلیغات بازرگانی در ایران (۱)» (بخش اول: محورهای اصلی خلأهای تقنینی» (تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۳/۱۷، شماره مسلسل: ۱۸۹۸۰) و «مسئولیت چهره‌ها در شبکه‌های اجتماعی: ۱. تبلیغات بازرگانی» (تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۵/۱۸، شماره مسلسل: ۱۸۳۴۸).

۲. انکوباتور (rotabucni): استارت‌آپ‌ها در اغلب موارد برای شروع به‌کار خود یا تجاری‌سازی فعالیت خود به حمایت مراکز و سازمان‌های مختلفی نیازمند هستند. یکی از شناخته شده‌ترین مؤسسه‌ای که می‌تواند هدایت استارت‌آپ‌ها را در دست بگیرد، انکوباتور است. در واقع، انکوباتورها سعی دارند تا ایده‌ها را به کسب‌وکار تبدیل کنند.
۳. شتاب‌دهنده‌ها بر روی کسب‌وکارهایی تمرکز دارند که ایده خود را تا مرحله‌ای پیش برده‌اند و اکنون به دنبال تسهیل و سرعت بخشیدن به استارت‌آپ خود هستند. در واقع شتاب‌دهنده‌ها نیز با ارائه خدماتی مشابه انکوباتورها سعی در همراهی استارت‌آپ‌ها دارند؛ اما نه در مرحله آغاز، بلکه در مرحله توسعه و پیشرفت. در طی این مسیر، شتاب‌دهنده‌ها سرمایه مناسبی را همراه با طرح تجاری‌سازی مناسب در اختیار کسب‌وکارها قرار می‌دهند و می‌کوشند تجاری‌سازی محصولات استارت‌آپ را توسعه بخشند.



مهم فنی و بازی‌های فاخر فرهنگی تعریف شود. البته تحقق چنین امری بدون اختصاص اعتبارات و حمایت‌های مالی و معنوی خاص ذیل موضوع بازی و سرگرمی امکان‌پذیر نخواهد بود.

۴-۶. فرهنگی و محتوایی

۱- الگوی ایرانی-اسلامی بازی: چالش‌ها و آسیب‌های محتوایی موجود در عرصه تولید و مصرف بازی ایجاب می‌کند که اقدام کلانی در خصوص بهبود درون‌زایی و بومی‌سازی محتوای بازی‌ها مبتنی بر ارزش‌های دینی و ملی صورت گیرد. از این رو، طراحی و تدوین «الگوی ایرانی-اسلامی بازی» به‌مثابه یک چارچوب محتوایی راهبردی و برنامه‌مند برای جهت‌دهی و ارتقای محتوای تولید و عرضه شده در عرصه بازی (توسط ستاد هماهنگی شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی فضای مجازی) ضروری است. استخراج و طراحی چنین الگویی و اجرا و پیاده‌سازی آن به یک طرح همه‌جانبه پژوهشی، فنی، محتوایی و تجاری نیاز دارد. این طرح با پرداختن به جایگاه بازی در فرهنگ ایرانی-اسلامی آغاز می‌شود و در نهایت به تولید و پیاده‌سازی بازی و تجاری‌سازی آن براساس رویکرد و جهت‌گیری مطلوب این الگو، منتهی خواهد شد. به‌عنوان نمونه در این زمینه مقتضی است جهت به‌کارگیری ظرفیت بازی‌ها در ارتقای فرهنگ عمومی، یکی از محورهای اصلی چنین الگویی پاسداشت زبان فارسی مقرر شود.

۲- برنامه‌ریزی در حوزه فرهنگ‌سازی، سواد بازی و هدایت مصرف: رده‌بندی سنی، سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی و تولید محتوای آگاهی‌بخش از مهم‌ترین مسائل این حوزه به‌شمار می‌آیند. هم‌اکنون سکوهایی مانند کافه‌بازار خود را ملزم به رعایت نظام رده‌بندی سنی اسرانی دانند که چنین وضعیتی، نیازمند ایجاد سازوکاری قانونی از قبیل آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های لازم‌الاجرا برای سکوها و فروشگاه‌های عرضه محصولات برای اجباری شدن رعایت رده‌بندی سنی است. در کنار رده‌بندی اسرا، می‌توان از ظرفیت مجموعه‌ها و سکوهایی موجود در حوزه هدایت مصرف و سواد بازی مانند کدومو^۱، چی‌خوبه^۲

فهم بازی و ... استفاده کرد. برای توان‌افزایی و گسترش چنین سکوهایی ابتدا لازم است که توسط یک نهاد بالادستی به رسمیت شناخته شده و سپس از حمایت‌های مادی و معنوی مناسبی برخوردار شوند. برای ارتقای سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی مخاطبان-به‌ویژه کودکان و نوجوانان-در مواجهه با محتوای گوناگون بازی‌ها نیز دستگاه‌هایی همچون وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت آموزش و پرورش، سازمان صدا و سیما، سازمان تبلیغات اسلامی و دیگر دستگاه‌های مرتبط می‌توانند در قالب‌های برنامه‌سازی، دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی، همایش‌ها، جشنواره‌ها، مسابقات، رویدادهای تعاملی و ... نقش‌آفرینی کنند.

۳- ساماندهی حوزه آموزش و پژوهش: یکی از چالش‌هایی که همچنان در زیست‌بوم بازی کشور وجود دارد، وجود فاصله و شکاف میان صنعت و دانشگاه است. لازم است بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و دانشگاه‌های تراز اول و پرفریت در این حوزه، برنامه مدونی برای گرایش‌های مورد نیاز کشور متناسب با نیازهای شغلی این حوزه طراحی کند. از طرف دیگر، باید درباره حوزه‌های نوظهوری مانند بازی‌های جدی، بازی‌های تجاری و ... مطالعات و طرح‌های پژوهشی نظام‌مند و آینده‌پژوهانه تعریف شود. توسعه آموزش بازی‌سازی در مراکز دانشگاهی، توسعه همکاری با شتاب‌دهنده‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، توسعه مراکز رشد بازی‌سازی در سطح ملی، توسعه سراسری آموزش رایگان بازی‌سازی در شبکه آموزشی شاد، توسعه مؤسسات تخصصی و حرفه‌ای بازی‌سازی، توسعه زیرساخت‌های آموزشی برای ملی کردن بازی‌سازی و ... از جمله اقداماتی هستند که باید در این زمینه مورد توجه قرار گیرند.

با توجه به آنچه مورد واکاوی و بحث قرار گرفت و در راستای ارتقای وضعیت صنعت بازی‌های دیجیتال (رقومی) در کشور، احکام و مواد قانونی زیر پیشنهاد می‌شود:

1. <https://kodoumo.ir>
2. <https://chikhoobeh.com>

۳. بازی‌های جدی (Serious Games) گونه‌ای از بازی‌های دیجیتال (رقومی) اند که عموماً یک موقعیت، یک شغل، یک مهارت یا روش آموختن آنها را شبیه‌سازی می‌کنند و سرگرمی در ساختار آنها در درجه‌های بعدی اهمیت قرار دارد.

دولت مکلف است در راستای ارتقای صنعت بازی کشور در محورهای زیرساخت، تولید، انتشار، محتوا، فرهنگ مصرف و ترویج سبک زندگی ایرانی-اسلامی، افزایش درآمد حاصل از این صنعت و نیز افزایش دوبرابری درصد هزینه‌کرد کاربران برای آثار بومی و تولید داخل، اقدامات زیر را انجام دهد:

۱. تدوین الگوی ایرانی-اسلامی بازی توسط کمیسیون مشترک میان شورای عالی انقلاب فرهنگی (دبیرخانه) و شورای عالی فضای مجازی (مرکز ملی فضای مجازی) و با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای).
۲. حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه طراحی، تولید و انتشار بازی (به‌ویژه در بخش بازی‌های ابری) و تأسیس دو پارک علم و فناوری جدید در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) با تمرکز بر توسعه مرکز رشد و ایجاد شتاب‌دهنده.
- تبصره: آیین‌نامه اجرایی موضوع این بند ۶ ماه پس از تصویب این قانون توسط معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری و با همکاری وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، امور اقتصادی و دارایی، صنعت، معدن و تجارت و ارتباطات و فناوری اطلاعات، تدوین و به تصویب هیئت وزیران می‌رسد.
۳. افزایش ظرفیت پذیرش در رشته‌های بازی‌سازی و مطالعات بازی و برگزاری دوره‌های آموزشی باکیفیت استاندارد مطابق با سطوح بین‌المللی و حمایت از پژوهش‌های دانشگاهی توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و با همکاری بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، به‌گونه‌ای که میانگین پژوهش‌های انجام شده در سال، افزایش حداقل دوبرابری داشته باشد.
- تبصره: طرح‌ها و پژوهش‌های کاربردی برگزیده توسط بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای جهت طی مراحل طراحی، تولید و انتشار به پارک‌های علم و فناوری مرتبط معرفی می‌شوند. پارک‌ها موظفند طرح‌ها و پژوهش‌های معرفی شده را مورد حمایت قرار دهند.
۴. نظارت بر تولید و انتشار بازی‌های رایانه‌ای با تأکید بر ساماندهی صدور مجوزها و الزامی کردن اعمال نظام ملی رده‌بندی سنی بازی‌های رایانه‌ای ایران (اسرا) برای تمامی بازی‌های عرضه شده در کشور توسط بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای.
۵. تعیین تعرفه گمرکی در بخش سخت‌افزاری و تعرفه انتشار در بستر فضای مجازی توسط وزارت امور اقتصادی و دارایی (گمرک جمهوری اسلامی ایران) با همکاری بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و اختصاص ۱۰ درصد از درآمد حاصل به این بنیاد برای حمایت از تولید بازی‌های فاخر.
۶. تشکیل و تقویت نظام صنفی حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) با ایجاد و حمایت از نهادهای صنفی مرتبط با این حوزه توسط وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، صنعت، معدن و تجارت و تعاون، کار و رفاه اجتماعی و ارتباطات و فناوری اطلاعات.
۷. بازنگری در شیوه تخصیص و اعمال تعرفه ترجیحی به دامنه‌های اینترنتی با میزبانی داخلی توسط وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات (سازمان فناوری اطلاعات ایران) و با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان

پیوست



الف) اساسنامه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای

مقدمه

بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای به لحاظ تأثیر گذاری خود در زمینه فرهنگ‌سازی، رشد و تکوین شخصیت فرهنگی و علمی و ایفای نقش‌های آموزشی و کمک آموزشی و همچنین پر کردن بخشی از اوقات فراغت گروه‌های سنی مختلف جامعه از جایگاه ویژه‌ای و مهمی برخوردار می‌باشند. بنا به اهمیت مزبور، توجه بیش از پیش به برنامه‌ریزی برای تولید محصولات فرهنگی جدید (همچون بازی‌های رایانه‌ای مناسب) و اهتمام ویژه به امر نخبگان جهت شناسایی و ساماندهی آنان به منظور بهره‌گیری بهتر از این قشر ممتاز از ضرورت بالایی برخوردار است. براساس این ضرورت، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برای برنامه‌ریزی و حمایت از فعالیت‌های مرتبط در تمامی زمینه‌های فرهنگی، هنری و فنی صنعت بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای، زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با اهداف و ارکان زیر تأسیس می‌گردد.

ماده (۱) - نام و نوع بنیاد

«بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای» زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که به اختصار در این اساسنامه «بنیاد» نامیده می‌شود. این بنیاد مؤسسه‌ای فرهنگی، هنری، غیرانتفاعی،

غیردولتی و ایرانی است که شخصیت حقوقی مستقل دارد و مرکز اصلی آن در شهر تهران است.

ماده (۲) - اهداف تأسیس بنیاد

- تبیین، تقویت و ترویج مبانی فرهنگی و هویت اسلامی ایرانی از طریق این صنعت با نگاه ویژه به کودکان و نوجوانان،
 - حمایت کامل از ظرفیت‌های موجود این صنعت در کشور با رویکرد بومی‌سازی و تقویت تولیدات داخلی،
 - حمایت و نظارت بر گسترش فرایند تولید، تأمین، واردات، صادرات، آماده‌سازی، تکثیر و صدور مجوز تولید و توزیع انواع بازی‌های کنسولی و رایانه‌ای،
 - تلاش در جهت تولید و تأمین دانش فنی و نیز امکانات و تجهیزات وابسته به آن در تمامی حوزه‌ها و قالب متفاوت سخت‌افزاری و نرم‌افزاری.
- #### ماده (۳) - وظایف بنیاد
- تهیه و تنظیم راهبردها و سیاست‌ها در زمینه بازی‌های رایانه‌ای جهت ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی،
 - برنامه‌ریزی و طراحی کلان در زمینه این بازی‌ها در ابعاد مختلف تفریحی، آموزشی و کمک آموزشی،
 - تدوین سیاست‌های حمایتی و تشویقی در زمینه تهیه، تولید،



واردات، صادرات و توزیع بازی‌های رایانه‌ای توسط بنیاد و بخش خصوصی به منظور ارائه به شورای عالی انقلاب فرهنگی و تعریف سیاست‌های مناسب برای مقابله با بازی‌های مضر و مخرب، استفاده از ظرفیت‌های داخل و خارج از کشور به منظور رشد و ارتقای صنعت بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای، تدوین استانداردهای لازم جهت بررسی کمی و کیفی واردات و صادرات محصولات بازی‌های رایانه‌ای، تلاش در راستای تأمین حقوق مادی و معنوی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان بازی‌های رایانه‌ای، برنامه‌ریزی و حمایت از اجرای دوره‌های آموزشی و پژوهشی مورد نیاز با هدف تقویت مبانی نظری، علمی و کاربردی اسلامی و ایرانی در حوزه بازی‌های رایانه‌ای، ایجاد زمینه برای رشد و شکوفایی خلاقیت‌های جوانان در صنعت سرگرمی و بازی، برگزاری، حمایت و شرکت در همایش‌ها، جشنواره‌ها و بازی‌های ملی، منطقه‌ای و جهانی،

ایجاد زمینه جهت رقابت‌های علمی، فنی، فرهنگی و هنری میان دست‌اندرکاران فعال در صنعت سرگرمی و بازی به منظور ارتقا و رشد کمی و کیفی این صنعت، تلاش در جهت توسعه همکاری‌های بین‌المللی به ویژه با کشورهای اسلامی در زمینه صنعت بازی‌های رایانه‌ای.

ماده (۴) - ارکان بنیاد

ارکان بنیاد به شرح زیر است: الف) هیئت‌امنا، ب) هیئت‌مدیره، ج) مدیرعامل، د) بازرس

ماده (۵) - هیئت‌امنا

هیئت‌امنای بنیاد متشکل از ۹ نفر است که عبارتند از: وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی (رئیس هیئت‌امنا)، معاون امور سینمایی و سمعی و بصری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاون ذی‌ربط سازمان صدا و سیما، رئیس کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، معاون ذی‌ربط وزارت آموزش و پرورش، معاون ذی‌ربط سازمان تبلیغات اسلامی، دبیر شورای عالی اطلاع‌رسانی، یک نفر کارشناس فرهنگی - هنری آشنا به بازی‌های رایانه‌ای به انتخاب شورای هنر، یک نفر متخصص در بازی‌های رایانه‌ای به پیشنهاد وزیر علوم، تحقیقات و فناوری.

تبصره: اعضای هیئت‌امنا به مدت سه سال و با پیشنهاد بالاترین رده سازمانی ذی‌ربط و با حکم وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی منصوب می‌گردند.

ماده (۶) - وظایف و اختیارات هیئت‌امنا

تدوین و تصویب خط‌مشی‌ها، سیاست‌ها و راهبردها و برنامه‌های کلان بنیاد در چارچوب اهداف و وظایف مصرح در این اساسنامه، بررسی و اعلام نظر در مورد گزارش سالیانه هیئت‌مدیره و بازرس

درباره فعالیت‌های بنیاد و تصویب آن، بررسی حساب‌های نهایی و ترازنامه بنیاد براساس گزارش هیئت‌مدیره و بازرس درباره فعالیت‌های بنیاد و تصویب آن، اتخاذ تصمیم نسبت به افزایش یا کاهش سرمایه بنیاد، تعیین و تصویب حقوق و مزایا و یا حق حضور در جلسات اعضای هیئت‌مدیره و حقوق و مزایای مدیرعامل و حق الزحمه بازرس، بررسی و تصویب پیشنهاد هیئت‌مدیره در خصوص ایجاد شعبه یا شرکت وابسته به بنیاد در داخل یا خارج از کشور، تصویب دستورالعمل‌ها، آیین‌نامه‌ها و شرح وظایف هیئت‌مدیره و مدیرعامل و آیین‌نامه‌های مالی و معاملاتی، بودجه سالیانه و تشکیلات بنیاد، پیشنهاد هرگونه تغییر و اصلاح در مفاد اساسنامه جهت تصویب در شورای عالی انقلاب فرهنگی.

ماده (۷) - هیئت‌مدیره

هیئت‌مدیره بنیاد مرکب از پنج نفر است (۳ نفر عضو موظف و ۲ نفر عضو غیرموظف) که به پیشنهاد رئیس هیئت‌امنا و تصویب هیئت‌امنا انتخاب می‌شوند.

تبصره «۱»: اعضای هیئت‌مدیره در نخستین نشست رسمی از بین خود یک نفر را به عنوان رئیس هیئت‌مدیره به مدت ۳ سال تعیین خواهند کرد.

تبصره «۲»: انتخاب یک فرد به عنوان رئیس هیئت‌مدیره و مدیرعامل و نیز انتخاب مجدد آنها بلامانع است.

تبصره «۳»: رئیس هیئت‌امنا حکم اعضای هیئت‌مدیره و رئیس هیئت‌مدیره را صادر می‌کند.

ماده (۸) - مدیرعامل

مدیرعامل از بین اعضای هیئت‌مدیره و به پیشنهاد هیئت‌مدیره و تصویب هیئت‌امنا برای مدت ۳ سال انتخاب می‌شود و انتخاب مجدد وی بلامانع است.

تبصره: رئیس هیئت‌امنا حکم مدیرعامل را صادر می‌کند.

ماده (۹) - منابع و دارایی‌های بنیاد

منابع مالی و دارایی‌های بنیاد به شرح زیر تأمین می‌شود:

■ کمک‌های دولت و سازمان‌های عمومی،

■ اموال منقول، غیرمنقول، وجوه نقدی و هدایا،

■ درآمد ناشی از سرمایه‌گذاری و ارائه خدمات در چارچوب اهداف و وظایف بنیاد و نیز وجوه حاصله از محل انعقاد قرارداد با اشخاص حقیقی یا حقوقی،

■ سال مالی بنیاد از اول فروردین ماه لغایت پایان اسفندماه هر سال است،

■ سال اول از تاریخ ثبت لغایت پایان اسفند همان سال است.

ماده (۱۰) - انحلال بنیاد

انحلال بنیاد با پیشنهاد هیئت‌امنا و با تصویب شورای عالی انقلاب

- ایرانی-اسلامی،
۲. تقویت و ارتقای سطح آموزش و تربیت سرمایه‌های انسانی متعهد، متخصص و کارآمد مورد نیاز صنعت بازی‌های رایانه‌ای،
 ۳. ایجاد فضای رقابتی، توسعه فضای کسب و کار در صنعت بازی‌های رایانه‌ای و تأمین و تقویت زمینه‌های مشارکت مؤثر و حداکثری بخش خصوصی و تعاونی در جهت گسترش تولید، سرمایه‌گذاری داخلی و فعالیت‌های مشترک بین‌المللی،
 ۴. توسعه برنامه‌های پژوهشی، رصد و آینده‌نگری،
 ۵. حمایت از نخبگان، شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و ارتقای حمایت از مالکیت آثار،
 ۶. کسب خودکفایی صنعتی، گسترش بازار و افزایش صادرات محصولات بازی‌های رایانه‌ای داخلی و ایجاد فرصت‌های جدید شغلی.

فرهنگی است. در صورت انحلال کلیه اموال و دارایی‌های بنیاد زیر نظر هیئت تسویه منتخب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی به وزارت مذکور منتقل خواهد شد.

ماده (۱۱) - این مصوبه در ۱۱ ماده و پنج تبصره در جلسه ۵۸۴ مورخ ۸۵/۳/۹ به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسید.

ب) سیاست‌های حاکم بر برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای
شورای عالی فضای مجازی در جلسه بیست‌وششم مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۵ سیاست‌های حاکم بر برنامه ملی بازی‌های رایانه‌ای را به شرح زیر تصویب کرد.

ماده (۱) - سیاست‌ها

۱. اولویت بخشی به محتوا، فرهنگ‌سازی عمومی و جریان‌سازی فرهنگی در داخل کشور و در عرصه بین‌الملل و مقابله مؤثر با تهاجم فرهنگی با تکیه بر اندیشه‌ها و ارزش‌های اسلامی و سبک زندگی

ماده (۲) - نگاشت نهادی

موضوع سیاست	اقدامات کلان	نهاد متولی	نهاد همکار
آموزش و پژوهش (سیاست ۲ و ۳)	تربیت نیروی انسانی کارشناس و حرفه‌ای در سطح دانشگاهی و مراکز مهارتی متناسب با نیازهای صنعت رسانه بازی رایانه‌ای در کشور جهت‌دهی پایان‌نامه‌ها، نشریات تخصصی، همایش‌های علمی و تهیه الگوی اسلامی-ایرانی بازی‌های رایانه‌ای	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت آموزش و پرورش، سازمان فنی و حرفه‌ای (حوزه مهارتی)	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
فرهنگ‌سازی و آموزش عمومی (سیاست ۱)	فرهنگ‌سازی در خصوص فرصت‌ها و تهدیدها، نحوه صحیح مصرف بازی‌های رایانه‌ای و زمینه‌سازی برای آموزش و تربیت کارشناس و مروج	سازمان صدا و سیما، شهرداری‌ها، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	سازمان تبلیغات اسلامی، وزارت آموزش و پرورش، وزارت ورزش و جوانان، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، حوزه علمیه
توسعه فضای کسب و کار (سیاست ۳ و ۶)	پیشنهاد طرح تعرفه‌گذاری و دریافت عوارض از بازی‌های خارجی و ارائه تسهیلات مالیاتی به محصولات داخلی	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	وزارت امور اقتصادی و دارایی، وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
ساماندهی مجوزها (سیاست ۳)	ساماندهی شرکت‌ها، مؤسسات و سایر اشخاص حقوقی و حقیقی تولیدکننده و توزیع‌کننده بازی‌های رایانه‌ای از نظر رعایت استانداردها، مسئولیت اجتماعی و سایر موضوعات مربوط از طریق صدور مجوزهای لازم، پیشنهاد خسارات، حق امتیاز و ...	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	وزارت صنعت، معدن و تجارت
حمایت (سیاست ۱ و ۶)	حمایت از تولید و توزیع بازی متناسب با نیاز تمامی اقشار و سنین جامعه مبتنی بر فرهنگ ایرانی-اسلامی با اولویت بازی‌های فاخر، نوآورانه و خلاق، آموزشی، برخط و مبتنی بر تلفن همراه افزایش حمایت‌های سرمایه‌ای و زیرساختی و نیز حمایت از تشکیل مراکز رشد و صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	وزارت آموزش و پرورش، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان صدا و سیما، سازمان بسیج مستضعفین، نیروی انتظامی
نظارت (سیاست ۳)	نظارت ساختاریافته و مستمر بر مبادی تولید و توزیع بازی‌های رایانه‌ای از جمله سایت‌های توزیع دیجیتال، کارخانجات تکثیر حامل‌های دیجیتال، شرکت‌های توزیع‌کننده عمده و بازی‌سراها	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	دادستانی کل کشور، وزارت صنعت، معدن و تجارت، نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران، وزارت اطلاعات
اصلاح و تنقیح قوانین (سیاست ۱ و ۳ و ۵)	اصلاح و و تنقیح قوانین مرتبط با مالکیت آثار تنقیح قوانین مرتبط از جمله قانون جرائم رایانه‌ای در جهت افزایش بازدارندگی، کاهش تکرار تخلفات و جرائم، حفظ حریم خصوصی و حقوق مصرف‌کننده	قوه مجریه، مجلس شورای اسلامی	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نیروی انتظامی

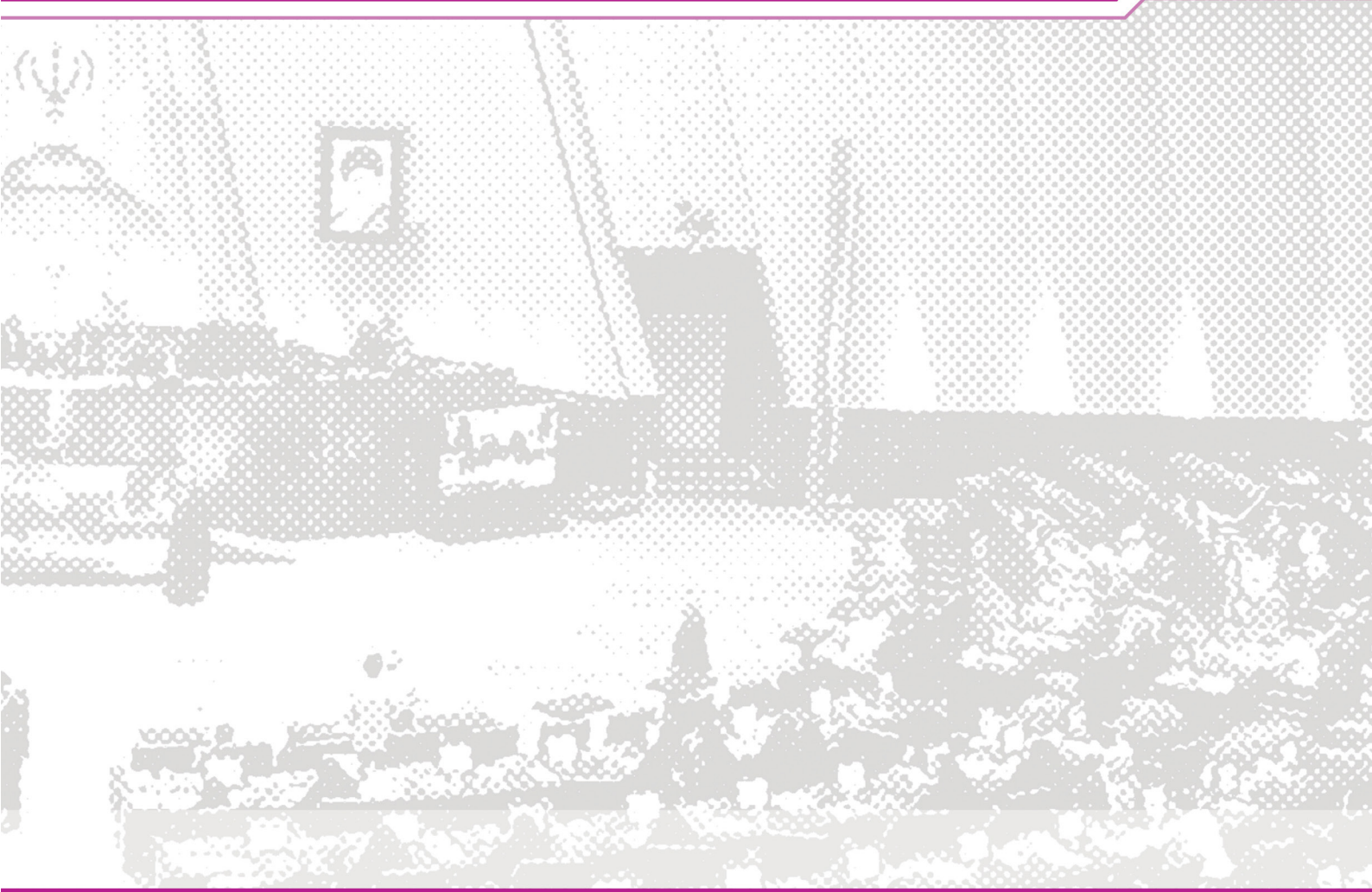


ماده (۳) - سایر اقدامات

۱. کلیه بازی‌های رایانه‌ای داخلی و خارجی برای انتشار در کشور باید از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز دریافت نمایند.
۲. سازمان صدا و سیما ج.ا.و شهرداری‌ها با تأیید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نسبت به ارائه تخفیفات مؤثر برای تبلیغات بازی‌های رایانه‌ای ایرانی اقدام نمایند.

منابع و مآخذ

- [1] F. Richter, "Statista," 12 December 2022. [Online]. Available: <https://www.statista.com/chart/22392/global-revenue-of-selected-entertainment-industry-sectors/>. [Accessed 3 September 2023].
- [۲] م. شمسی وی. جلالی، «وضعیت بازی‌های رایانه‌ای در ایران و جهان: سیاست‌ها، رویکردها و سازمان‌های دست‌اندر کار»، فصلنامه «مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی»، جلد ۴، شماره ۱۰، ۱۳۹۲، ۱۹۳-۱۶۱ pp.
- [۳] ص. طاهری و ا. مصطفوی، «گونه‌شناسی بن‌مایه‌های دیداری و شنیداری در رسانه بازی دیجیتال»، فصلنامه «علمی رسانه»، جلد ۳۱، شماره ۱، ۱۳۹۹، ۱۴۶-۱۲۳ pp.
- [۴] ف. شریفی و ا. نصراللهی، «دیپلماسی بازی‌های دیجیتال: مفهوم‌شناسی، جایگاه و ارزیابی، تهران: بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای»، ۱۳۹۹.
- [۵] س. آقایی، «سیاست‌نامه توسعه صنعت بازی‌های ویدئویی ایران»، گروه سیاست‌پژوهی و تحلیل داده نامفر، ۱۴۰۰.
- [۶] مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک)، «نمای باز ۱۴۰۰: شاخص‌ترین اطلاعات مصرف رسانه بازی در ایران ۱۴۰۰»، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، تهران، ۱۴۰۰.
- [۷] ج. جواهری و م. واعظی‌نژاد، «آسیب‌شناسی صنعت بازی‌های رایانه‌ای در ایران با رویکردی سیستمی»، «راهبرد فرهنگ»، شماره ۳۰، ۱۱۳-۱۳۵ pp.
- [8] Newzoo, "2022 Global Market Report," Newzoo, 2022.
- [9] Newzoo, "Newzoo," 2022. [Online]. Available: <https://newzoo.com/resources/rankings/top-10-countries-by-game-revenues>. [Accessed 3 September 2023].
- [10] Mordor Intelligence, "Mordor Intelligence," 2022. [Online]. Available: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/middle-east-gaming-market>. [Accessed 3 September 2023].
- [11] Newzoo, "2023 Global Market Report," Newzoo, 2023.
- [۱۲] م. حسنلو جزلانی، «آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری بازی‌های رایانه‌ای در ایران»، دو فصلنامه «نامه فرهنگ و ارتباطات»، جلد ۲، شماره ۱، ۱۳۹۶، ۱۴۸-۱۲۸ pp.
- [۱۳] بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، "IRCG"، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، [درون خطی]. Available: <https://www.ircg.ir/fa>. [دستیابی در ۲۰۲۳ September].
- [14] T. Kuhns, "AppInChina," 29 July 2020. [Online]. Available: <https://www.appinchina.co/blog/how-to-publish-your-game-in-china/>. [Accessed 3 September 2023].
- [15] Niko Partners, "Niko Partners," January 2023. [Online]. Available: <https://nikopartners.com/middle-east-north-africa-games-market/>. [Accessed 3 September 2023].
- [16] C. Moran, "WAM," The Emirates News Agency, 23 November 2017. [Online]. Available: <https://wam.ae/en/details/1395302648952>. [Accessed 3 September 2023].
- [17] Google Play, "Google Play," Google, [Online]. Available: <https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/138000>. [Accessed 3 September 2023].
- [18] MyGamez, "MyGamez," 27 April 2021. [Online]. Available: <https://mygamez.com/resources/blog/china-s-new-online-game-anti-addiction-real-name-authentication-system>. [Accessed 3 September 2023].
- [۱۹] م. حیدری، «تحلیل سیاست‌های بازی‌های دیجیتال در جمهوری اسلامی ایران؛ مورد مطالعه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای»، دانشگاه امام صادق (ع): پایان‌نامه کارشناسی ارشد، ۱۳۹۹.
- [۲۰] روزنامه ایران، "۲۵"، magiran، آبان ۱۳۹۵. [درون خطی]. Available: <https://www.magiran.com/article/۳۴۶۶۰۴۰>. [دستیابی در ۱۹ شهریور ۱۴۰۲].
- [۲۱] م. وفانژاد، "ویجیاتو"، ۳ تیر ۱۳۹۷. [درون خطی]. Available: <https://digiato.com/article/2018/06/24/%D9%BE%D9%84%DB%8C-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%DB%8C%D8%B4%D9%86-%D8%B4-%D9%85%D9%85%D9%86%D9%88%D8%B9%DB%8C%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%AF%D8%A7%D8%AA-%DA%A9%D9%86%D8%B3%D9%88%D9%84-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%B8>. [دستیابی در ۱۹ شهریور ۱۴۰۲].



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir