

فناوری و رسانه



در گفت و گو با سرپرست معاونت پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای مطرح شد؛

جوان ایرانی و عرض اندام در ساخت بازی‌های رایانه‌ای

دفتر نیست اما برنامه ما این است با همکاری ادارات استانی نسبت به آموزش استعدادها در استان‌ها اقدام کنیم. دغدغه ما نگاه به تمام شهرها و مناطق است و انتظار داریم وزارت آموزش و پرورش، سازمان فنی و حرفه‌ای و دانشگاه‌ها نسبت به همکاری در حمایت و ارائه تسهیلات به آموزش دیده‌ها اقدام کنند. امسال با همت بنیاد، کارشناس بازی‌های رایانه‌ای در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی تعریف شد و امیدواریم مسئولان استانی نیز در برپایی رویدادها یاریگر ما باشند. چه روندی در آموزش نیروی انسانی

در حالی سالانه بیش از ۱۰۰ تولیدکننده بازی رایانه‌ای در کشور تربیت می‌شود که به اذعان کارشناسان ورود این افراد به بازارهای جهانی نیازمند حمایت است. بازی‌های رایانه‌ای بخشی از جز لاینفک زندگی نوجوانان و جوانان شده است تا جایی که هزینه‌های قابل توجهی صرف دانلود و ورود به بازی‌ها شده و در شبانه‌روز به یکی از سرگرمی‌های قطعی حتی بزرگسالان نیز تبدیل شده است. اعتیاد به بازی‌های رایانه‌ای تولید خارج که محتوای مغایر با فرهنگ ایرانی دارد موجب شده تا اهمیت تولیدات داخلی دوچندان شود. در مقابل این حجم مصرف و تقاضا، سهم تولیدات داخلی از بازار، سلیقه مصرف و میانگین سنی مصرف‌کنندگان کم است و پژهش‌ها است. این موضوع موجب شده تا بسیاری از برنامه‌ریزی‌ها برای تربیت بازیساز و تولید بازی‌ها تنها بر اساس اطلاعات موجود بوده و گره‌های ارتباطی نهاد‌های حامی بعد از تربیت این افراد به حد کافی مستحکم نباشد. در راستای بررسی وضعیت بازیسازان در ایران با فرزانه شریفی، سرپرست معاونت پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و مدیر انیستیتو ملی بازیسازی گپ و گفتی داشتیم. وی معتقد است با وجود تربیت بازیساز شاهد مهاجرت بخشی از آن‌ها هستیم.

تحلیل شما از بازار بازی‌های رایانه‌ای چیست؟ آیا سهم مقبولی از بازار به تولیدات داخلی اختصاص دارد؟ در خصوص سهم تولیدات داخلی از بازار، اطلاعات زیادی در دست نیست اما آنچه که مسلم است توان علمی و فناوری بازیسازان ایرانی است که می‌توانند نه تنها در بازار داخلی بلکه در بازارهای بین‌المللی هم حضور یابند. در چند سال گذشته بنیاد تلاش کرده تا تولیدات داخلی را افزایش دهد و همپای تولیدات خارجی گام بردارد. موفقیت‌هایی هم حاصل شده اما در وضعیت فعلی مشکل اساسی ما در تولید بازی‌های رایانه‌ای، تأمین نیروی انسانی است.

یعنی به عقیده شما با کسری نیروی تولید کننده مواجه هستیم؟ به دلیل مهاجرت بازیسازهای خوب دچار کمبود شده‌ایم و بر همین اساس بنیاد به دنبال این است با برگزاری رویدادهای مختلف نسبت به تربیت نیروی متخصص اقدام کند. تلاش ما تمرکززدایی از آموزش‌ها و توجه به تمام استان‌ها است. به‌عنوان مثال برنامه‌های مسجمی برای برگزاری رویدادها در استان‌ها داریم و کافی است این رویدادها حمایت شود تا در مناطق کم برخوردار هم آن را اجرا کرده و نیروهای خلاق را شناسایی کنیم. به اعتقاد شما راه‌اندازی دفاتر استانی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ضروری است؟

در این مرحله از کار با توجه به اینکه بنیاد زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، نیازی به راه‌اندازی فیزیکی

دولت هستیم و تعهد استعدای نداریم. اما تلاش ما این است آموزش دیده‌ها را به صنعت ارتباط دهیم. سالانه چند بازیساز تربیت می‌کنید و آیا قادر به تولید و نشر بازی در بازارهای جهانی هستید؟ به صورت میانگین سالانه ۱۰۰ بازیساز حرفه‌ای تربیت می‌شوند و قادر به تولید بازی‌ها حتی بهتر از مشابه خارجی



به صورت میانگین سالانه ۱۰۰ بازیساز حرفه‌ای تربیت می‌شوند و قادر به تولید بازی‌ها حتی بهتر از مشابه خارجی هستند. میانگین سنی بازیسازها ۱۸ تا ۲۰ سال است و در دوره‌های ما عموماً دانشجوین شرکت می‌کنند. به‌عنوان مثال ما حتی بازیساز ۱۱ ساله داریم که توانسته بازی‌های خود را نشر دهد.

هستند. میانگین سنی بازیسازها ۱۸ تا ۲۰ سال است و در دوره‌های ما عموماً دانش آموزان و دانشجویان شرکت می‌کنند. به‌عنوان مثال ما حتی بازیساز ۱۱ ساله داریم که توانسته بازی‌های خود را نشر دهد.

آیا با وزارت آموزش و پرورش در برگزاری دوره‌های آموزشی همکاری دارید؟

در گذشته همکاری خوبی برقرار بود و بویژه با همکاری معاونت پرورشی تفاهنامه‌ای تحت عنوان راه‌اندازی «مدرسه بازیسازان فردا» در برنامه «شاد» منعقد شد که در وضعیت فعلی ۸۲ هزار مخاطب دارد و برای آموزش و سواد بازی محتواها می‌توانیم تولید کنیم.

طی می‌شود و آیا تعهدی برای تدارک فرصت شغلی آموزش دیده‌ها دارید؟ آموزش‌ها به صورت برنامه‌ریزی سالانه با کمترین هزینه در یافتی برگزار می‌شود. در هر ترم آموزشی ۲۵۰ نفر - کلاس داریم و در یک سال مجموع کارگاه‌ها و کلاس‌ها بیش از هزار نفر- کلاس است.

در هر دوره ترمیک ۱۵ تا ۲۰ عنوان درسی در کلاس‌ها تدریس می‌شود. در سال گذشته چهار هزار و ۴۲۰ نفر- کلاس آموزشی داشتیم و تعداد ثبت‌نامی ما هزار و ۱۶۶ نفر بود. در سال گذشته هزار و ۱۸۸ ساعت کلاس در س با همکاری ۳۲ استاد برجسته ایرانی و خارجی برگزار شده است. ما یک نهاد وابسته به



بخش می‌شود. حتی در اقدامی قابل توجه سه بازی جدی برای آموزش الفبا و ریاضی در کتاب‌های درسی وارد کردیم. اما ناهماهنگی و لغتی‌های به وجود آمده موجب شده تا این همکاری‌ها کم‌رنگ شود. بویژه در اردوهای استانی همکاری خاصی از سوی ادارات آموزش و پرورش استان‌ها نداشتیم و گاهی مجبور می‌شدیم حتی برگزاری رویداد را خودمان به دانش‌آموزان اطلاع دهیم. این در حالی است که آموزش و پرورش می‌تواند بهره‌بردار اصلی این آموزش‌ها باشد و نسل کارآفرینی را تربیت کند. مشکل اصلی این است که دانش‌آموزان از رویداد مطلع نمی‌شوند و ممکن است فرد با استعدادی ناشناخته بماند.

برگزاری رویداد در استان‌ها با چه چالش‌هایی همراه است؟

مشکل دولت در حال حاضر تربیت نیروی انسانی است و ما تربیت از سنین کم و دوره دانش‌آموزی را با کمترین اعتبار انجام می‌دهیم. استانی داشتیم که اعتبار کافی برای حمایت مالی از دانش‌آموزان و دانشجویان نداشت و در مقابل دانشگاه متولی برگزار کننده برای برگزاری رویداد از بنیاد ملی نخبگان اعتبار درخواست کرده بود در حالی که برای دانش‌آموزان هزینه نشد. اینکه دانشگاه یا هر نهاد دیگری به اسم این رویدادها اعتبار جذب کند و بعد برای دانش‌آموزان هزینه نکند، چالشی جدی است.

در هفت استان رویداد داشتیم در حالی که در صورت حمایت ادارات آموزش و پرورش می‌توانیم این رویدادها را با هدف شناسایی استعدادها و پرورش آنها در مناطق کم‌برخوردار و محروم نیز برگزار کنیم. باید توجه داشت که بازیسازان ایرانی به حدی حرفه‌ای هستند که کشورهای دیگر به آنها توجه دارند و مهاجرت از بین بازیسازان هم دیده می‌شود که با حمایت از این استعدادها می‌توانیم تولید بازی‌های رایانه‌ای را توسعه دهیم.

یادداشت

پر خوری رسانه‌ای در مقابل انتخاب خلاقانه آن‌ور آبی‌ها

در آزمایشگاه رسانه ماساچوست چه می‌گذرد؟

ونوس بهنود

دبیر تحریریه
vbehnood@gmail.com

در حالی که پر خوری محتوای رسانه بدون تعقل در بین کاربران ایرانی دیده می‌شود، مؤسسه فناوری ماساچوست بیش از یک دهه است که در آزمایشگاه‌های خود ارتباط صحیح بین انسان و رسانه را مطالعه می‌کند.

گروه کاربرانی که بدون توجه به محیط بیرونی خود و مانند روبات‌هایی گویی به دست در خیابان، خانه و حتی گردهمایی‌ها حضور دارند، تصویری است که هر روز در اطراف خود مشاهده می‌کنیم. تا جایی که کارشناسان زنگ هشدار اعتیاد مجازی را به صدا درآورده‌اند و علائم آن را بی‌قراری و بی‌تابی در صورتی که فرد دسترسی به فضای مجازی نداشته باشد، می‌دانند.

کاربر ایرانی فارغ از پایش صحیح محتوا، ذهن خود را با هر چیزی که به دستش می‌رسد انباشته است. برخی کاربران می‌گویند که اگر گوشی هوشمند خود را گم کنند دچار اضطراب و وحشت می‌شوند و برخی می‌گویند که ساعت‌ها در شبکه‌های اجتماعی وقت صرف می‌کنند. این موضوع نه تنها موجب شده تا مشکلات روانی پیرامون پر خوری محتوا گریبان کاربران را بگیرد بلکه تهدیدی برای سلامت نسل‌های آینده است.

اما اساس شبکه‌های اجتماعی همگی آن‌ور آبی و ساخته و پرداخته دانشمندان غیرایرانی است. چنین شرایطی این سؤال را به وجود می‌آورد که آیا کاربر اروپایی یا امریکایی نیز به همین میزان غرق در محتواهای سه خطی در شبکه‌های اجتماعی است؟ به نظر می‌رسد با توجه به برنامه‌ریزی کلان صورت گرفته، کاربر خارجی با آگاهی و برنامه‌ریزی بهتری دست به انتخاب محتوا می‌زند.



در یک اقدام قابل توجه دانشگاه MIT آزمایشگاه رسانه‌ای را از پیش از یک دهه قبل راه‌اندازی کرده که گویای تلاش بخش دانشگاهی جامعه برای تربیت صحیح نسل آینده در مقابل فناوری و مقابله با تهدیدهای آن است. گویی غذای مانده محتواهای در دندون سهم ما و انتخاب خلاقانه سهم آنهاست. زمان تأسیس این مؤسسه فناوری رئیس دانشگاه اعلام کرده بود که رویایش برای ساخت دانشگاه چیزی فراتر از روند سنتی مرسوم است. راجز گفته بود: «همان طور که تصور می‌کنم، هدف واقعی و تنها عملی یک دانشکده پلی تکنیک، آموزش جزئیات جزئی و دستکاری هنرها نیست، که فقط در کارگاه انجام می‌شود، بلکه القای اصول علمی است که پایه و اساس آن را تشکیل می‌دهد.»

روایی راجز به تحقق پیوست و امروز می‌توان گفت MIT حداقل در حوزه رسانه اهدافی را در دست اجرا دارد که به نظر می‌رسد به‌عنوان مثال برای کاربران ایرانی حتی مفاهیم غریبی است. آزمایشگاه رسانه MIT در تشریح مأموریت‌های خود گفته است: «برای ایجاد فناوری‌ها، تجربیات و سیستم‌های متحول کننده که افراد را قادر می‌سازد زندگی خود را دوباره تصور و طراحی کنند، ما مردم را در همه جا درگیر تجربیات معنادار و خلاقانه‌ای می‌کنیم که هنر، علم، طراحی و مهندسی را ادغام می‌کند. ما با آزمایش در فضاهایی که انسانیت و فناوری با یکدیگر ارتباط دارند، با سازمان‌ها و جوامع در سراسر جهان کار می‌کنیم تا از طریق تعالی در آموزش، تحقیق، نوآوری و خلاقیت الهام بخش، رؤیاهای ایده‌های مردم را به واقعیت تبدیل کنیم.» چشم‌انداز این مجموعه نیز این‌طور عنوان شده که: «برای اختراع آینده‌ای بهتر و عادلانه‌تر - توسط، با و برای همه.» آزمایشگاه رسانه مشتریان و طرف صحبت خود را جامعه متنوعی از دانشجویان، محققان، استادان و کارکنانی در سراسر دنیا می‌داند که به دنبال تبدیل ایده‌ها به برنامه‌ها، زمینه‌ها و جنبش‌های تأثیرگذار جدید با کاوش تخیلی، آزمایش‌های تکراری، همکاری بازگوشانه و تحلیل انتقادی هستند. دانشگاه، صنعت، دولت و سازمان‌های مردم نهاد با این مجموعه همکاری دارند و تفکر دانشگاهی با مطالعات دقیق در لایه‌های مختلف جامعه تسری داده می‌شود. حال باید پرسید دانشگاه‌های ما برای آینده رژیم مصرف رسانه چه تدبیری اتخاذ کرده‌اند و آیا نسل‌های جوان به باد محتوای فاقد تعمق و معنی سپرده خواهند شد؟



برخی می‌گویند که ساعت‌ها در شبکه‌های اجتماعی وقت صرف می‌کنند. این موضوع نه تنها موجب شده تا مشکلات روانی پیرامون پر خوری محتوا گریبان کاربران را بگیرد بلکه تهدیدی برای سلامت نسل‌های آینده است