



**سیاست‌های کلی پیشنهادی
درباره بازی‌های دیجیتالی
برای درج در برنامه هفتم توسعه**

گروه فرهنگی و اجتماعی



مرکز تحقیقات اسلامی مجلس شورای اسلامی
گروه فرهنگی و اجتماعی

گزارش کارشناسی:

سیاست‌های کلی پیشنهادی
در باره بازی‌های دیجیتالی
برای درج در برنامه هفتم توسعه

شماره ثبت لایحه/طرح:

-

شماره ثبت در مرکز:

۰۱/-/۲۳-۴۴۸

تاریخ انتشار:

تابستان ۱۴۰۱

تهیه کننده:

حجت‌الاسلام حبیب داستانی بنیسی

ناظر علمی:

حجت‌الاسلام دکتر ابراهیم عباس‌پور

کارشناس مرکز:

حجت‌الاسلام محمدرضا غریبی



**سیاست‌های کلی پیشنهادی
درباره بازی‌های دیجیتالی
برای درج در برنامه هفتم توسعه**

فهرست

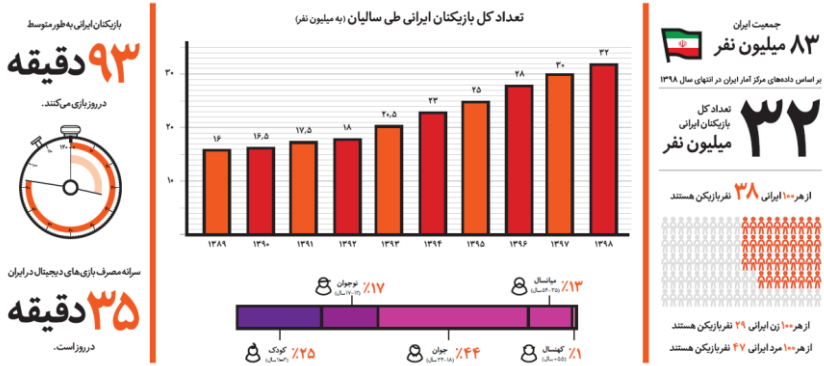
- ۵..... اهمیت موضوع بازی‌های دیجیتالی
- ۵..... الف) جامعه هدف بازی‌های دیجیتالی، و آمار
- ۷..... ب) محتوای درون بازی‌های دیجیتالی
- ۸..... پ) اقتصاد بازی‌های دیجیتال
- ۱۰..... پیشینه بازی‌های رایانه‌ای در قوانین برنامه‌های توسعه
- ۱۰..... سیاست‌های کلی پیشنهادی

اهمیت موضوع بازی‌های دیجیتالی

اهمیت بازی‌های دیجیتالی را می‌توان از سه منظر مطرح کرد:

الف) جامعه هدف بازی‌های دیجیتالی، و آمار

تعداد کاربران بازی‌های دیجیتالی در ایران به‌صورت روزافزون در حال گسترش است؛ به‌گونه‌ای که وزیر فناوری اطلاعات و ارتباطات، جناب آقای دکتر عیسی زارع‌پور در جلسه جلب رأی اعتماد در مجلس شورای اسلامی، آمار کاربران این بازی‌ها را بیش از ۳۵ میلیون نفر اعلام کرد و بنا بر آمار رسمی اعلام‌شده از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تعداد بازی‌بازان ایرانی به ۳۲ میلیون نفر در سال ۱۳۹۸ رسیده است (یعنی: ۳۸.۵٪ جمعیت سال ۱۳۹۸). پیش‌بینی می‌شد با توجه به وقوع پدیده اپیدمی کووید ۱۹ و خانه‌نشینی و افزایش فرصت فراغت مردم، تعداد بازی‌بازان ایرانی از مرز ۴۰ میلیون نفر نیز گذشته باشد (یعنی: ۴۷.۵٪ جمعیت سال ۱۴۰۱)، که این عدد به‌صورت غیررسمی توسط معاونت نظارت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای تأیید شده است. به عبارت دیگر، تعداد بازی‌بازان ایرانی از ۱۶ میلیون نفر در سال ۱۳۸۹ به بیش از ۴۰ میلیون نفر در سال ۱۴۰۱ رسیده است.



طبق آمار اعلامی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۹۸، حدود ۶۲٪ بازی‌بازان مذکر و مابقی مؤنث هستند و ۲۵٪ بازی‌بازان را کودکان، ۱۷٪ نوجوانان، ۴۴٪ جوانان، ۱۳٪ میانسالان و ۱٪ از این جمعیت را کهنسالان تشکیل می‌دهند. در نتیجه تمام اقشار جامعه از این عنصر صنعتی، فرهنگی و هنری استفاده می‌کنند.

همچنین براساس همین سند آماری، هر بازی‌باز ایرانی در سال ۱۳۹۸، به‌صورت میانگین ۹۳ دقیقه در روز به انجام بازی‌های دیجیتالی می‌پردازد و در نتیجه سرنه مصرف بازی‌های دیجیتالی در ایران، ۳۵ دقیقه در روز است. چنانچه فرض بگیریم که سرنه مصرف بازی‌های دیجیتالی تا سال ۱۴۰۱ تغییری نیافته (که قاعدتاً افزایش یافته است)، روزانه در ایران ۳.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰ دقیقه (معادل ۴۹.۰۰۰ ساعت) صرف بازی‌های دیجیتالی می‌شود و ۱۸.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰ ساعت در سال توسط ایرانیان به این موضوع اختصاص می‌یابد.

ب) محتوای درون بازی‌های دیجیتالی

بازی‌های دیجیتالی، عنصری سه‌وجهی متشکل از: صنعت، رسانه و هنر هستند و همانند دیگر رسانه‌ها، حاوی پیام‌هایی می‌باشند که در درون آنها نهفته است؛ اما تفاوت بازی‌های دیجیتالی با دیگر رسانه‌ها از نظر عمق و ژرفای تأثیرگذاری در مخاطبان تا حدی است که بازی‌بازان، محتوای این بازی‌ها را به‌صورت کامل می‌پذیرند و برخلاف سایر رسانه‌ها که مخاطبان به‌راحتی درباره محتوای آنها به ابراز نظر می‌پردازند و موضع‌گیری می‌کنند، مخاطبان بازی‌های دیجیتالی به‌دلیل آنکه خود در پیشبرد بازی نقش ایفا کرده‌اند، به دفاع از محتوای آن برخاسته و تلاش می‌کنند دیگر افراد جامعه را نیز در زمینه محتوای بازی‌ها قانع سازند.

آگاهی صاحبان فکر و اندیشه و همچنین صاحبان ثروت و قدرت در جهان بر عمق تأثیرگذاری یادشده باعث گردیده است که استفاده‌های محتوایی گسترده و متنوعی از این صنعت، هنر و رسانه برای اهداف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، و اقتصادی صورت پذیرد.

بنابر اعلام نخستین مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، ۴۰٪ بازی‌های تولیدی جهان از همان ابتدای تولید، مرزهای اعتقادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و ملی ایران را شکسته‌اند و ۵۵٪ از بازی‌های باقیمانده نیز به‌صورت غیرمستقیم و متزلزل بر روی لبه‌های این مرز حرکت می‌کنند و فقط کمتر از ۵٪ بازی‌های دیجیتالی تنها برای سرگرمی تولید شده‌اند.

بیش از ۹۵٪ بازی‌های مورد استفاده ایرانیان، خارجی بوده و کمتر از ۵٪ آن به بازی‌های داخلی اختصاص دارد. همچنین بسیاری از بازی‌های داخلی نیز فاقد محتوا یا برخی دارای محتواهای نامناسب هستند.

پ) اقتصاد بازی‌های دیجیتال

با افزایش جمعیت کاربران این رسانه در ایران، هزینه‌کرد در بازی‌های دیجیتالی به امری متداول و نهادینه‌شده در جامعه تبدیل شده است و هر روز بر عمق این فرهنگ افزوده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که براساس آمار رسمی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، مجموع هزینه‌کرد بازی‌بازان ایرانی تنها در سال ۱۳۹۸، ۴۳۰۰ میلیارد تومان است که ۲۷۰۰ میلیارد تومان آن برای تهیه سخت‌افزار و ۱۶۰۰ میلیارد تومان برای نرم‌افزار (خود بازی‌ها) هزینه شده که این مبلغ، افزایش ۷۵ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۴ داشته است. همچنین میانگین سنی خریداران در بازی‌های دیجیتالی، ۲۵ سال است که ۸۴٪ آن را مردان و مابقی را زنان تشکیل می‌دهند.

پلت‌فرم اندروید و آی‌اواس برای گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها، به‌عنوان پرمخاطب‌ترین و بزرگ‌ترین بازار بازی‌ها در ایران، در سال‌های اخیر، به‌مرور تحت تأثیر تغییرات در روش‌های پول‌سازی قرار گرفته است. رشد بازی‌های هایپرکژوال و تثبیت پارادایم بازی به‌مثابه خدمت (GaaS) از پیامدهای مهم این تغییر است؛ یعنی خود بازی کردن، خدمت محسوب می‌شود.

همچنین از سوی دیگر، شاهد تبدیل شدن روزافزون خود بازی‌ها به زیرساخت و پلت‌فرمی برای تولید و بازنشر مداوم محتوا و مشاهدهٔ مواردی همچون Live Ops و Game Pass هستیم که دارای روش‌های درآمدزایی ویژهٔ خود هستند، و روزبه‌روز در حال تبدیل به پدیده‌ای جهان‌شمول می‌باشند، که مبالغ هنگفتی در خلال آنها در جریان است.

ورود فناوری بلاکچین در زمینهٔ بازی‌های دیجیتالی، موجب بهبود سازوکار اقتصادی و امنیتی بازی‌ها و کاربران آنها شده است. درحقیقت، بازی‌هایی که با هدف استخراج، انتقال، و هزینه‌کرد رمزارزها طراحی شده‌اند، امکاناتی همچون تسهیل در پرداخت برای بازی، حفظ حقوق مالکیت فکری توسعه‌دهندگان و حتی کاربران، ارزان‌تر شدن مبادله‌ها با حذف واسطه‌ها، تسهیل امکان خریدوفروش میان بازی‌بازان و ... را فراهم ساخته که از دسترس و کنترل دولت‌ها و حاکمیت‌ها خارج گردیده است. این مقدمه‌ای برای حذف روش‌های متداول استخراج رمزارزها (همچون استفاده از دستگاه

مایرن) و نیز حذف روش‌های متداول انتقال و هزینه‌کرد از طریق ریال و ارز کشورهاست که در آینده به یک اپیدمی فعال اقتصادی تبدیل خواهد شد.

همچنین گسترش ورزش‌های الکترونیک و افزایش تعداد ورزشکاران الکترونیک، از روندهای برجستهٔ بازار بازی‌های دیجیتالی است که هر روزه در حال گسترش در جهان و ایران است. تخمین نیوز ۲۰۲۰ آن است که درآمد حاصل از ورزش‌های الکترونیک از ۴۶۵ میلیون دلار تا پایان سال ۲۰۱۷ به بیش از ۱.۵ میلیارد دلار تا پایان سال ۲۰۲۳ افزایش پیدا خواهد کرد. همچنین علاوه بر شکل‌های مختلف غیررسمی و محلی که به‌صورت خودجوش در کشور ایران در این زمینه برگزار می‌شوند، تعدادی لیگ رسمی فعال در ایران وجود دارد. تنها در جام قهرمانان بازی‌های ویدیویی ایران در سال ۲۰۱۹، بیش از ۱۱۲ هزار نفر در رشته‌های مختلف شرکت کرده‌اند و اقتصاد موجود در ورزش‌های الکترونیک نیز مربوط به دنیای بازی‌های دیجیتالی است. درحقیقت، بازی‌بازان با انجام بازی‌های دیجیتالی، ورزشکار الکترونیک محسوب می‌شوند و درآمد کسب می‌نمایند؛ رشته‌ای ورزشی که در تمام جهان در حال پذیرش و هزینه‌کرد است.

از سوی دیگر، امروزه استریم کردن بازی‌ها با استریم موسیقی و فیلم در رقابت است که تنها در پلت‌فرم توییچ (مهم‌ترین وبگاه درج و نمایش استریم بازی‌ها) تا فوریهٔ ۲۰۲۰ بیش از ۳.۸ میلیون استریم به تولید محتوا پرداخته‌اند و متوسط تماشاچیان نیز به رقم ۱.۴۴ میلیون نفر رسیده است. در ایران نیز این موضوع دارای رشدی سریع است؛ به‌گونه‌ای که ۱۵٪ از علاقه‌مندان به بازی‌های دیجیتالی در ایران اعلام کرده‌اند که به‌شدت علاقه‌مند به مشاهدهٔ استریم بازی توسط دیگر بازی‌بازان هستند و با توجه به رشد آن در ایران، شاهد سهم و تأثیر روزافزون و شدید آن بر اکوسیستم فرهنگی کشور خواهیم بود؛ مصائبی که پیش‌بینی آنها دور از ذهن نیست و تبدیل نوجوانان و جوانان ایرانی به مبلغان ادیان و فرهنگ‌های غربی از آثار بارز آن خواهد بود و اقتصاد نهفته در آن، اذهان و توجه مردم را به خود جلب خواهد کرد. به عبارت دیگر، بسیاری از بازی‌بازان ایرانی برای کسب درآمدهای بعضاً قابل‌توجه، به انجام و استریم بازی‌هایی می‌پردازند و خواهند پرداخت که بیش از ۹۹٪ این بازی‌ها محصول غرب و براساس فرهنگ ضددینی و غیرانسانی هستند؛ درنتیجه، بازی‌بازان به مبلّغی رایگان برای این

فرهنگ تبدیل خواهند شد؛ مبلغانی در داخل خانواده‌های ایرانی، اما برای فرهنگ غیرایرانی و غیراسلامی و مصرف‌گرایانه (نه تولیدگرایانه).

پیشینه بازی‌های رایانه‌ای در قوانین برنامه‌های توسعه

موضوع بازی‌های دیجیتالی در قوانین برنامه‌های توسعه مورد توجه قرار نگرفته؛ به‌گونه‌ای که این موضوع تنها یک بار و آن هم در ماده ۶۹ برنامه ششم توسعه و به‌صورت محدود ذکر شده است:

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، کمک آموزشی، رفع اشکال، آزمون، مشاوره تحصیلی، بازی‌های رایانه‌ای آموزشی، استعدادسنجی، آموزش‌های مهارت‌های حرفه‌ای، مهارت‌های فنی و اجتماعی را به‌صورت رایگان برای کلیه دانش‌آموزان شهرهای زیر ۲۰۰ هزار نفر و روستاها و حاشیه شهرهای بزرگ فراهم نماید. دولت برای تأمین هزینه‌های این ماده می‌تواند از مشارکت بخش غیردولتی استفاده کند. هزینه‌های مذکور به‌عنوان هزینه‌های قابل قبول مالیاتی تلقی می‌شوند.

سیاست‌های کلی پیشنهادی

پیشنهاد می‌گردد متن زیر به‌عنوان سیاست‌های کلی درباره بازی‌های دیجیتالی به برنامه هفتم توسعه افزوده شود:

۱. رویکرد جمهوری اسلامی ایران درخصوص بازی‌های دیجیتالی، «تقویت تولید بازی‌های دیجیتالی غیرمضر» و «تعمیق و توسعه سواد بازی‌های دیجیتالی» برای هدف «رسیدن به جایگاه نخست غرب آسیا در زمینه تولید و انتشار بازی‌های دیجیتالی» است.

۲. در راستای اجرای رویکردهای یادشده، اقدامات کلان زیر باید انجام شود:
۲/۱. ایجاد، ارتقا و سامان‌دهی آموزش‌های علمی و مهارتی «مطالعات بازی‌های دیجیتالی» و «تولید بازی‌های دیجیتالی» توسط وزارت علوم و تحقیقات، حوزه‌های علمیه، و سازمان فنی و حرفه‌ای؛

- ۲/۲. تقویت و سامان‌دهی طرح‌های پژوهشی و پایان‌نامه‌های علمی، دینی و فنی بازی‌های دیجیتالی توسط وزارت علوم و تحقیقات، حوزه‌های علمیه، سازمان ملی جوانان، و دیگر نهادهای متولی؛
- ۲/۳. بهبود گسترده آموزش سواد بازی‌های دیجیتالی، اطلاع‌رسانی، فرهنگ‌سازی و توسعه تفکر انتقادی درباره بازی‌های دیجیتالی در سطوح مختلف جامعه توسط نهادهای متولی؛
- ۲/۴. تصویب قانون حقوق مؤلفان و مصنفان (Copyright) در خصوص بازی‌های دیجیتالی داخلی و خارجی توسط مجلس شورای اسلامی، و اجرای آن توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت فناوری ارتباطات و اطلاعات، و قوه قضائیه؛
- ۲/۵. سامان‌دهی سازوکار اعطای مجوز به بازی‌های دیجیتالی داخلی و خارجی، و شناسه‌دار کردن بازی‌های دیجیتالی توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛
- ۲/۶. فراهم‌سازی بستر توزیع سریع، گسترده، نظام‌مند و غیرانحصاری بازی‌های دیجیتالی؛ و نظارت ساختاریافته و مستمر بر مبادی توزیع بازی‌های دیجیتالی؛ و کنترل میزان مصرف روزانه بازی‌های دیجیتالی توسط وزارت فناوری ارتباطات و اطلاعات و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛
- ۲/۷. حمایت از تولید بازی‌های دیجیتالی غیرمضر در داخل کشور از نظر سرمایه‌گذاری، اطلاع‌رسانی و تبلیغات، و فراهم‌سازی بستر توزیع؛ و اختصاص ضریب ویژه برای حمایت از پدیدآورندگان بازی‌های با موضوعات اسلامی ایرانی و همچنین موضوعات مهم کشور در پنج سال برنامه هفتم (شامل: تقویت جایگاه خانواده، فرزندآوری، دین و مذهب، فرهنگ مقاومت و پایداری، و ...)
- ۲/۸. تدوین و اجرای قوانین و مقررات مورد نیاز در خصوص تولید، تبلیغ، توزیع، آموزش، و فرهنگ‌سازی بازی‌های دیجیتالی در سطوح مختلف توسط نهادهای متولی.

