

مدیرعامل تیوال عنوان کرد فرصت‌سازی از مسیر تعامل

تیوال

«تیوال» هم از پلتفرم‌هایی است که در نمایشگاه رستا شرکت کرد. محمد عمروآبادی، مدیرعامل آرمان هوشمند انسان که با نشان تیوال میان عموم شناخته می‌شود در گفت‌وگو با جام‌جم از فرصت‌ها و تعامل با همکاران در این رویداد می‌گوید.

محمد عمروآبادی در گفت‌وگو با ما درباره انگیزه تیوال از شرکت در این نمایشگاه بیان می‌کند: انگیزه ما برای شرکت در این نمایشگاه بیشتر از این جهت بود که با عرضه‌کنندگان یا تولیدکنندگان آثار هنری آشنا شویم و شاید فضایی فراهم شود که از پلتفرم‌مان در جهت نشر آن آثار استفاده کنیم. همچنین فرصتی است که با سایر فعالان این عرصه تعاملاتی شکل بگیرد. وی درمورد تعامل رودرو با کاربران عنوان می‌کند: تصویری که منم عمده مخاطبان مصرف‌کنندگان و مخاطبان نهایی ما از طریق فضای مجازی و رسانه‌ها با ما آشنا خواهند شد. نمایشگاه رستا بیشتر فرصتی است برای ارتباط با همکاران، کسب و کارها، سرمایه‌گذاران، تولیدکنندگان و کسانی که پارتنر ما بود، نه مصرف‌کننده نهایی. امیدوارم از طریق آشنایی با دیگر پلتفرم‌ها یک هم‌افزایی شکل بگیرد و علاوه بر فضای رقابتی، آورده‌های مادی و دانشی هم داشته باشد. عمروآبادی در مورد حمایت‌ها سائز می‌گوید: تا همین حد که قدم برداشته شده بدون شک ارزشمند است و حمایت اتفاق افتاده و فرصت‌سازی انجام گرفته. امیدوارم این حرکت مداوم باشد، چون گاهی در جامعه درگیر حرکت‌های کوتاه مدت می‌شویم که ممکن است بر اساس یک جو یا یک شرایط زودگذر شکل بگیرد. این مدیر درباره زمینه کار تیوال هم می‌افزاید: تیوال در بطن خود یک شبکه اجتماعی مثل اینستاگرام، فیس‌بوک و توییتر است اما کپی یک محصول مشابه خارجی نیست. محلی است که علاوه بر این که جنبه ارتباط بین علاقه‌مندان و مخاطبان هنر و هنرمندان را ایجاد می‌کند،

محصولات را هم در همان محل به فروش می‌رساند مثل بلیت تئاتر و کنسرت و آثار آنلاین مانند مستند، فیلم کوتاه، سریال و... شبکه‌ای یکپارچه برای کنار هم قرار دادن مخاطبان هنر، هنرمندان، آثار و رویدادهای هنری ایجاد کرده است. ما توانستیم در تیوال یک ایده

نورا اجرا کنیم.

در گفت‌وگو با معاون بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای عنوان شد

رده‌بندی بازی‌های رایانه‌ای در «چه بازی»

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای از زمانی که در قامت نهاد متولی بازی‌های رایانه‌ای فعالیت خود را شروع کرد، همه امور مربوط به حوزه بازی‌های رایانه‌ای را در اختیار گرفت. انستیتو ملی بازی‌سازی هم در جهت آموزش نیروی متخصص بازی‌سازی در ایران زیر نظر همین مجموعه آغاز به کار کرد. این مجموعه در نمایشگاه رستا هم بخش دیگری از فعالیت‌های خود را ارائه کرد که در حوزه بازی‌های رایانه‌ای بود. آن‌طور که معاون بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای می‌گوید، سایت «چه بازی» تمرکز اصلی این بنیاد در نمایشگاه فوق بود. این وبسایت آن‌طور که معاون بنیاد گفته، فعالیت خود را متمرکز بر رده‌بندی بازی‌ها قرار داده و



تلاش شده در کنار آن، تحلیل محتوایی هم از این بازی‌ها صورت گیرد. به همین بهانه با علیرضا گودرزی‌فراهانی، معاون بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای گفت‌وگو کردیم.

گودرزی، معاون بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در این زمینه به «جام‌جم» می‌گوید: ما در این نمایشگاه سایت «چه بازی» را ارائه کردیم. کاری که این سایت انجام می‌دهد، رده‌بندی سنی بازی‌هاست. در واقع در این سایت چند هزار بازی ارائه شده که رده‌بندی می‌شوند.

وی ادامه می‌دهد: به نظرم نمایشگاه توانست تعامل خوبی با مجموعه‌ها ایجاد کند که این مسئله در نهایت خود را در آگاهی بخشی میان والدین، مسئولان و مخاطبانی که در نمایشگاه حضور دارند، نشان داد. بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در این نمایشگاه در حوزه رده‌بندی و تحلیل محتوایی بازی‌ها و آگاهی بخشی در حوزه بازی‌سازها، بازی‌بازها و والدین فعال بود. گودرزی توضیح می‌دهد: تلاش ما این بود که مردم انتخاب بهتری در حوزه بازی (موبایلی و کنسولی) داشته باشند. در عین حال سعی کردیم مخاطبان خود را جذب کنیم. علاوه بر صحبت‌های گودرزی، پیش از این عنوان شده بود سایت چه بازی با برخورداری از اطلاعات بیش از ۳۲ هزار بازی در پلتفرم‌های مختلف، مرجع ملی و بی‌رقیب در حوزه شناخت بازی‌های رایانه‌ای است. سال قبل تلاش شد در کنار تکمیل روزانه بانک اطلاعات این درگاه (که به واسطه صدور مجوزها صورت می‌گیرد) شرح و معرفی بیش از ۱۰۰۰ بازی دیگر (عمدتاً بازی‌های غیرمجاز و پرتطرفدار) نیز به سایت اضافه شود. این موضوع یکی از مهم‌ترین وجوه تمایز چه بازی با سایت قدیمی‌تر این حوزه است.

