

کمک در راستای توسعه؛ با برخی سرویس دهندگان ایرانی در حوزه بازی آشنا شوید - دیجیاتو

نیما فرشین | جمعه، ۱۷ شهریور ۱۳۹۶

بازی سازی در ایران، هنوز ابتدای راه است. هنوز آنقدرها از توسعه اولین بازی ایرانی نگذشته و حالا روزانه شاهد رشد و گسترش هرچه بیشتر این صنعت در خاک کشورمان هستیم. اما با وجود تمامی این پیشرفت ها، سیاست های چندان درستی در خصوص این حوزه صورت نمی گیرد.

حمایت های دولتی برای بازی سازان اغلب محدود هستند و بودجه کمی برای توسعه یک بازی ویدیویی در اختیار آن ها قرار می دهد. اما تمامی این ها مانع رشد توسعه دهندگان ایرانی نشده و هر روز موفقیت های چشمگیر آن ها در این حوزه را شاهد هستیم.

البته رشد قابل ملاحظه صنعت بازی های ویدیویی در چند سال اخیر، بی ارتباط با حضور سرمایه گذاران و [شتاب دهنده ها](#) هم نیست. حالا بازی سازان ایرانی چندین و چند حامی مختلف دارند که به کمک آنها می توانند ایده های خود را به کدهای قابل فهم تبدیل کنند و توانایی شان را در قالب یک بازی ویدیویی به نمایش بگذارند.

با این حال، توسعه یک بازی ویدیویی کاری پیچیده است. تنها قدرت مالی و توانایی کدنویسی نیست که مراحل توسعه را پیش می برد؛ بلکه در این راه نیازهایی وجود دارد که فعلاً توسعه دهندگان ایرانی قادر به پاسخگویی به آنها نیستند.



نیازهایی مانند سرور، طراحی کانسپت، آموزش های الکترونیکی، تبلیغات و مسائل مربوط به طراحی هنری بازی ها، مواردی هستند که بسیاری از توسعه دهندگان بازی کشور، از پس برآورده کردنشان بر نمی آیند.

همین مسئله نیز کفایت تا شرکت ها و کسب و کارهای مختلفی در خصوص این موضوعات شکل بگیرند و با ارائه سرویس های گوناگون به رفع نیازهای توسعه دهندگان ایرانی بپردازند.

پس از برگزاری نمایشگاه TGC، فرصتی فراهم شد که با این دسته از کسب و کارها بیشتر آشنا شویم و از نحوه فعالیت هایشان در حوزه بازی های ویدیویی سوال کنیم. به پای صحبت های

شان نشستیم و از آن ها در مورد سرویس هایی که در اختیار بازی سازان قرار می دهند سوال کردیم. در ادامه این مطلب، می توانید با برخی سرویس دهندگان ایرانی در حوزه بازی های ویدیویی آشنا و از نحوه فعالیت آنها با خبر شوید.

آپادانا



«آپادانا به صورت کلی سرویسی است برای کسانی که بازی می سازند و می توان به وسیله آن به یک سری امکانات آنلاین دسترسی پیدا کرد. سرویس هایی مانند لاگین، لیدربرد و امکانات همزمان دیگر که در بسیاری از بازی ها استفاده می شوند.» این ها صحبت های رامین شیرزاد، مسئول بخش تجاری شرکت آپادانا است.

اما سرویس هایی که آپادانا ارائه می دهد به همین چند مورد خلاصه نمی شود. به طور کلی این شرکت پی فعالیت هایش را روی قابلیت های اجتماعی تاثیرگذار در بازی ها بنا نهاده و سعی دارد در این حوزه خدمات متفاوت و کارآمدی به بازی سازان ایرانی ارائه دهد.

بر اساس اطلاعاتی که شیرزاد در اختیارمان قرار داد، توسعه دهندگان با استفاده از سرویس های آپادانا می توانند به امکاناتی مانند سنجش اعتبار خرید، ذخیره ابری، Match Making و ارسال پیام ها به صورت همزمان دست پیدا کنند. تعداد سرویس هایی که آپادانا در حال حاضر ارائه می دهد کم نیستند؛ اما جالب است بدانید که این ویتترین پر زرق و برق، مدت زیادی نیست که در معرض دید قرار داده شده.

کار ما از فروردین آغاز شد. با چند بازی به صورت آزمایشی شروع کردیم و در نهایت همزمان با برگزاری نمایشگاه TGC از این فاز خارج شدیم.

با این حال، در همین بازه زمانی کوتاه، آپادانا موفق به همکاری با توسعه دهندگان موفق همچون «فن افزار» شده است.

در حال حاضر بازی بابا پز را داریم و با آقای صالحی همکاری می کنیم. همچنین بازی «کلاغ پر» شرکت فن افزار نیز از سرویس های ما استفاده می کند. اخیراً هم یک بازی از شرکت «مدریک» منتشر شده که سرویس دهی آن بر عهده ما بوده است.

همچنین مشخص شد که آپادانا در زیر ساخت هایش از Microsoft Orleans بهره گرفته است. فریم وورکی که نقشی اساسی در سرویس پردازش ابری Azure میکروسافت ایفا کرده و پلتفرمی برای سرویس های ابری دو بازی هیلو 4 و هیلو 5 بوده است

به گفته آپادانا با استفاده از این سرویس امکان تولید نرم افزارهای سمت سرور بسیار قدرتمند مهیا

می شود و به واسطه آن، سرویس ها با لیتنسی بسیار پایین و قابلیت مقیاس پذیری بسیار بالا ارائه می گردند.

آسمان صبح فردا



شرکت آسمان صبح فردا نیز با سرویس «ابرینگ» خود یکی دیگر از شرکت هایی است که در حوزه خدمات آنلاین، در کنار توسعه دهندگان بازی های ویدیویی ظاهر شده است. نحوه فعالیت این شرکت شباهت بسیار زیادی به آپادانا دارد. البته با این تفاوت که نسبت به آپادانا تجربه بیشتری را به دوش می کشد.

به منظور آشنایی بیشتر با آسمان صبح فردا، با آقای غفاری، مدیر این مجموعه به گفتگو پرداختیم. وی شرکت خود را این گونه توصیف می کند:

مجموعه آسمان از سال ۹۳ در حوزه تهیه محتوی و با همکاری اپراتورهای رسمی کشور فعالیت خود را آغاز کرد؛ در واقع یکی از معدود شرکت هایی است که با هر سه اپراتور قرار داد دارد.

برای مدت ها، تمرکز اصلی شرکت روی تولید محتوی قرار گرفته بود. اما طی بررسی و بازاریابی بخش توسعه و تحقیقات شرکت، مشخص شد که در حوزه بازی نیز نیازهای عمده ای وجود دارند که می توان با سرویس دهی مناسب به آن ها پاسخ داد.

مجموعه روی این سیستم به گونه ای سرمایه گذاری کرد که هم بتواند در این حوزه سرویس ارائه دهد و هم در تولید محتوای مصرفی اپلیکیشن های مبتنی بر گجت فضای مناسبی را فراهم آورد.

در کنار این توضیحات، غفاری در مورد سرویس های قابل ارائه مجموعه نیز صحبت کرد.

ابرینگ یک سرویس دهنده MBaaS (یک پاسخ طبیعی به حرکت دنیای توسعه نرم افزار به سمت محاسبات ابری است) است. اگر اهل مسائل فنی این چینی باشید حتما می دانید که سرویس های تحت MBaaS حالا از محبوبیت زیادی برخوردار هستند. به کمک این موضوع نیز سیستم ابرینگ ما هم قدرت بیشتر و جذابیت عجیبی پیدا کرده است.

به لطف همین ویژگی مهم، ابرینگ قادر است به تمام فرآیند های بک اند و تمامی ماژول های مرتبط با آن که نیاز به معماری توپولوژی دارند، پاسخی مناسب دهد و از آن ها پشتیبانی کند.

اما به طور کلی ابرینگ سرویس هایی مانند مدیریت و اطلاع رسانی به کاربران، تولید لیدر برد،

پنل مدیریتی، ذخیره اطلاعات در سرور و دسترسی به لیست دوستان را به بازی سازان ارائه می دهد. خصوصاً یکی از ویژگی های برجسته ابرینگ، مالتی آنلاین بودن فعال آن است که امکان استفاده از آن را در مسابقات چند نفره به وجود می آورد.

همچنین به واسطه سرور واحد این سیستم، ابرینگ می تواند به صورت هدفمند برای ارتباط گیری میان کاربران سرویس های مختلف، امکاناتی را در اختیار توسعه دهندگان بگذارد. به عنوان مثال اگر قرار باشد پیشنهادی به کاربران داده شود، به وسیله این سیستم ارائه ای هدفمند خواهد داشت.

به گفته غفاری در حال حاضر بسیاری از بازی های موجود در کافه بازار، از سرویس ابرینگ استفاده می کنند و تقریباً نام آسمان صبح فردا برای اغلب توسعه دهندگان ایرانی آشناست.

آنو رسانه هنر



آنو رسانه هنر در اصل یک استودیوی بازی سازی است. در صورتی که اخبار بازی های ویدیویی خصوصاً آثار ایرانی را دنبال کرده باشید، حتماً با این استودیو آشنا هستید. به خصوص پس از خبر عرضه «خاله قزی»، جدیدترین ساخته این استودیو روی پلتفرم شرکت سونی، آنو رسانه هنر شهرت و اعتبار بیشتری به دست آورده است.

با این حال این شرکت در کنار بازی سازی، فعالیت هایی هم در خصوص سرویس دهی به بازی سازان ایرانی در پیش گرفته که در نوع خود هم جالب است و هم متفاوت. شاید آنها متفاوت ترین سرویس دهنده ای بودند که دیجیاتو به سراغ شان رفت.

این شرکت سرور یا سرویس های مرتبط با امور پشتیبانی و خدماتی را ارائه نمی دهد. بلکه کالای پیشنهادی آن برای بازی سازان ایرانی، مربوط به بخش های هنری بازی های ویدیویی می شود. در این راستا به پای صحبت های مصطفی کیوانیان، مسئول آنو رسانه هنر نشستیم و از فعالیت های این مجموعه پرسیدیم.

در کاشان از سال ۸۷ شروع به کار کردیم. اما برای توسعه کسب و کارمان پس از مدتی به پایتخت آمدیم و در تهران دفتر گرفتیم. ابتدا فعالیت هایمان به سرویس دهی به بازی سازان دیگر محدود می شد و اغلب آرت، کاراکتر و تصاویر پس زمینه برای شان طراحی می کردیم.

اما کم کم به سمت بازی سازی کشیده شدیم و کلید اولین کار خود را زدیم. حالا مجموعه نسبت به آن زمان رشد پیدا کرده و تعداد افراد مشغول در دفتر تهران به ۲۰ نفر رسیده.

با این حال، هنوز در کنار بازی سازی، فعالیت سرویس دهی خود را ادامه می دهیم. به نوعی هر چیزی که به بخش هنری بازی ها مربوط بشود در زیر شاخه سرویس های ما قرار می گیرد. از

کانسپت گرفته تا طراحی کاراکترهای دو بعدی و سه بعدی. به تمامی این ها، طراحی انیمیشن، رابط کاربری و منو ها را نیز اضافه کنید.

اما در میان صحبت های کیوانیان به یک موضوع جالب نیز برخوردیم. به گفته او، سفارشات آنو رسانه هنر، تنها به ایران محدود نمی شود. بلکه تاکنون این مجموعه روی چندین پروژه خارجی نیز فعالیت داشته که اغلب آن ها منتشر شده اند.

شاید وجود چنین مجموعه ای در میان سرویس دهنده ها از اهمیت زیادی برخوردار باشد. بسیاری از توسعه دهندگان ایده هایی خلاقانه در پشت آثارشان دارند. اما به دلیل ضعف بخش هنری، نمی توانند حس عمیق و درک بالای خود از ساخت یک بازی ویدیویی را به دیگران منتقل کنند.

با این حال به لطف حضور چنین مجموعه هایی می شود بازی های ایرانی را کمی از دید بصری و هنری ارتقا بخشید و بر کیفیت آن ها افزود. به جز خاله قزی که این روزها حسابی سر و صدا به پا کرده، آنو رسانه هنر بازی «قتل در کوچه های تهران» را نیز در کارنامه هنری خود دارد.

ایرانسل



ایرانسل شناخته شده ترین سرویس دهنده این لیست است. اپراتوری که پس از گذشت سال های اخیر، قدرت زیادی در حوزه های مختلف به دست آورده و تقریباً در هر حوزه ای، ایده و نوآوری های خاص خودش را دارد.

نکته جالب آنجاست که ایرانسل در کنار تمامی فعالیت های مخابراتی اش، از صنعت بازی های ویدیویی ایران نیز دور نمانده و با نگاهی جالب به آن، سعی دارد به شکلی متفاوت، باری از دوش توسعه دهندگان بردارد.

در جریان برگزاری مراسم اختتامیه نمایشگاه TGC، معاون بازاریابی شرکت ایرانسل نیز مجال صحبت پیدا کرد و در میان صحبت هایش کمی از چشم انداز ایرانسل برای تسهیل شرایط بازی سازان سخن گفت.

ما در ایرانسل بهترین زمینه را برای توسعه دهندگان بازی های ویدیویی به وجود آورده ایم. ایرانسل در حال حاضر با کیفیت ترین خدمات را در اختیار بازی ها و اپلیکیشن های ایرانی قرار می دهد. ما خدمات زیادی از جمله VOD، تلویزیون اینترنتی و آموزش الکترونیکی را برای توسعه دهندگان بازی های ویدیویی فراهم آورده ایم. همچنین ما سرورهای زیادی در خارج و داخل ایران داریم که توسعه دهندگان بازی در ایران می توانند از آنها استفاده کنند.

اگر بازی سازان ایرانی نمی خواهند در ایران سرورهای خود را میزبانی کنند، می توانند به کمک

ما در آمریکا یا دیگر کشورهای جهان سرورهای خود را داشته باشیم. ما تصمیم داریم در آینده نزدیک سطح خدمات خود را تا ۳ برابر افزایش دهیم تا بازی سازان ایرانی بتوانند از خدمات بیشتری بهره مند شوند.

بکتوری



بکتوری به طور ساده یک سرویس ابری است که به واسطه آن می توان تمامی مراحل مربوط به پیاده سازی سرویس برنامه ها روی سرور را دور زد و روند این فرآیند را با سرعت بیشتری پیش برد.

با این حال نوع سرویسی که بکتوری ارائه می دهد دلیل حضور نامش در این مقاله را توضیح نمی دهد. هم آپادانا و هم آسمان صبح فردا، هر دو دقیقا همان فعالیتی را در پیش گرفته اند که بکتوری در حال انجام آن است.

اما نکته حائز اهمیت در مورد بکتوری، کیفیت سرویس هایش هست که آن را خاص و قابل اطمینان می کند. حتی در میان اسامی موجود در این لیست، بکتوری از شهرت بیشتری برخوردار است و شاید تنها سرویسی باشد که می توانید با یک سرچ ساده در گوگل، لینک وبسایت اش را پیدا کنید.

در رابطه با بکتوری به گفتگو با جواد عابدی پرداختیم و در این میان او از راه طولانی شرکت برای رسیدن به چنین جایگاهی برایمان گفت.

بکتوری رسماً سال گذشته فعالیت هایش را شروع کرد و کاربران مشغول استفاده از آن شدند. در این یک سال و چند ماه از تمامی چالش های پیش رو درس گرفتیم و مشکلات را برطرف کردیم. حالا کیت های توسعه نرم افزار برای پلتفرم های مختلف کامل شده اند و مستندات مورد نیاز شرکت کم کم در این مدت شگل گرفتند. پس از پیمودن این راه طولانی حالا در حدود ۱۵۰۰ توسعه دهنده از سرویس بکتوری استفاده می کنند.

با این حال، خدمات سرویس ابری بکتوری به ماژول هایی مانند مدیریت کاربران، دیتابیس، رایانش، مدیریت فایل و پوش نوتیفیکیشن نیز مربوط می شود. علاوه بر این به لطف این سرویس ابری، توسعه دهندگان می توانند به فاکتورهای Match Making و لیدر برد نیز دسترسی پیدا کنند.

تپلیغ



در میان نام های این لیست، تپلیغ تنها سرویس دهنده ای است که روی امر تبلیغات سرمایه گذاری کرده و سعی دارد از این راه برای بازی سازان ایرانی کسب درآمد کند. جالب است بدانید که تپلیغ وابسته به شرکت بزرگ مدیریک است؛ ناشری که اگر اهل اجرای بازی های موبایلی باشید، حتما خیلی خوب با آن آشنایی دارید.

به لطف مصاحبه ای که با شهرام پیروزه، مدیر فروش و روابط عمومی شرکت مدیریک، داشتیم، فرصت آن فراهم شد تا با این مجموعه بیشتر آشنا شویم و در مورد ویژگی های این سرویس سوال هایی بپرسیم.

تپلیغ یک سرویس تبلیغاتی هوشمند است. به طوری که تبلیغات را به صورت ویدیویی و فول ایمیج در بازی ها و اپ ها نمایش می دهد. به طور کلی فعالیت های تپلیغ سه رسالت کلی دارد. اولین رسالت آن، پول سازی برای توسعه دهندگان است. اگر آمار درآمد بازی ها را نگاه کرده باشید حتما می دانید که خریدهای درون برنامه ای چندان برای توسعه دهندگان سود آورد نیستند.

تقریباً تنها دو درصد کاربران از این سیستم ها استفاده می کنند که سود ناچیزی برای بازی سازان به همراه دارد. اما برخلاف این موضوع، ۲۰ درصد کاربران حاضر هستند برای ادامه دادن به بازی خود، ویدیوی تبلیغاتی ببینند.

رسالت دوم تپلیغ، به جذب کاربر برای بازی ها مربوط می شود. وقتی که یک بازی توسعه می یابد، اولویت بازی سازان جلب نظر تعداد کاربران بیشتر است. در واقع سرمایه اصلی توسعه دهندگان اثری نیست که تولید کرده اند، بلکه تعداد کاربرانی است که به دست آورده اند.

بنابراین به عنوان رسالت دوم تپلیغ، به دنبال آن هستیم کاربری را برای بازی به دست آوریم که به نفع بازی ساز باشد و برایش درآمد بیشتر به همراه آورد. اما سومین رسالت تپلیغ در امر آموزش خلاصه می شود.

در اصل زمانی که آموزش اتفاق بیفتد، هم کاربران و هم توسعه دهندگان طریقه کسب درآمد را یاد می گیرند و این کمک می کند تا بازاری بزرگ تر و پویا تر داشته باشیم.

نام این بخش را تپلیغ آکادمی گذاشتیم. هدفمان هم از آن، تولید محتوای ویدیویی به واسطه اشخاص باتجربه صنعت و آموزش آکادمیک این موضوع است. در نهایت نیز می خواهیم بفهمیم طریقه یادگیری صحیح این مراحل چگونه است و توسعه دهندگان چطور می توانند از آن استفاده کنند.

بر اساس گفته های پیروزه، حالا تبلیغ ۴۹ درصد از سهم کل بازار تبلیغات موبایل را به خود اختصاص داده است. با این حال او اشاره کرد که تنها این سه رسالت مهم نیستند که تبلیغ را به سرویسی موفق تبدیل کرده اند، بلکه به عقیده او، این شفافیت و صداقت تبلیغ است که توسعه دهندگان را به سمت خود می کشاند.

بازی های پر فروش بسیاری در کافه بازار وجود دارند که از سرویس تبلیغ برای جذب کاربر و درآمد بیشتر کمک می گیرند. یکی از بهترین نمونه ها نیز شاید خروس جنگی باشد. در این رابطه، محمد امینی، مدیر بازی خروس جنگی نیز به تمجید از سرویس های تبلیغ پرداخته و امتیاز بهبود عملکرد بازی خود را به آن نسبت داده است.

[دیجیاتو](#)