

نمای نزدیک

پلتفرم کنسول

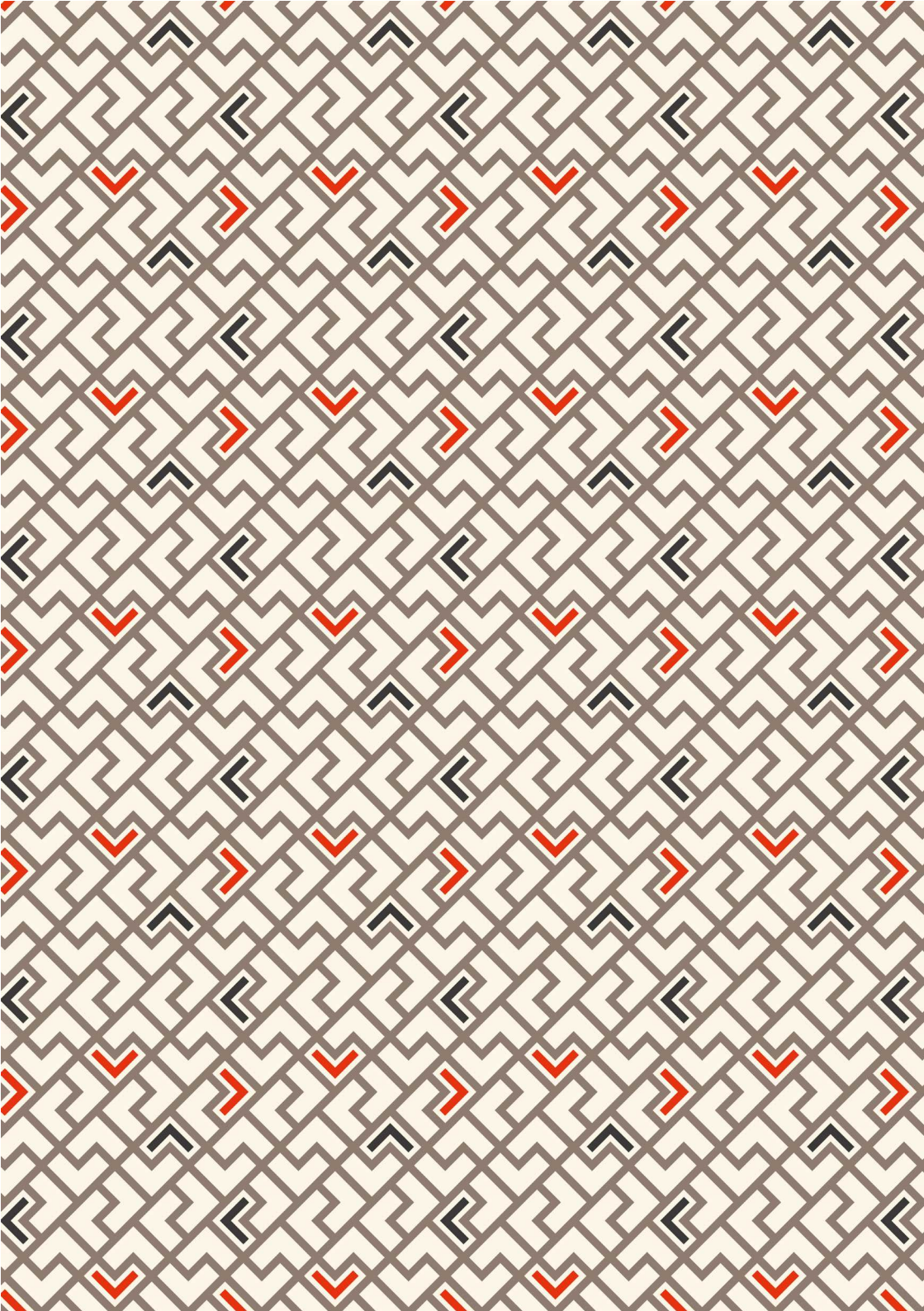
۱۴

دانستنی

هدایتگر

تفاوت‌هاست





بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

فهرست:

۱	مروری بر نتایج پیمایش ملی مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران
۲	مقدمه
۳	وضعیت بازی‌های کنسولی در جهان
۵	تعداد بازیکنان بازی‌های کنسولی در ایران
۶	سهم بازیکنان کنسولی از بازیکنان ایرانی
۷	وضعیت بازیکنان کنسولی به تفکیک دسته‌ها
۸	ترکیب سنی بازیکنان کنسولی
۹	میانگین سنی بازیکنان کنسولی
۱۰	میانگین سنی بازیکنان کنسولی به تفکیک دسته‌بندی بازیکنان
۱۱	میانگین سنی بازیکنان کنسولی برحسب منطقه سکونت
۱۲	توزیع بازیکنان کنسولی برحسب نوع محل سکونت
۱۳	نرخ نفوذ کنسول برحسب نوع محل سکونت
۱۴	نسبت بازیکنان کنسولی برحسب استان محل سکونت
۱۵	توزیع جنسیت در بازیکنان کنسولی
۱۶	وضعیت زمان بازی در بین بازیکنان کنسولی
۱۷	میانگین زمان روزانه بازی در بازیکنان کنسولی (برحسب دقیقه)
۱۸	متوسط زمان بازی روزانه با کنسول در بازیکنان کنسولی به تفکیک نوع بازیکن (برحسب دقیقه)
۱۹	میزان بازی با کنسول (در هفته)
۲۰	وضعیت ابزارهای بازی کنسولی به تفکیک نوع بازیکنان
۲۱	وضعیت ابزارها و پلتفرم‌های بازی‌های کنسولی
۲۲	وضعیت مالکیت ابزار بازی (کنسول)
۲۳	نسبت بازیکنان کنسولی برخط
۲۴	بازیکنان کنسولی برخط به تفکیک جنسیت
۲۵	میزان علاقه به تماشای محتوای بازی‌کردن دیگران در بازیکنان کنسولی
۲۶	روش تماشای بازی دیگران در بازیکنان کنسولی
۲۷	میزان توجه بازیکنان کنسولی به نظام رده‌بندی سنی
۲۸	وضعیت هزینه‌کرد در بین بازیکنان کنسولی
۲۹	شخصیت‌های موردعلاقه بازیکنان کنسولی
۳۰	سبک‌های موردعلاقه بازیکنان کنسولی
۳۰	بازی‌های موردعلاقه بازیکنان کنسولی
۳۱	رو به جلو
۳۵	منابع
۳۶	همکاران این گزارش

«نمای نزدیک ۱۴۰۰- پلتفرم کنسول» چهارمین گزارشی است که از پیمایش ملی مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران استخراج شده است. نتایج این مطالعه نشان داد بالغ بر ۳۴ میلیون نفر بازیکن در سال ۱۴۰۰ بر روی مجموع پلتفرم‌ها بازی می‌کرده‌اند. همچنین از لحاظ تفکیک جنسیتی نیز ۵۹ درصد بازیکنان مرد و ۴۱ درصد زن هستند. در مجموع می‌توان گفت از هر ۱۰۰ ایرانی ۴۱ نفر بازیکن هستند. از سال ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۰، تعداد کل بازیکنان ایرانی نرخ رشد ترکیبی سالیانه برابر با ۷ درصد داشته است. بررسی میانگین سنی بازیکنان نشان می‌دهد که در سه سال اخیر و پس از شیوع بیماری کرونا، شیوه‌های کاری و تغییرات رفتاری پاندمی منجر به حضور بازیکنان جدید، افزایش مشارکت بازیکنان پیشین و رشد تعداد بازیکنان شده است که همین موضوع سبب افزایش میانگین سن بازیکنان به ۲۳ سال در پیمایش اخیر شده است. براساس نتایج این پیمایش به‌طور متوسط بازیکنان ایرانی ۹۵ دقیقه در روز بازی می‌کنند. به تفکیک گروه‌های سنی اما بیشترین میزان میانگین زمان بازی مربوط به نوجوانان و جوانان است. نتایج این پژوهش همچنین نشان داد که بر اساس پلتفرم، ۹۶ درصد از بازیکنان از موبایل، ۲۵ درصد از پلتفرم کنسول و ۱۹ درصد از پلتفرم رایانه استفاده می‌کنند. بنابراین با توجه به این که کنسول دومین پلتفرم پرمخاطب در بین بازیکنان است. در این گزارش اطلاعات نسبتاً جامعی از الگوی مصرف بازی‌ها، ترجیحات بازیکنان و میزان هزینه‌کرد در این پلتفرم ارائه شده است.

مقدمه

بازی کنسولی یکی از قدیمی‌ترین و محبوب‌ترین انواع بازی در سراسر جهان است. از زمانی که اولین سیستم‌های بازی ویدئویی خانگی در دهه ۱۹۷۰ منتشر شد، میلیون‌ها بازیکن به بازی می‌پرداختند. در حالی که فناوری از روزهای اولیه بازی‌های کنسولی پیشرفت قابل توجهی داشته است و بازیکنان بیشتری اکنون گوشی‌های هوشمند و رایانه‌های شخصی را به دستگاه‌های سنتی ترجیح می‌دهند، درآمدهای بازار جهانی کنسول‌های بازی ویدئویی هر سال افزایش می‌یابد.

در گذشته کاربران به دلیل فقدان فناوری کافی، تجربه زیادی از بازی‌های کنسولی نداشتند. امروز اما متفاوت است، فناوری به سرعت بالا رفته است و بازی‌های کنسولی پیشرفت‌های زیادی داشته است. کنسول‌ها ویژگی‌های بیشتری مانند بلوتوث، دوربین داخلی موجود و اتصال به اینترنت را در خود جای داده‌اند. ظرفیت ذخیره‌سازی نیز افزایش یافته است. از طرف دیگر، برخی از بازی‌های کراس پلتفرم هنوز هم تجربه بهتری روی کنسول‌ها ارائه می‌دهند.

وضعیت بازی‌های کنسولی در جهان

بازی‌های کنسولی در سال ۲۰۲۳ با سالی پر از موفقیت روبرو بودند. با توجه به اینکه پیش‌بینی می‌شود صنعت بازی کنسول‌های جهانی تا سال ۲۰۲۵ به ارزش ۷۴ میلیارد دلار برسد^۱، بر کسی پوشیده نیست که بازی‌های کنسول همچنان توسعه خواهند یافت.

انتظار می‌رود کنسول‌های بازی ویدئویی تا پایان سال ۲۰۲۳ حدود ۲۱/۲۴ میلیارد دلار در سطح جهان درآمد داشته باشد. تخمین زده می‌شود که این رقم در سال آینده ۲/۵ درصد دیگر افزایش یابد. آمارهای منتشر شده از سوی نیوزو^۲ نشان می‌دهد که بالغ بر ۶۱۱ میلیون نفر بازیکن کنسولی در جهان داریم. بر اساس یک مطالعه جدید **YouGov**، از هر پنج مصرف‌کننده در سراسر جهان، یک نفر صاحب یک کنسول بازی است یا به آن دسترسی دارد، کنسول‌ها بعد از تلویزیون‌ها و پخش‌کننده‌های دی‌وی‌دی، سومین دستگاه سرگرمی خانگی رایج در جهان هستند.^۳

در سال‌های اخیر درآمد بازی‌های کنسولی به میزان قابل‌توجهی از درآمد بازی‌های رایانه شخصی پیشی گرفته است. بر اساس آخرین آمار منتشر شده از سوی نیوزو میزان نرخ رشد ترکیبی سالیانه (**CAGR**) در بازی‌های کنسولی برابر با ۷/۸ درصد بوده است.

1-Statista
2-Newzoo
3-www.anzu.io

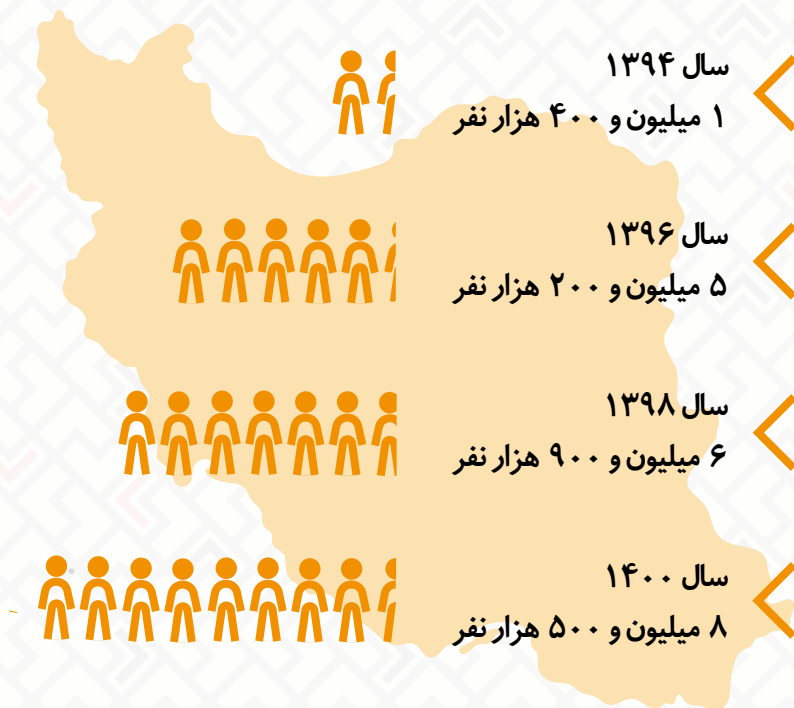
وضعیت بازی‌های کنسولی در جهان

بازارهایی که کنسول‌های بازی در آن بیشترین نفوذ را دارند مربوط به اروپا و آمریکای شمالی هستند. هم در بریتانیا و هم در ایالات متحده، ۳۳ درصد از بزرگسالان یک کنسول بازی دارند یا به آن دسترسی دارند.

امروزه هزینه‌های مربوط به بازی‌های در حال توسعه به‌ویژه برای بازی‌های کنسولی به‌طور پیوسته افزایش می‌یابد، توسعه‌دهندگان بیشتر و بیشتری به دنبال روش‌های اضافی برای کسب درآمد خود هستند. تبلیغات درون‌بازی به توسعه‌دهندگان اجازه می‌دهد تا تبلیغات غیرمزاحم را در طراحی بازی خود ادغام کنند و به برندها کمک می‌کند تا از طریق بازی‌های موردعلاقه خود به مخاطبان غیرقابل دسترسی خود دسترسی پیدا کنند. توسعه‌دهندگان همچنین از تبلیغات درون‌بازی به عنوان راهی برای تأمین مالی طولانی‌مدت بازی‌ها پس از راه‌اندازی، ارائه درآمدهای پایدار و به‌روزرسانی‌های بازی استفاده می‌کنند.

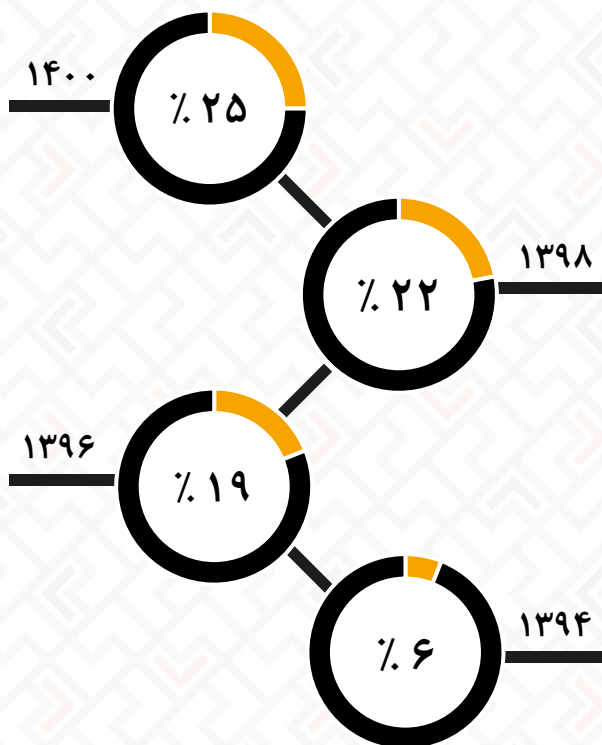
تعداد بازیکنان بازی‌های کنسولی در ایران

بر اساس نتایج آخرین پیمایش، نرخ رشد مرکب سالانه تعداد بازیکنان کنسولی در ایران بین سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰، برابر با ۳۵ درصد بوده است.



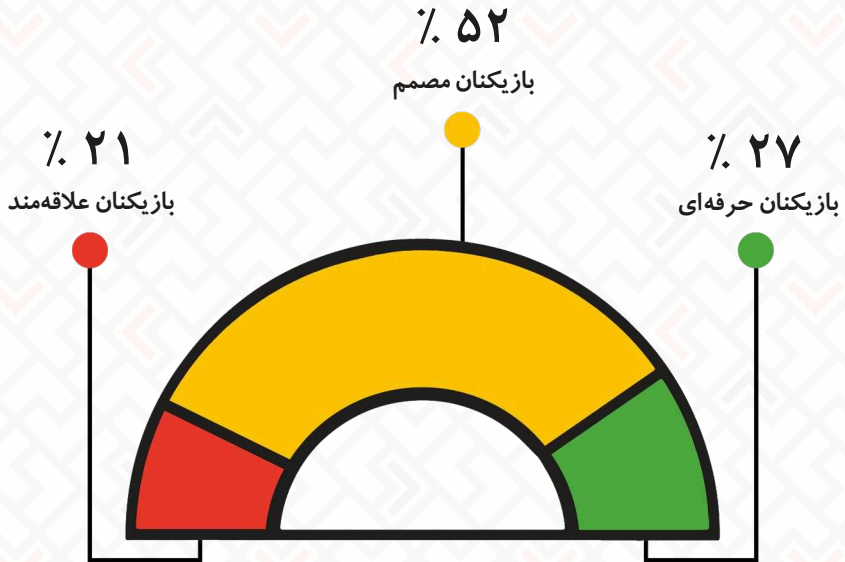
سهم بازیکنان کنسولی از بازیکنان ایرانی

بررسی سهم بازیکنان در سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ نشان از افزایش بازیکنان در این پلتفرم دارد، تا جایی که در سال ۱۴۰۰ بالغ بر ۲۵ درصد از بازیکنان که شامل ۸ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر هستند اعلام داشته‌اند که از این پلتفرم برای بازی استفاده می‌کنند، که این عدد بیشترین درصد بازیکنان کنسولی را از سال ۱۳۹۴ نشان می‌دهد.



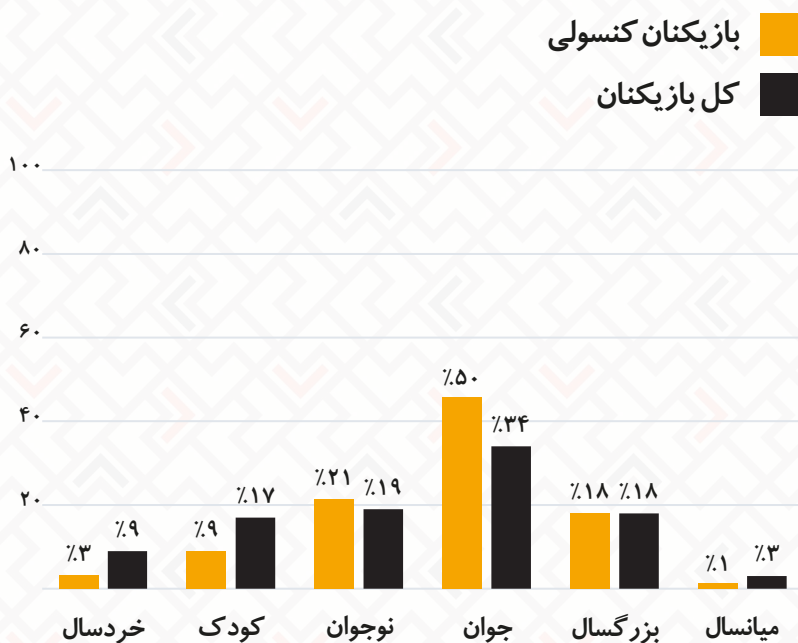
وضعیت بازیکنان کنسولی به تفکیک دسته‌ها

در این گزارش با توجه به یافته‌های گزارش نمای نزدیک بازیکنان، دسته ۳ از بازیکنان شناسایی شده‌اند که شامل بازیکنان مصمم، بازیکنان علاقه‌مند و بازیکنان حرفه‌ای بوده‌اند و همان‌گونه که در نمودار زیر قابل مشاهده است. در بین بازیکنان کنسولی، مصمم‌ها بیشترین نسبت را به خود اختصاص داده‌اند و ۲۷ درصد از آن‌ها را بازیکنان حرفه‌ای تشکیل می‌دهند.



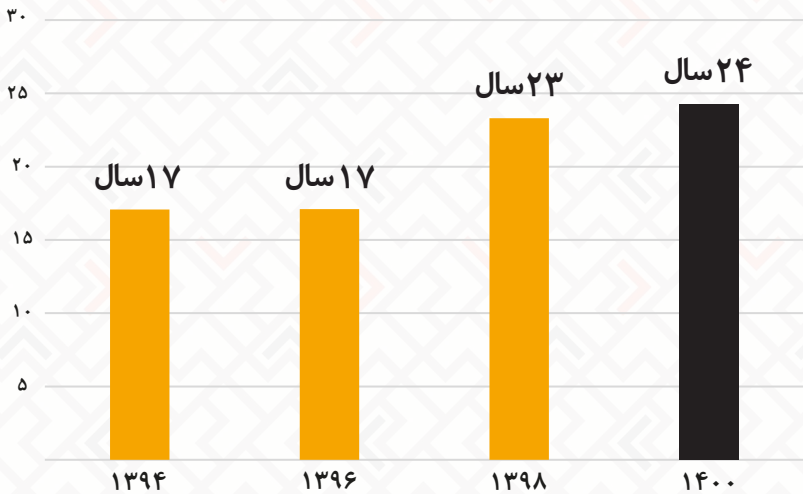
ترکیب سنی بازیکنان کنسولی

ترکیب سنی بازیکنان کنسولی نشان می‌دهد که نسبت بازیکنان کنسولی در گروه‌های سنی نوجوان و جوان بیش از نسبت این گروه‌های سنی در مجموع بازیکنان ایرانی است، به ویژه در بین گروه جوانان نسبت بازیکنان کنسولی ۱۵ درصد بیش از کل بازیکنان است.



میانگین سنی بازیکنان کنسولی

بررسی میانگین سنی بازیکنان کنسولی در سال‌های اخیر نشان از افزایش این شاخص در بین بازیکنان ایرانی دارد تا جایی که این عدد از سن ۱۷ در سال ۱۳۹۴ به سن ۲۴ سال در نتایج آخرین پیمایش ۱۴۰۰ افزایش یافته است.



میانگین سنی بازیکنان کنسولی به تفکیک دسته‌بندی بازیکنان

بررسی میانگین سنی بازیکنان کنسولی در دسته‌های بازیکنان نشان می‌دهد که در بین بازیکنان حرفه‌ای میانگین سنی پایین‌تر از سایر گروه‌ها است، از سوی دیگر بالا بودن میانگین سنی در بین بازیکنان علاقه‌مند نشان می‌دهد که با بالاتر رفتن سن در بازیکنان علاقه‌مند، تمایل به بازی‌های کنسولی افزایش می‌یابد.

بازیکنان

مصمم



بازیکنان

حرفه‌ای



بازیکنان

علاقه‌مند



میانگین سنی

۲۴ سال

میانگین سنی

۲۷ سال

میانگین سنی

۲۲ سال

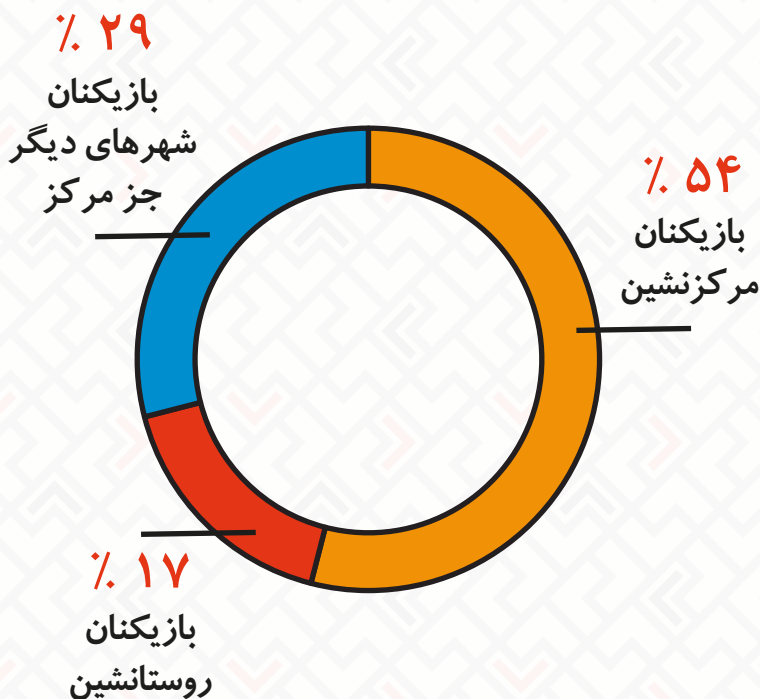
میانگین سنی بازیکنان کنسولی برحسب منطقه سکونت

بررسی میانگین سنی بازیکنان کنسولی بر حسب مناطق سکونت نشان می‌دهد که در مناطق روستانشین بازی‌های کنسولی توانسته گروه‌های سنی پایین‌تر را درگیر نماید، در حالی که این موضوع در بین بازیکنان مرکز نشین به صورت بالعکس است.



توزیع بازیکنان کنسولی بر حسب نوع محل سکونت

همان گونه که در نمودار زیر قابل مشاهده است، بازیکنان روستانشین کمترین درصد و بازیکنان مرکز نشین بیشترین درصد را به خود اختصاص داده‌اند که یکی از دلایل این موضوع حجم توزیع بازیکنان در این مناطق است.



نرخ نفوذ^۱ کنسول برحسب نوع محل سکونت

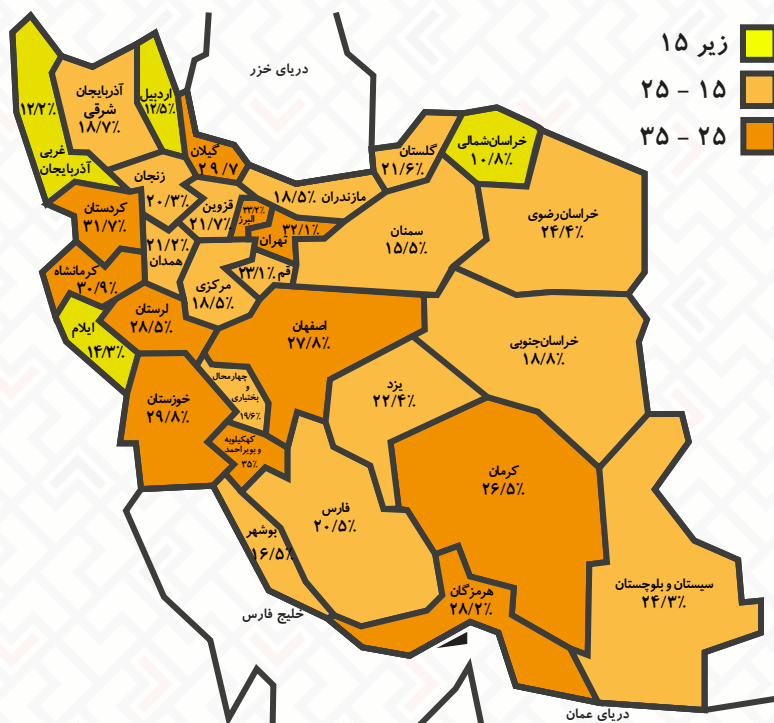
از دیگر نکات قابل بررسی در این گزارش، نرخ نفوذ کنسول است که بر اساس آن در کل بازیکنان مورد بررسی، کنسول بیشترین نفوذ را در بین ساکنان مناطق مرکز نشین داشته است که نشان از دسترسی بیشتر به آن در این مناطق است.



۱- مقصود از نرخ نفوذ در این گزارش میزان پراکندگی مصرف پلتفرم‌ها در میان بازیکنان است.

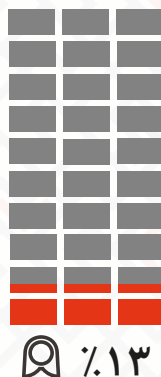
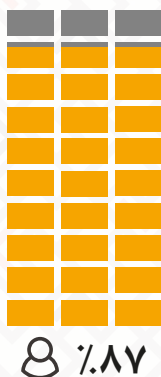
نسبت بازیکنان کنسولی برحسب استان محل سکونت

بررسی نسبت بازیکنان کنسولی نشان می‌دهد، کمترین نسبت بازیکنان کنسولی در بین بازیکنان به ترتیب مربوط به استان‌های خراسان شمالی، آذربایجان غربی و اردبیل بوده است. همچنین در بین بازیکنان، استان‌های کهگیلویه و بویر احمد، البرز و تهران نسبت بازیکنان کنسولی بیش از سایر استان‌ها بوده است.

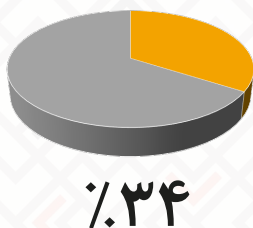


توزیع جنسیت در بازیکنان کنسولی

در بین بازیکنان کنسولی، مردان ۸۷ درصد و زنان ۱۳ درصد را به خود اختصاص داده‌اند. در این بین باید توجه داشت که جمعیت مردان بازیکن بیش از زنان است، بر همین مبنا در بین بازیکنان کنسولی درصد مردان بیش از زنان بوده است.



با بررسی نسبت بازیکنان کنسولی نیز در هر دو جنس مشخص می‌شود که در بین مردان ۳۴ درصد و در بین زنان ۹ درصد بازیکن کنسولی بوده‌اند.



نسبت بازیکنان کنسولی در مردان



نسبت بازیکنان کنسولی در زنان

وضعیت زمان بازی در بین بازیکنان کنسولی

بازیکنان کنسولی به طور میانگین ۱۶۵ دقیقه در روز بازی می‌کنند.
بازیکنان کنسولی به طور میانگین ۶۴ دقیقه در روز تنها با پلتفرم کنسول
بازی می‌کنند.

میانگین بازی بازیکنان کنسولی تنها در پلتفرم کنسول

۶۴ دقیقه



میانگین بازی بازیکنان کنسولی در روز در مجموع پلتفرم‌ها

۱۶۵ دقیقه

میانگین زمان روزانه بازی در بازیکنان کنسولی (بر حسب دقیقه)

میانگین استفاده روزانه از کنسول

زنان

۴۳ دقیقه



مردان

۶۷ دقیقه

بازیکنان
مرکز نشین

۷۱ دقیقه

بازیکنان
شهرهای
دیگر به جز
مرکز

۶۴ دقیقه

بازیکنان
روستاشین

۴۳ دقیقه

متوسط زمان بازی با کنسول در بازیکنان کنسولی به تفکیک نوع بازیکن

(بر حسب دقیقه)

بررسی متوسط زمان بازی با کنسول در بازیکنان کنسولی نشان می‌دهد که بازیکنان حرفه‌ای بیش از سایر گروه‌های بازیکن برای بازی‌های کنسولی زمان صرف می‌کنند و در حدود ۹۹۵ دقیقه را در هفته صرف این بازی‌ها می‌کنند. همچنین بازیکنان علاقه‌مند نیز کمتر از ۲ ساعت در هفته برای این نوع از بازی‌ها زمان می‌گذارند.

بازیکنان

مصمم



بازیکنان

علاقه‌مند



۱۴ دقیقه

۴۳ دقیقه

بازیکنان

حرفه‌ای

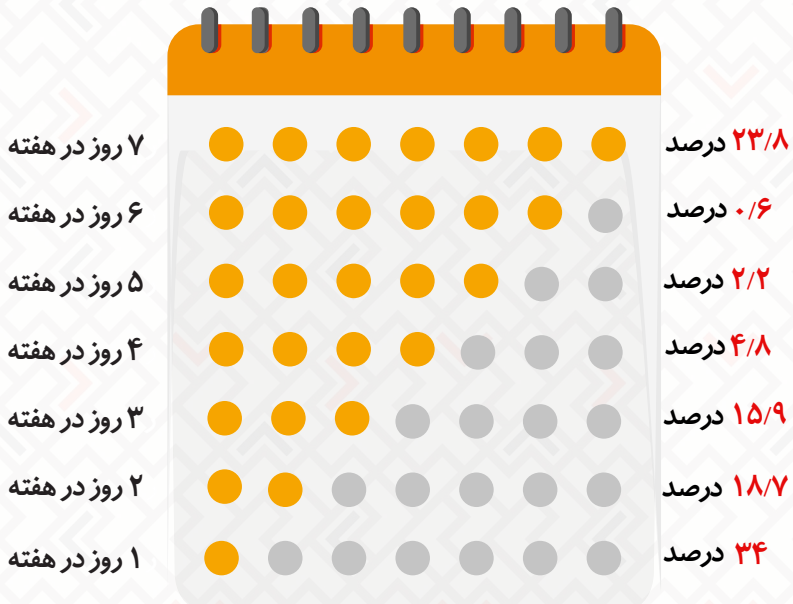


۱۴۳ دقیقه



میزان بازی با کنسول (در هفته)

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که ۶۰/۶ درصد از بازیکنان کنسول، بازیکنان روزانه هستند. ۲۳/۸ درصد از بازیکنان کنسول هر روز با این پلتفرم بازی می‌کنند، ۶۶ درصد از آن‌ها بیش از ۱ روز در هفته بازی می‌کنند و ۳۴ درصد از بازیکنان فقط ۱ روز در هفته مشغول بازی با کنسول هستند



وضعیت ابزارها و پلتفرم‌های بازی‌های کنسولی



کنسول خانگی

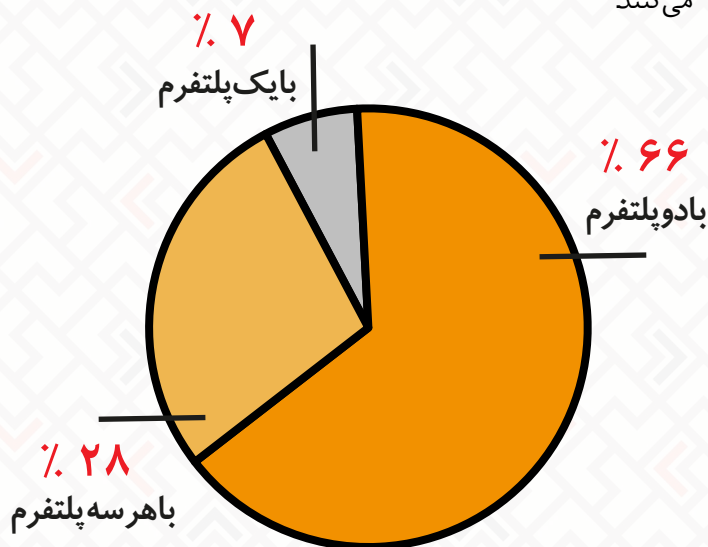
٪ ۸۸



کنسول دستی

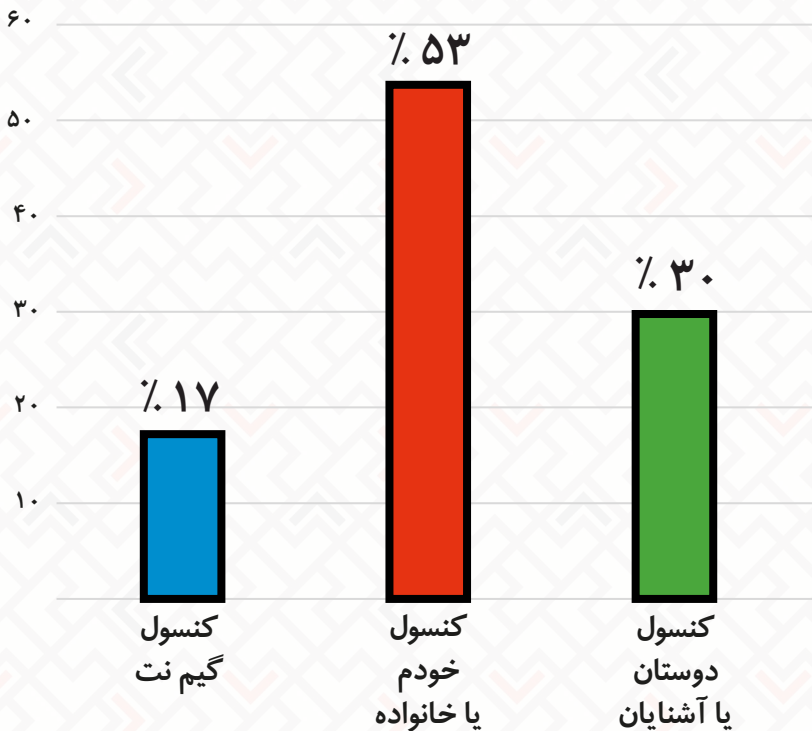
٪ ۱۳

وضعیت ابزارهای بازی در بین بازیکنان کنسولی نشان می‌دهد که کنسول خانگی ۸۸ درصد و کنسول دستی ۱۳ درصد مورد استفاده قرار می‌گیرد. همچنین وضعیت پلتفرم‌های بازی نشان می‌دهد که ۷ درصد بازیکنان کنسولی فقط با کنسول، ۶۶ درصد علاوه بر کنسول با یک پلتفرم دیگر هم بازی می‌کنند. همچنین ۲۸ درصد از بازیکنان کنسولی با هر سه پلتفرم بازی می‌کنند



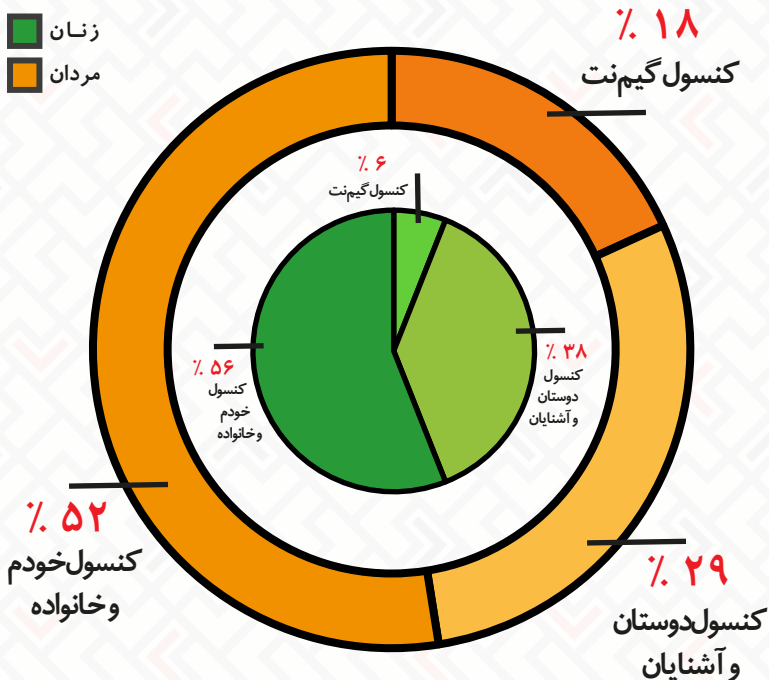
وضعیت مالکیت ابزار بازی (کنسول)

یکی از شاخص‌های تعیین‌کننده در میزان علاقه‌مندی و درگیری بازیکنان میزان مالکیت ابزار بازی است. به ویژه کنسول به دلیل کاربری تخصصی در حوزه بازی بسیار با اهمیت است. نتایج این پژوهش نشان داد بیش از نیمی از بازیکنان با کنسولی که متعلق به خودشان است بازی می‌کنند.



وضعیت مالکیت ابزار بازی (کنسول) به تفکیک جنسیت

بررسی وضعیت مالکیت کنسول در بین بازیکنان کنسولی نشان می‌دهد که زنان بیش از مردان اعلام کرده‌اند که با کنسول خود یا اعضای خانواده بازی می‌کنند و میزان مالکیت آن‌ها بر این ابزار بیشتر است، همچنین بررسی بازی با کنسول دوستان و آشنایان در زنان بیش از مردان است و این در حالی است که بازی در گیم‌نت و با استفاده از کنسول گیم‌نت در مردان ۳ برابر بیش از زنان است.



نسبت بازیکنان کنسولی برخط

با بررسی شاخص وضعیت بازی برخط مشخص شد که در بین بازیکنان کنسولی ۷۳ درصد از آن‌ها در مجموع با یکی از پلتفرم‌های بازی دیجیتال به صورت برخط بازی می‌کنند و در بین بازیکنان کنسولی ۲۰ درصد از آن‌ها تنها با پلتفرم کنسول به صورت برخط بازی می‌کنند.

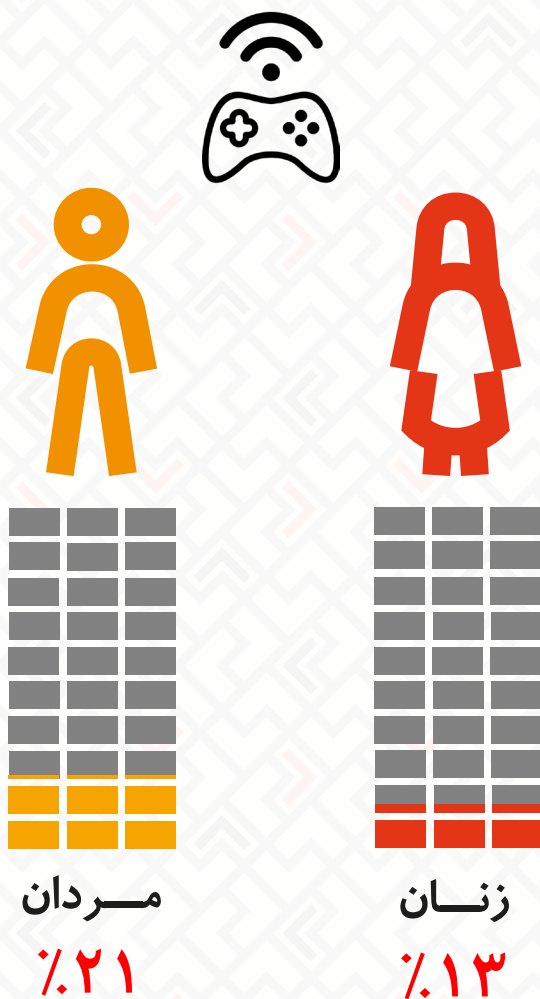


بازیکنان کنسولی
با پلتفرم کنسول



بازیکنان کنسولی
با حداقل یک پلتفرم

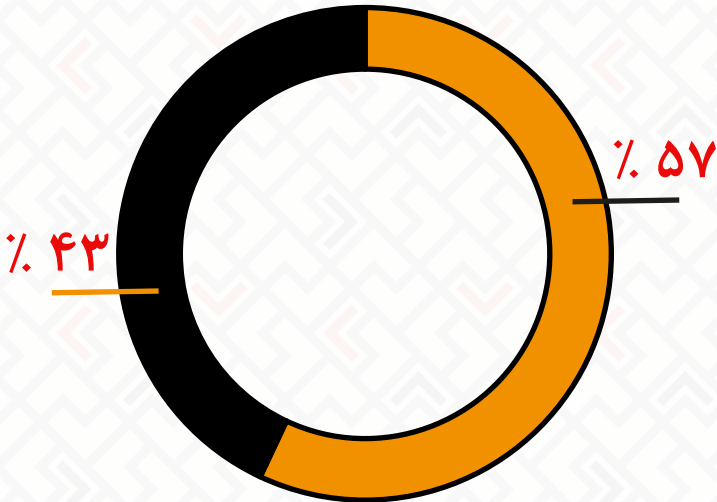
بازیکنان کنسولی برخط به تفکیک جنسیت



میزان علاقه به تماشای محتوای بازی کردن دیگران در بازیکنان کنسولی

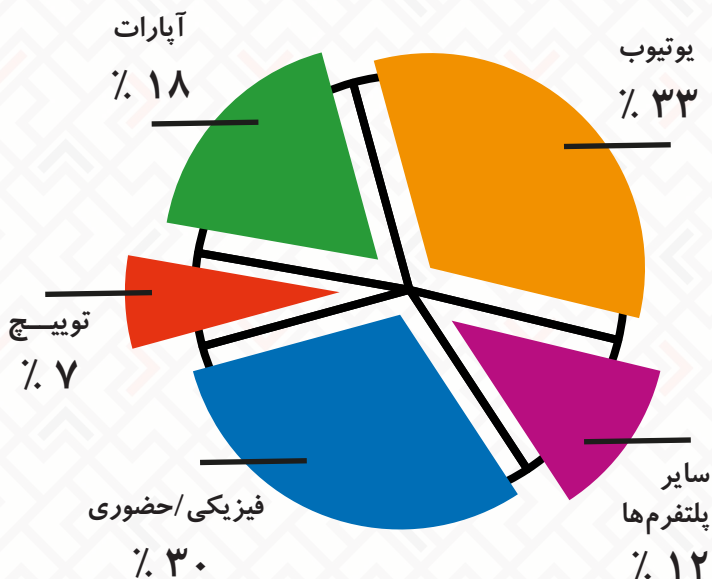
بررسی میزان علاقه به تماشای محتوای بازی کردن دیگران در بین بازیکنان کنسولی نشان می‌دهد که ۵۷ درصد از بازیکنان علاقه‌مند به تماشای بازی دیگران هستند.

خیر ■
بله ■



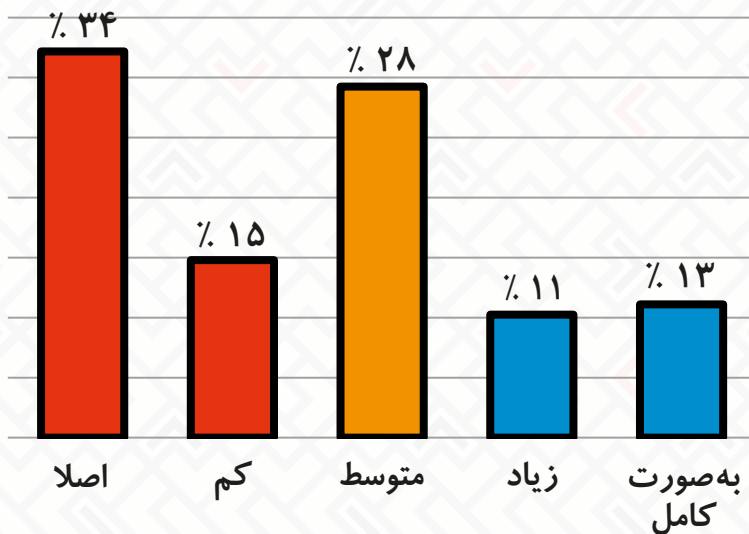
روش تماشای بازی دیگران در بازیکنان کنسولی

بررسی روش تماشای بازی در بازیکنان کنسولی نشان می‌دهد که یوتیوب مهم‌ترین ابزار تماشای بازی در بین بازیکنان کنسولی بوده است و ۳۳ درصد را به خود اختصاص داده است. همچنین بالغ بر ۳۰ درصد از بازیکنان به صورت فیزیکی و حضوری به تماشای بازی دیگران پرداخته‌اند.



میزان توجه بازیکنان کنسولی به نظام رده‌بندی سنی

بررسی میزان توجه بازیکنان کنسولی به نظام رده‌بندی سنی در مجموع نشان می‌دهد که تنها ۲۳ درصد از بازیکنان کنسولی تا حد زیادی به این موضوع توجه دارند و بالغ بر ۴۹ درصد از بازیکنان در این زمینه بی‌توجه یا کم‌توجه هستند.



وضعیت هزینه‌کرد در بین بازیکنان کنسولی

در سال ۱۴۰۰ بازیکنان کنسول ۱۶۴۴ میلیارد تومان برای خرید نرم افزار (بازی) هزینه کرده‌اند.
این عدد حدود ۶۳ درصد کل هزینه‌کرد برای نرم‌افزار بازی در سال ۱۴۰۰ را شامل می‌شود. از این مبلغ ۳/۸ میلیارد تومان سهم بازی‌های کنسولی بومی (بازی‌های توسعه‌یافته یا بومی‌سازی‌شده توسط شرکت‌های داخلی) بوده است. ۳۲ درصد بازیکنان کنسولی در این پلتفرم در سال ۱۴۰۰ خریدار هستند و ۴۵ درصد آنها لوازم جانبی خریداری کرده‌اند و ۶۸ درصد بازیکنان در سال ۱۴۰۰ برای خرید بازی (نسخه فیزیکی یا آنلاین، خرید اکانت) و ... هزینه کرده‌اند.



در بین بازیکنان کنسولی

بالغ بر ۳۲ درصد از بازیکنان خریدار هستند

در کل بازیکنان ایرانی

بالغ بر ۲۳ درصد از بازیکنان خریدار هستند

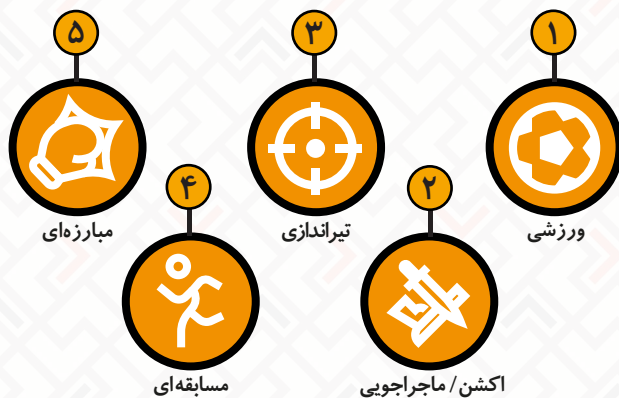


شخصیت‌های موردعلاقه بازیکنان کنسولی

- ۱ رونالدو 
- ۲ لیونل مسی 
- ۳ گوست 
- ۴ کریتوس 
- ۵ مایکل 
- ۶ سی جی 
- ۷ مرد عنکبوتی 
- ۸ کراش 
- ۹ آرتور مورگان 
- ۱۰ فرانکلین 



سبک‌های موردعلاقه بازیکنان کنسولی



بازی‌های موردعلاقه بازیکنان کنسولی



کنسول‌های بازی‌های رایانه‌ای محصولات مبتنی بر فناوری و رایانش هستند و جنبه فناورانه بودن از آن‌ها جدایی‌ناپذیر است. این مسئله منجر می‌شود که و فور یا کمبود یک قطعه الکترونیکی خاص نظیر نیمه‌هادی‌ها، زمینه‌ساز روندهای مختلف، نظیر روی آوردن به یک نوع از سبک بازی یا پلتفرم شود که این امر در تحلیل‌های رفتار مخاطبان بازی قابل توجه و بررسی است. با وجود این، کنسول بازی‌های رایانه‌ای نباید تنها به‌عنوان مصنوعي که جنبه‌های فناورانه و بازیگوشانه زندگی مردمان را نشان می‌دهد در نظر گرفته شود، بلکه این محصول نقطه روشنی را بیان می‌کند که در سیر حرکت و تحول خود بر ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و شیوه زیست انسان معاصر نوری می‌تاباند.

نوجوانانی که در دوران طفولیت کنسول‌های بازی، با انداختن سکه درون دستگاه‌ها و به شکل دسته‌جمعی لحظات سرگرمی اجتماعی را برای خود می‌خریدند با گذشت زمان تبدیل به مخاطبانی شدند که تجربه تنها بازی کردن با کنسول بازی یا رایانه شخصی در خلوت خود را به هر سرگرمی دیگری ترجیح می‌دادند. در سال‌های اخیر روندهای جدیدی ایجاد شدند تا بازی کردن را به تجربه‌ای سالم و دسته‌جمعی تبدیل کنند که در آن افراد به فضاهای عمومی مجازی و فیزیکی وارد شوند و در کنار یکدیگر و با بهره‌گرفتن از توانایی‌های مختلف خود بازی کنند. بارش و پیشرفت بستر وب، سک‌وهای مجازی زمینه‌ساز دوره‌می بازیکنان شدند و از

رو به جلو

استریمینگ تا توسعه بازی‌های پرهزینه به شکل آنلاین، مخاطبان را به شیوه‌ای متناسب با نیاز آن‌ها به تجربه بازی دعوت کردند؛ بنابراین می‌توان گفت که رشد نرخ بازی‌کردن از دلایلی نظیر دسترسی بهتر به سخت‌افزار، ممکن شدن روش‌های پرداخت محلی، رشد جمعیت آنلاین و بیشتر شدن تعداد بازیکنان طبقه متوسط ناشی می‌شود.

از سوی دیگر در سال‌های گذشته ظهور پاندمی کرونا، شکل‌دهنده شیوه‌های جدیدی از برخورد انسان با فناوری و مصنوعات مبتنی بر آن بوده است. افراد زیادی با از دست دادن مدرسه‌ها، دانشگاه‌ها، محل کار و محافل دوستانه خود، محصولات دیجیتال و بستر وب را به‌عنوان بهترین راه‌حل خود برای حفظ ارتباط اجتماعی و درآمدزایی برگزیدند و در این راستا شاهد رشد زیاد تولید محصولات و روی‌آوری مخاطب به سمت بازی‌های ویدئویی بودیم. هرچند که با گذر از این پاندمی و گشوده شدن مرزهای اجتماعی، مخاطبان اقبال کمتری به فضای مجازی داشتند اما روند روبه‌رشد بازیکنان در چند ماه اخیر نویدبخش رونق دوباره در صنعت بازی‌سازی است. اخیراً بازی‌های مبتنی بر سرویس لایو یا زنده، بر بازار بازی‌ها تسلط یافته‌اند و در حال جذب مخاطبان گسترده هستند.

عرضه برخط بازی‌های دیجیتال به توسعه‌دهندگان اجازه می‌دهد تا بتوانند از بازی‌ها پس از زمان عرضه آن‌ها به‌خوبی پشتیبانی کنند، اما این مسئله نیز با انتظار مداوم مخاطب برای پشتیبانی و افزودن محتوا همراه است؛ بنابراین باید توجه داشت که رشد پیوسته‌ای که در این بازارهای نوظهور دیده می‌شود ناشی از این امر است که افراد بیشتری می‌توانند بازی‌های رایانه شخصی و کنسول را بازی کنند، نه اینکه لزوماً عناوین بازی جدیدی عرضه شده باشند. به نظر می‌رسد که در سطح جهانی، بازسازی و توسعه همان عناوین قبلی بازی که طرفداران خود را پیدا کرده‌اند، راه‌حل تسکین‌بخش کمپانی‌های بزرگ برای گذر از چالش‌های گذشته است.

در کشور ما ایران، بازی‌سازی و بازی کردن با چالش‌های اقتصادی و فرهنگی مختلفی همچنان دست‌به‌گریبان است. به نظر می‌رسد که توسعه‌دهندگان ایرانی، کنسول‌ها را تا آینده‌ای نه‌چندان نزدیک به‌عنوان سکوی مورد هدف خود انتخاب نخواهند کرد و از سوی دیگر با رشد هزینه‌های دلاری برای خرید بازی‌ها، مخاطب نیز از تهیه و تجربه بسیاری از عناوین جدید بازمی‌ماند. تهیه سرویس‌های مبتنی بر اشتراک و روی آوردن به پلتفرم‌های استریمینگ می‌تواند جایگزینی برای این مسئله از سمت مخاطب باشد.

بررسی میانگین سنی بازیکنان کنسولی در سال‌های اخیر بیانگر افزایش این عدد از سن ۱۷ سال در سال ۱۳۹۴ به سن ۲۴ سال در نتایج آخرین

رو به جلو

پیمایش ۱۴۰۰ است که این خود نشان‌دهنده جدی‌تر شدن نقش سرگرمی در زندگی اجتماعی جوانان ایرانی است. در حالی که تصور می‌شود که بازیکنان سخت‌کوش در امر بازی‌کردن بیشتر مردانی هستند که کنسول را به‌عنوان پلتفرم اصلی انتخاب می‌کنند و تصور می‌شود زنان بیشتر به بازی کژوال موبایلی علاقه‌مند هستند، از طرفی اقبال بازیکنان زن به‌سوی کنسول‌های بازی و بازی‌کردن حرفه‌ای در حال گسترش است.



منابع

- <https://www.statista.com>
- <https://www.anzu.io>
- <https://www.vintageisthenewold.com>
- <https://www.thomasnet.com>
- <https://www.investorsobserver.com>
- <https://www.investorsobserver.com>
- <https://www.business.yougov.com>
- <https://www.howard-bison.com>

همکاران این گزارش



ریحانه رفیع زاده
کارشناس صنعت و دانشگاه

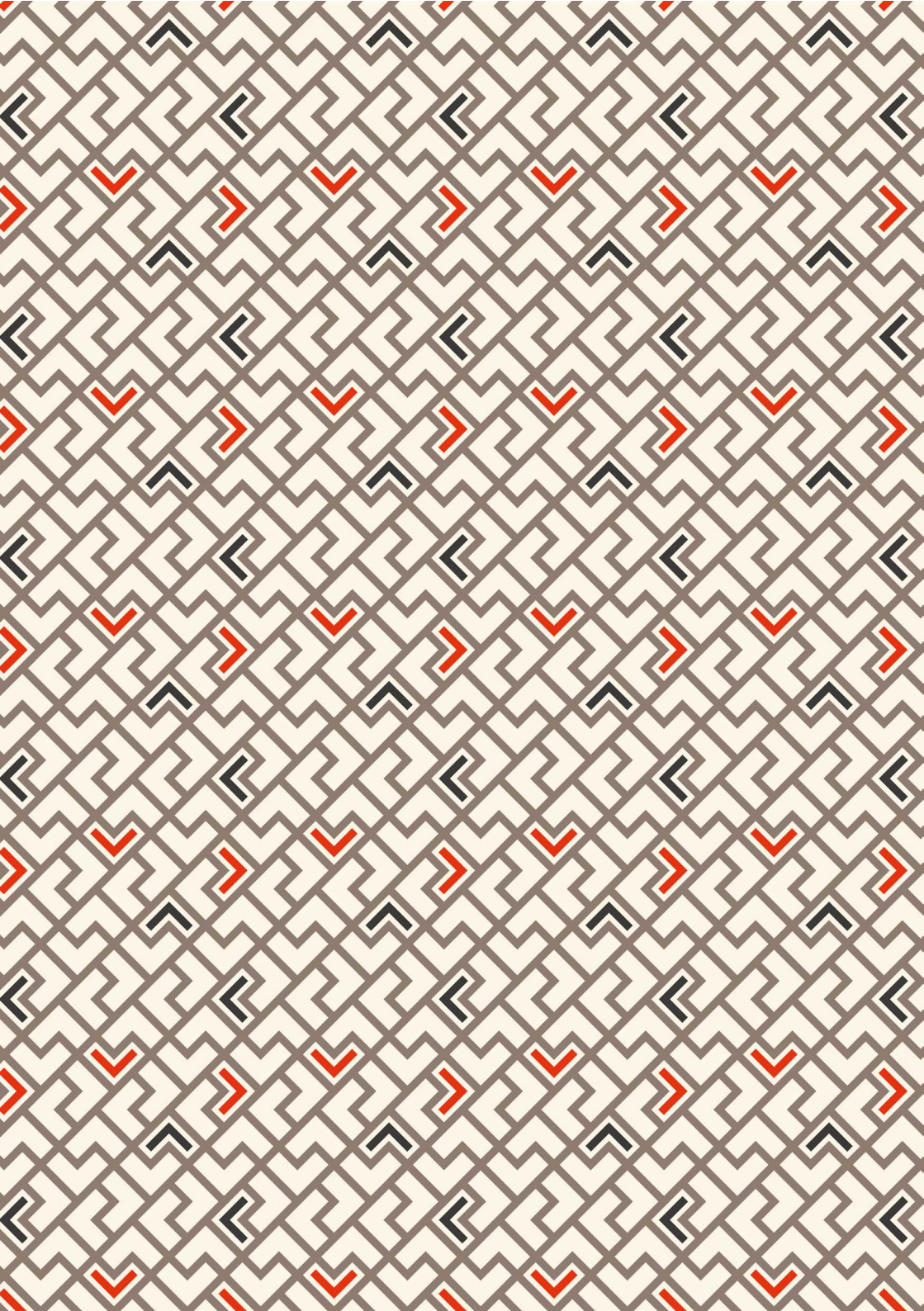


فرزانه شریفی
ناظر و سرپرست پروژه



مهشید شهیدی
نگارش، تحلیل و تنظیم گزارش





دانش هدایتگر تفاوتهاست



DIREC
Digital games Research Center

