



حقایقی ضروری



در رابطه با صنعت بازی‌های ویدیویی
ایالات متحده آمریکا

درصد موافقان_درمیان کل بزرگسالان
بالای ۱۸ سال (بازیکنان و غیربازیکنان)

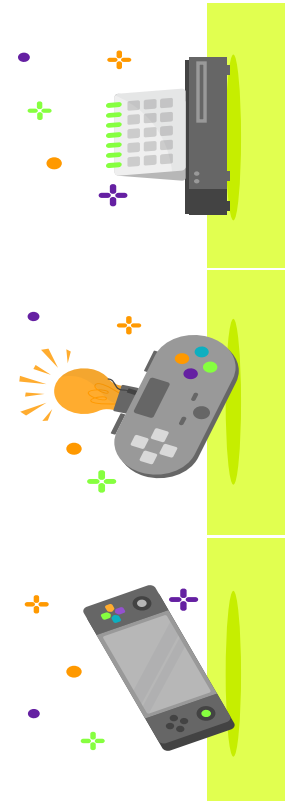
2025



فهرست



۵	پیش گفتار
۷	همه بازی می کنند
۱۰	ادراک و گرایش
۱۳	رفتار و پسند بازیکنان
۱۹	بازی، ورزش و سرگرمی
۲۱	انجمن های بازی
۲۷	خانواده ها و بازی ویدیویی
۳۳	بازی ویدیویی و دسترسی
۳۷	رویه های هزینه کرد
۴۱	روش شناسی



پیش گفتار

بازی‌های ویدیویی جایگاه خود را به‌عنوان محبوب‌ترین شکل سرگرمی در امریکا تثبیت کرده‌اند. همانطور که در —رور این گزارش می‌بینید، در حال حاضر ۲۰۵.۱ میلیون آمریکایی به‌صورت منظم بازی می‌کنند. امروزه بازیکنان بازی‌های ویدیویی بازتابی از همه جامعه آمریکایی هستند و همه قشرهای جامعه را دربر می‌گیرند. سوال تعیین کننده در حال حاضر دیگر این نیست که «آیا بازی ویدیویی انجام می‌دهی» بلکه این سوال است که «چه بازی‌های ویدیویی انجام می‌دهی؟».

بازی‌های ویدیویی که مدت زیادی تنها به عنوان سرگرمی و بازی کودکان در نظر گرفته می‌شد، حالا تقریباً در میان نسل آلفا (متولدین ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۴) محبوبیتی جهانی دارد، تعجب‌آور نیست که ۸۳ درصد از کودکان ۵ تا ۱۲ سال می‌گویند بازی ویدیویی انجام می‌دهند. آگاهی‌بخش‌ترین آمار برای من زمانی است که به آمار نسل‌های قبلی توجه می‌کنم. بیش از نیمی از نسل ایکس (متولدین ۱۹۶۵ تا ۱۹۸۰) هر هفته بازی می‌کنند، این در حالی است که ۴۹ درصد از متولدین ۱۹۴۶ تا ۱۹۶۴ نیز هر هفته بازی می‌کنند. حتی بیش از یک سوم از نسل ۸۰ سال به بالاها نیز هر هفته بازی‌های ویدیویی می‌کنند. ما شاید بازی کردن را از بچگی آغاز کنیم اما این موضوع برای بیشتر ما تا آخر عمر ماندگار می‌شود.

بازی‌های ویدیویی همچنان عاملی برای جمع کردن خانواده‌ها دور هم است و نوعی تجربه سرگرمی معنادار برای آنان محسوب می‌شود. ۸۲ درصد از والدینی که گیم‌رند درواقع با فرزندانش بازی ویدیویی انجام می‌دهند و بیش از ۲.۳ از آن‌ها نیز معتقدند که بازی‌های ویدیویی در نسبت با فضای مجازی مزایای بیشتری دارند.

امسال، برای اولین بار از گیم‌رها پرسیدیم که به نظر شما چطور بازی‌های ویدیویی با دیگر شکل‌های سرگرمی ارتباط دارند. ما متوجه شدیم که وقتی موضوع به طور مثال در رابطه با ورزش است، ۸۷ درصد از بازیکنان معتقدند نسخه بازی‌های ویدیویی یک ورزش، عملکرد آنان را در زندگی واقعی نیز افزایش می‌دهد. جوانان از بازی‌های ویدیویی برای پیدا کردن فیلم‌ها و سریال‌های جدید استفاده می‌کنند و حتی برای با خبردار شدن از هنرمندان جدید عرصه موسیقی نیز بازی‌های ویدیویی یک انتخاب هستند. با توجه به داستان‌های غنی و الهام‌بخش بسیاری از بازی‌های ویدیویی، تعجب ندارد که مالکیت معنوی بازی‌ها مشوق بسیاری از فیلم‌های سینمایی پرفروش و سریال‌های تحسین شده باشند یا اینکه پلتفرم‌های بازی‌های ویدیویی محلی برای اجرای کنسرت‌ها و انتشار موسیقی‌های جدید می‌شوند. برای دهه‌ها، صنعت ما مرزهای سرگرمی را جابه‌جا کرده است و اکنون در حال فراتر رفتن از محدوده سرگرمی است. از الهام‌بخشی به فیلم‌های سینمایی، موسیقی و تلویزیون گرفته تا تغییر ورزش‌ها، کلاس‌های درسی و مطب پزشکان، بازی‌های ویدیویی این ظرفیت را دارند که موج بعدی نوآوری در آمریکا را رقم زنند و در عین حال همچنان شادی را به میان آورند و خاطرات ماندگاری سازند.



رئیس و مدیرعامل انجمن نرم‌افزارهای سرگرمی آمریکا

Stanley Pierre-Louis





همه بازی می کنند



بازی های ویدیویی سرگرمی مورد علاقه آمریکایی ها

۲۰۵.۱
میلیون

نفر از آمریکایی های ۵ تا ۹۰ سال
بازی های ویدیویی انجام می دهند

از جمعیت آمریکا اعلام کرده اند که حداقل یک ساعت در هفته
بازی ویدیویی انجام می دهند

۶۴٪





بازیکنان نماینده تمام اقشار جامعه هستند

جنسیت بازیکنان



مردان زنان

سفیدپوستان



اسپانیایی‌ها



سیاه‌پوستان



آلاسکایی‌ها



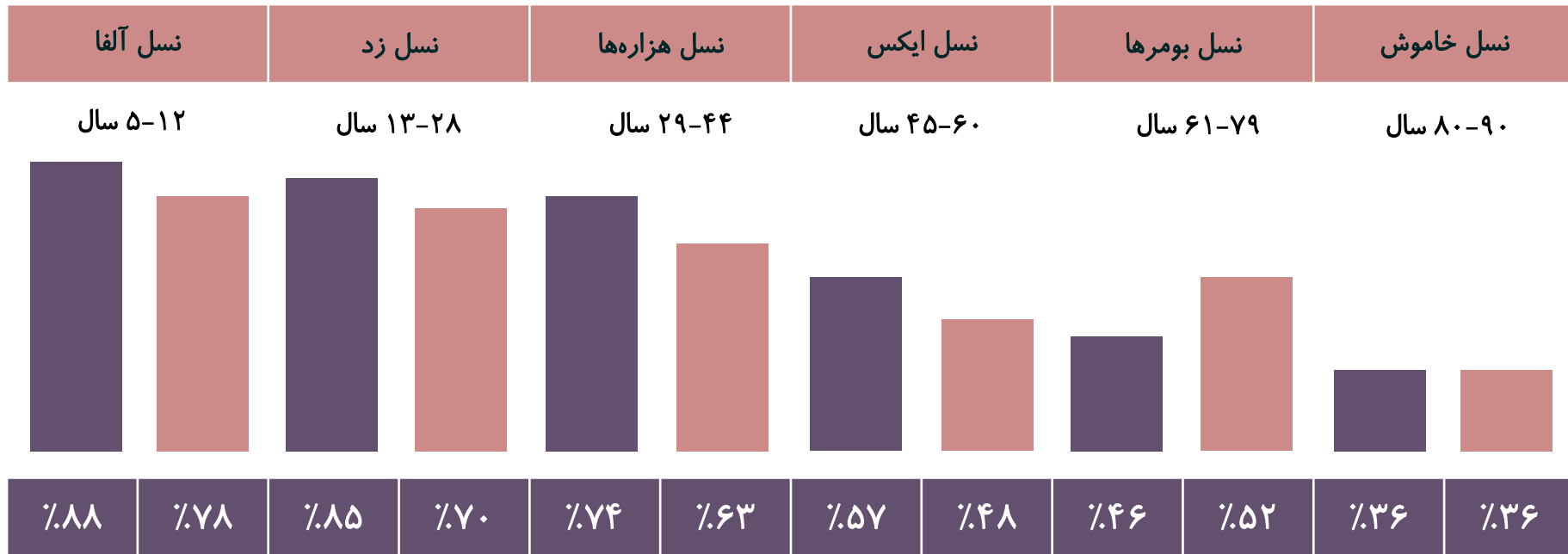
جزیره‌نشین‌ها





آمارهای آمریکایی‌هایی که ۱ ساعت در هفته بازی می‌کنند،

نسل به نسل همه پلتفرم‌ها





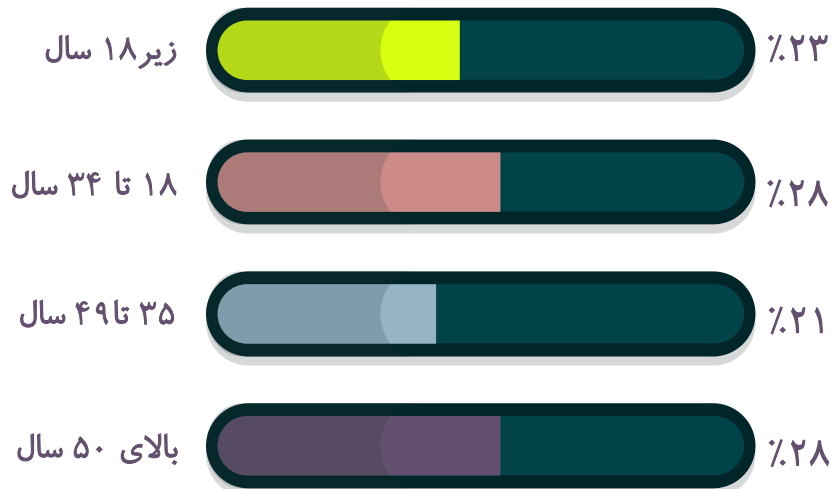
بچه‌ها و آن‌هایی که هنوز کودک درونشان زنده است

عاشق انجام بازی‌های ویدیویی هستند



سن بازیکنان

در میان همه بازیکنان ۹ تا ۵۰ ساله



به طور میانگین بازیکنان ۱۸ سال است که بازی می‌کنند

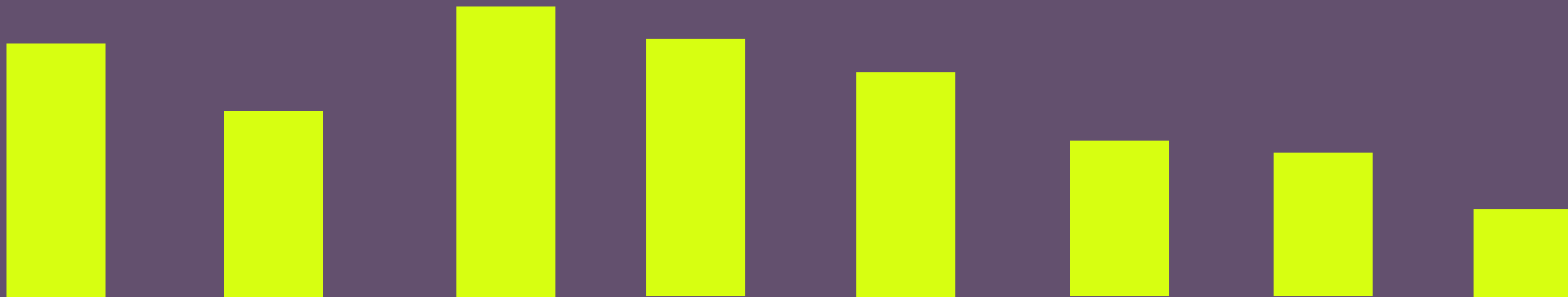


میانگین سنی بازیکنان



درصد آمریکایی‌هایی که ۱ ساعت در هفته بازی می‌کنند در هر پلتفرمی

بچه‌ها (۵ تا ۱۷ سال)	بزرگسالان (۱۸ تا ۹۰ سال)	نسل آلفا (۵ تا ۱۲ سال)	نسل زد (۱۳ تا ۲۸ سال)	نسل هزاره (۲۹ تا ۴۴ سال)	نسل ایکس (۴۵ تا ۶۰ سال)	نسل بومرها (۶۱ تا ۷۵ سال)	نسل خاموش (۸۰ تا ۹۰ سال)
-------------------------	-----------------------------	---------------------------	--------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	-----------------------------



۸۴٪	۶۰٪	۸۳٪	۷۸٪	۶۸٪	۵۲٪	۴۹٪	۳۶٪
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

۴۶.۴ میلیون

۱۵۸.۶ میلیون

۲۷.۴ میلیون

۵۹.۲ میلیون

۴۷.۹ میلیون

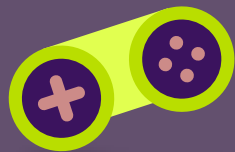
۳۵.۴ میلیون

۳۱.۵ میلیون

۳.۷ میلیون



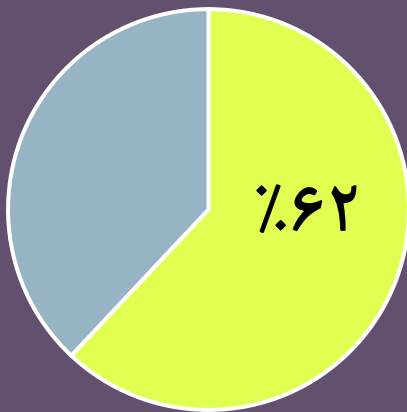
دو دلیل اصلی که آمریکایی‌ها بازی می‌کنند، برای آرامش و تفریح است،
در حالی که نسل‌های قدیمی همچنان برای تقویت ذهنشان بازی می‌کنند



انگیزه‌های انجام بازی‌های ویدیویی در میان همه بازیکنان ۱۸ سال به بالا



برای گذشت زمان و آرامش



برای تفریح



برای استفاده فعالانه از ذهن



دو دلیل اصلی که آمریکایی‌ها بازی می‌کنند، برای آرامش و تفریح است،
در حالی که نسل‌های قدیمی همچنان برای تقویت ذهنشان بازی می‌کنند

انگیزه‌های انجام بازی‌های ویدیویی در میان همه بازیکنان ۱۸ سال به بالا

نسل زد	۶۱٪
نسل هزاره	۶۳٪
نسل ایکس	۷۵٪
نسل بومر	۷۷٪

مرد	۶۷٪
زن	۷۰٪

نسل زد	۶۹٪
نسل هزاره	۶۶٪
نسل ایکس	۶۱٪
نسل بومر	۵۱٪

مرد	۶۶٪
زن	۵۷٪

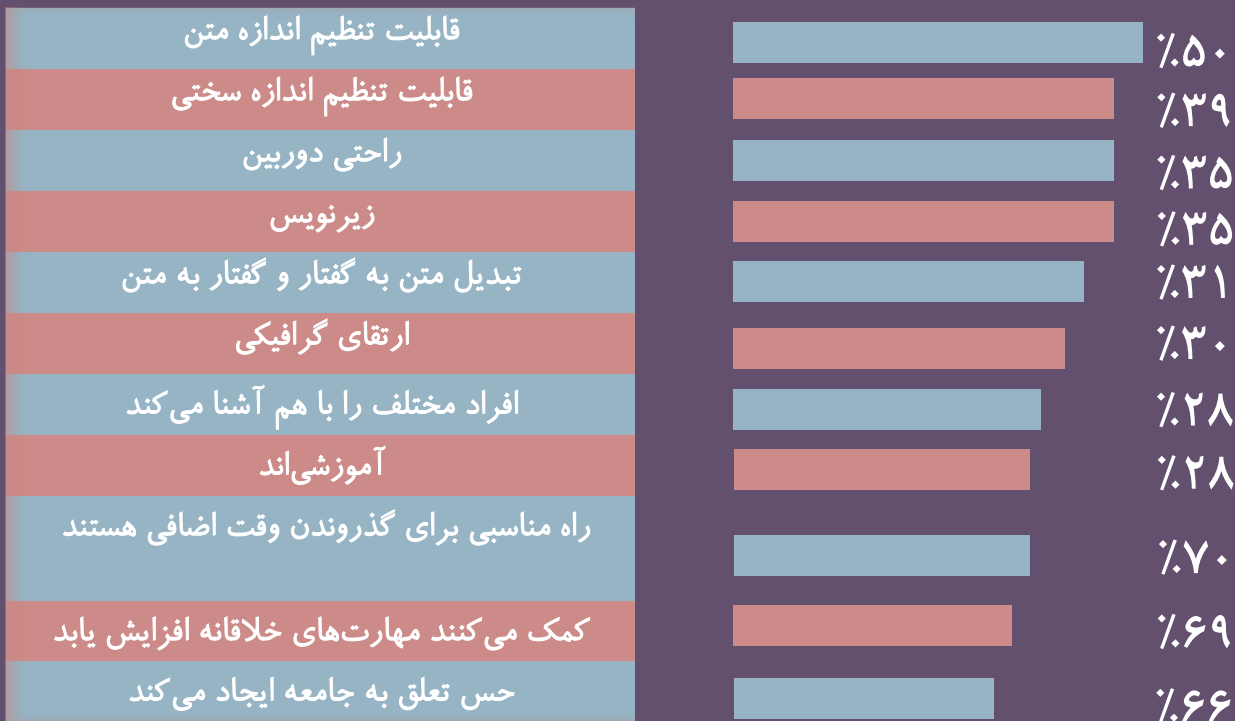
نسل زد	۲۱٪
نسل هزاره	۲۲٪
نسل ایکس	۴۰٪
نسل بومر	۶۵٪

مرد	۲۹٪
زن	۴۳٪



ادراک و گرایش بازیکنان

بازی‌ها سرگرم‌کننده هستند و در عین حال به سلامت روانی، اجتماعی و عاطفی نیز کمک می‌کنند





بزرگسالان آمریکایی موافقت می‌کنند که ...

درصد موافقت - در میان
کل بزرگسالان بالای ۱۸
سال، بازیکنان و غیر بازیکنان

نسل زد	نسل هزاره	نسل ایکس	نسل بومر
۹۰٪	۸۷٪	۸۴٪	۷۶٪
۸۶٪	۸۱٪	۸۱٪	۷۹٪
۸۷٪	۸۴٪	۸۱٪	۷۵٪
۸۸٪	۸۲٪	۷۷٪	۷۱٪
۸۲٪	۷۷٪	۷۶٪	۷۶٪
۸۶٪	۸۲٪	۷۵٪	۶۴٪
۸۷٪	۷۹٪	۶۸٪	۵۶٪
۸۰٪	۷۳٪	۶۹٪	۶۱٪
۸۶٪	۷۴٪	۶۴٪	۶۰٪
۸۵٪	۷۶٪	۶۳٪	۵۷٪
۸۴٪	۷۷٪	۶۴٪	۴۷٪



ادراک و گرایش بازیکنان

بزرگسالان آمریکایی موافقت می‌کنند که بازی‌های ویدیویی می‌تواند به آموزش ...

درصد موافقت، در میان کل بزرگسالان بالای ۱۸ سال بازیکنان و غیر بازیکنان



مهارت‌های حل مسئله

۷۸٪

کار تیمی

۶۹٪

سازگاری

۶۰٪

مهارت‌های علمی، فنی، هنری و تکنولوژی

۵۷٪

مهارت‌های ارتباطی

۵۳٪

نگرش‌های فراگیر نسبت به گروه‌های
مختلف مردم

۵۱٪

مهارت‌های حل تعارض

۴۹٪

مهارت‌های رهبری

۴۸٪



رفتار و پسند بازیکنان

◊ نسل‌های مختلف چی بازی می‌کنند

+ ۳ ژانر برتر که بازیکنان بالای ۸ سال به طور متداول انجام می‌دهند

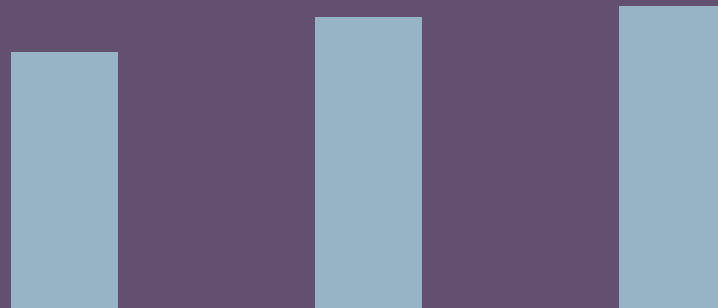
◯ با تنوع بالای گزینه‌ها، بازی‌های بی‌شمار و دستگاه‌های مختلف

▶ برای هر سلیقه‌ای یک بازی ویدیویی وجود دارد



نسل زد

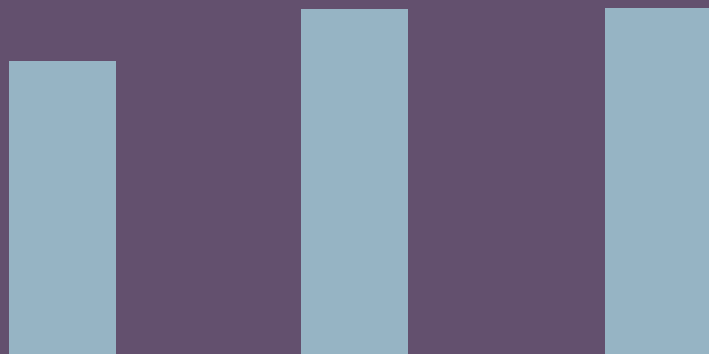
تیراندازی	اکشن	تفنی
-----------	------	------



۵۸٪	۵۶٪	۵۳٪
-----	-----	-----

نسل آلفا

تفنی	پازل	اکشن
------	------	------

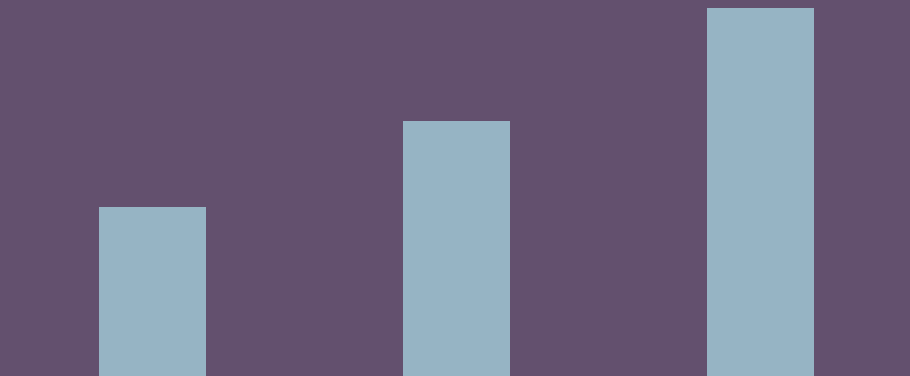


۶۷٪	۶۶٪	۶۲٪
-----	-----	-----



نسل ایکس

تفنی	شانسی	پازل
------	-------	------



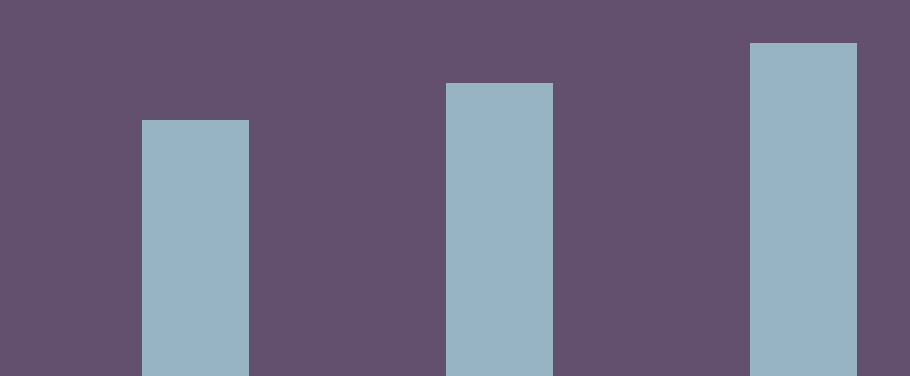
۳۷٪

۴۸٪

۷۰٪

نسل هزاره ها

تفنی	اکشن	پازل
------	------	------



۵۰٪

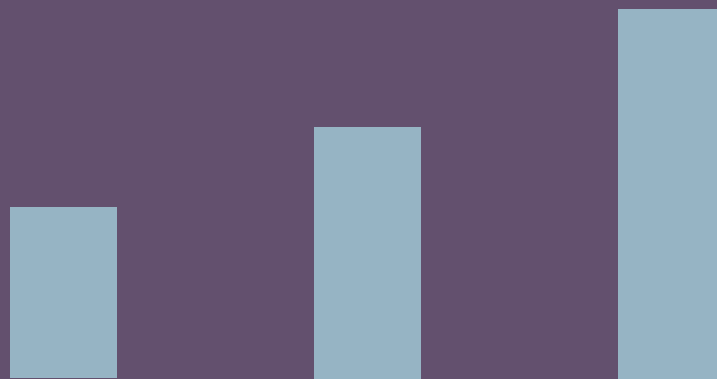
۵۴٪

۶۰٪

نسل بومرها

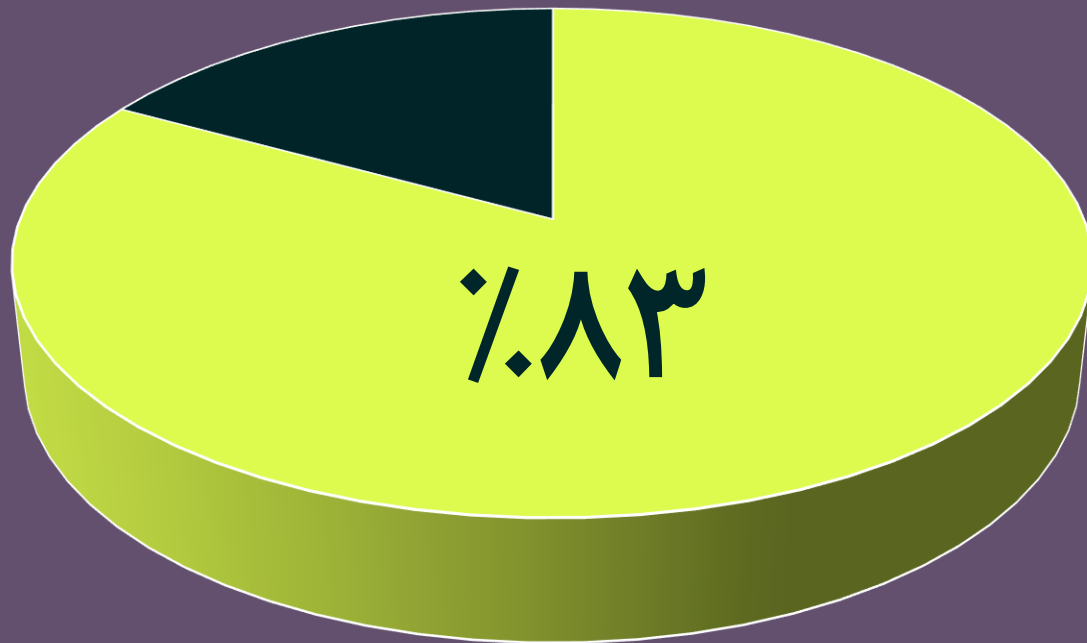


تفنی	شانسی	پازل
------	-------	------



۲۰٪	۵۵٪	۷۳٪
-----	-----	-----





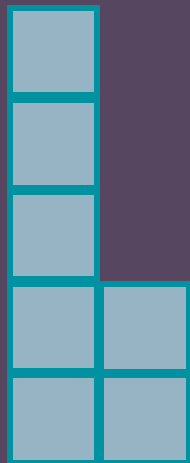
۸۳٪ از خانوارهای آمریکایی در ۱۲ ماه گذشته حداقل از یک دستگاه بازی ویدیویی استفاده کرده‌اند.



پلتفرم‌های بازی‌های ویدیویی مورد استفاده در میان خانواده‌ها

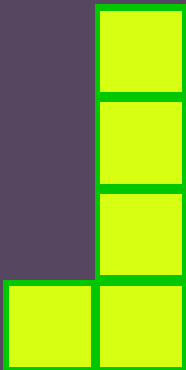
٪۷۸

موبایل



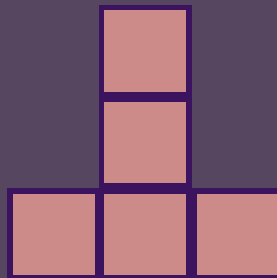
٪۵۴

رایانه



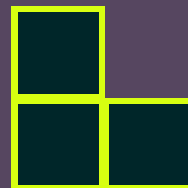
٪۴۲

کنسول



٪۱۲

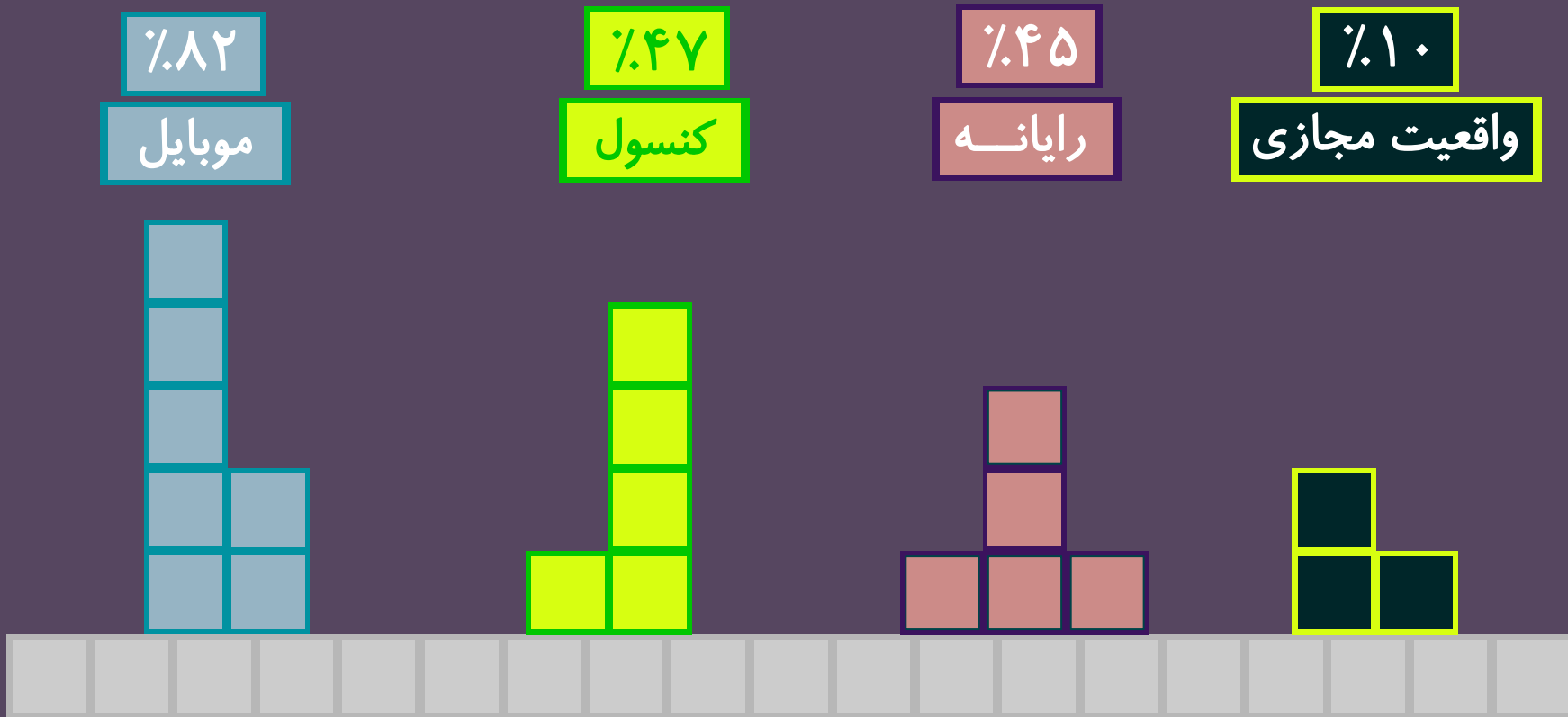
واقعیت مجازی



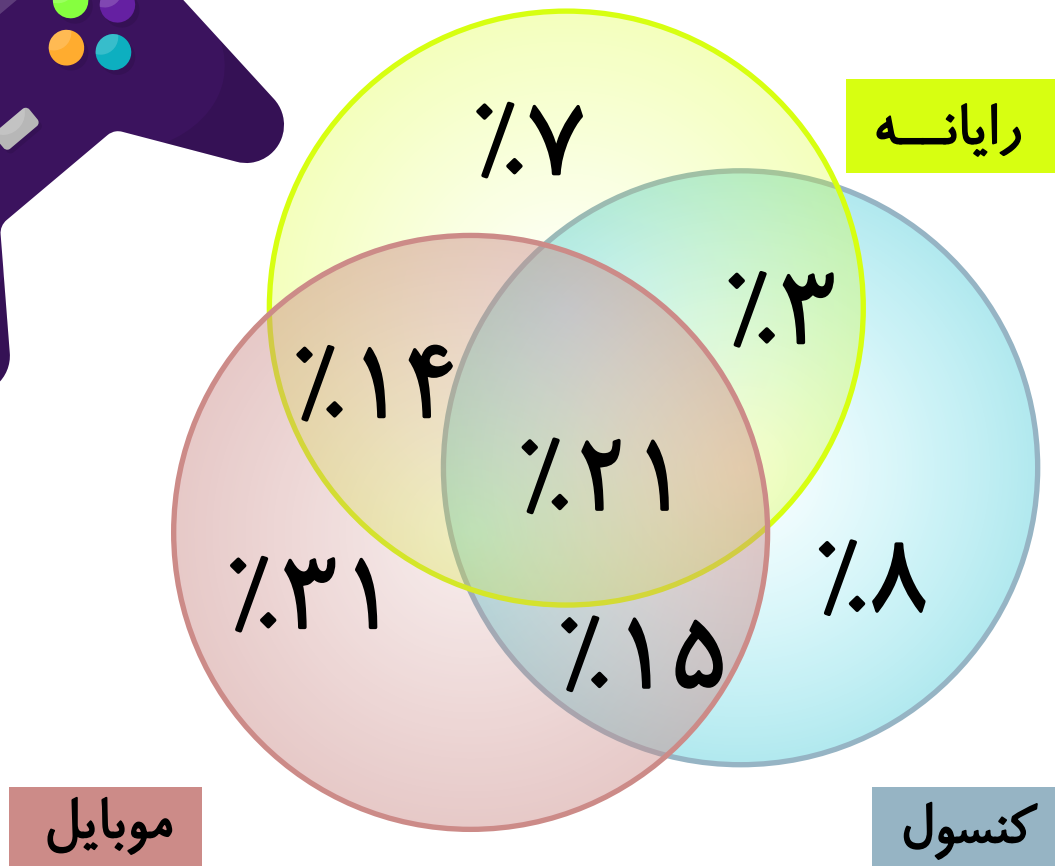


پلتفرم‌های بازی ویدیویی مورد استفاده در بین بازیکنان انفرادی

در میان بازیکنان بالای ۸ سال

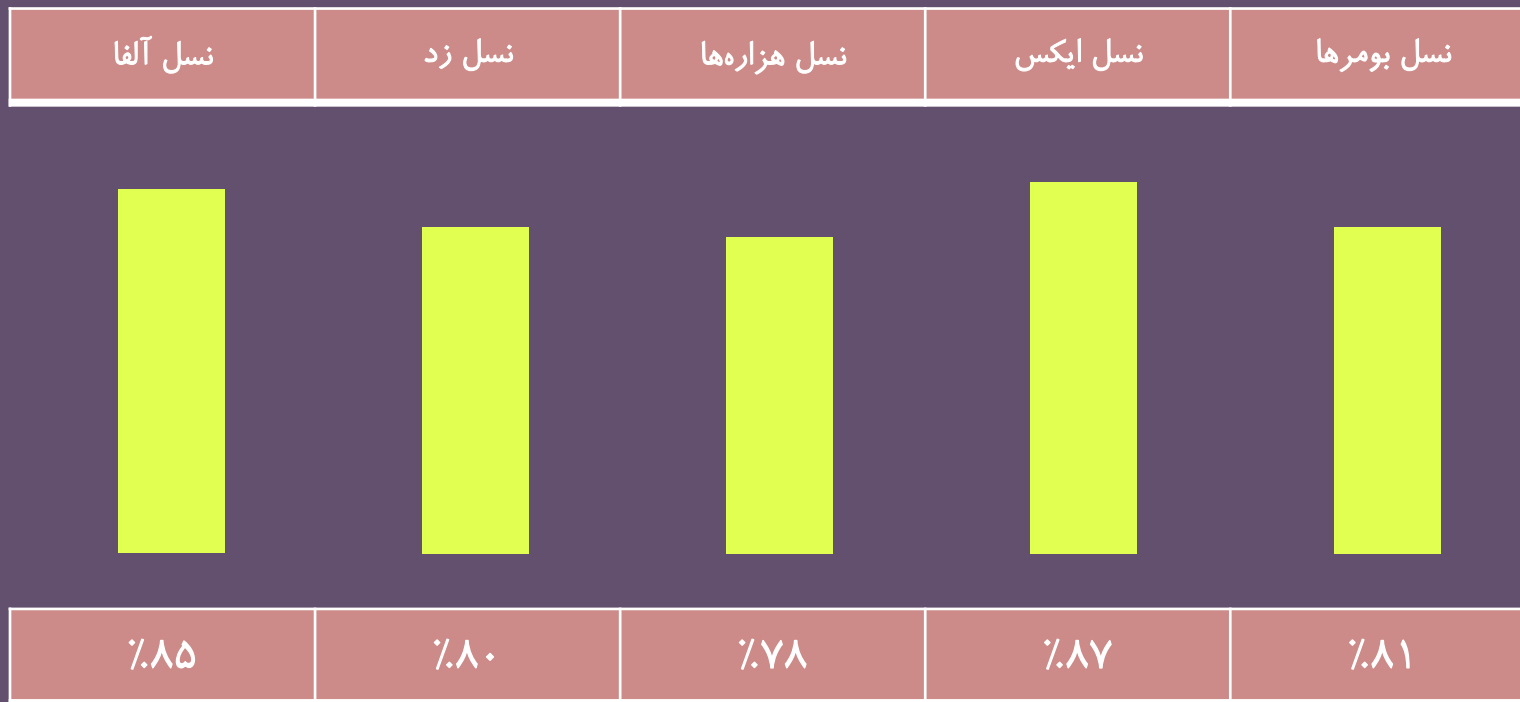


تقاطع پلتفرم‌ها در میان بازیکنان بالای ۸ سال

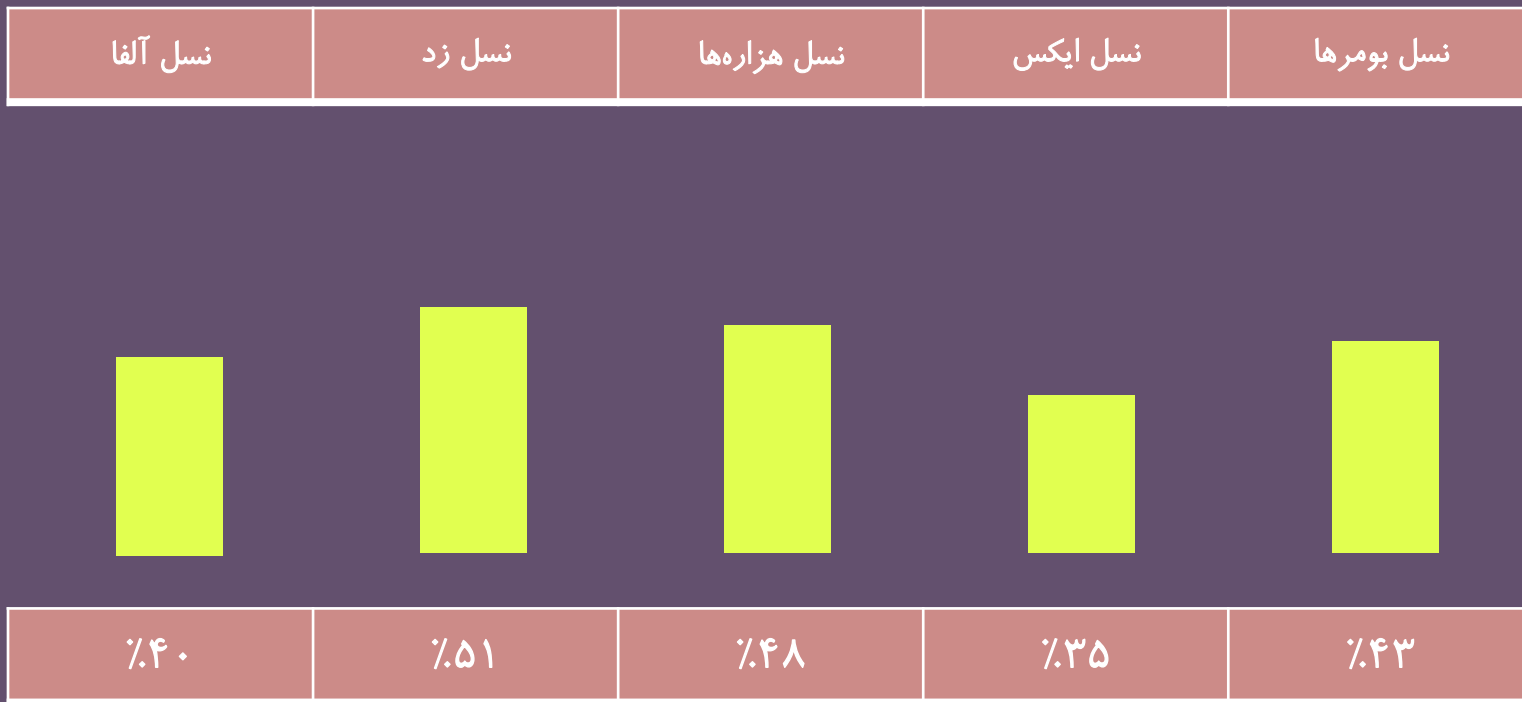




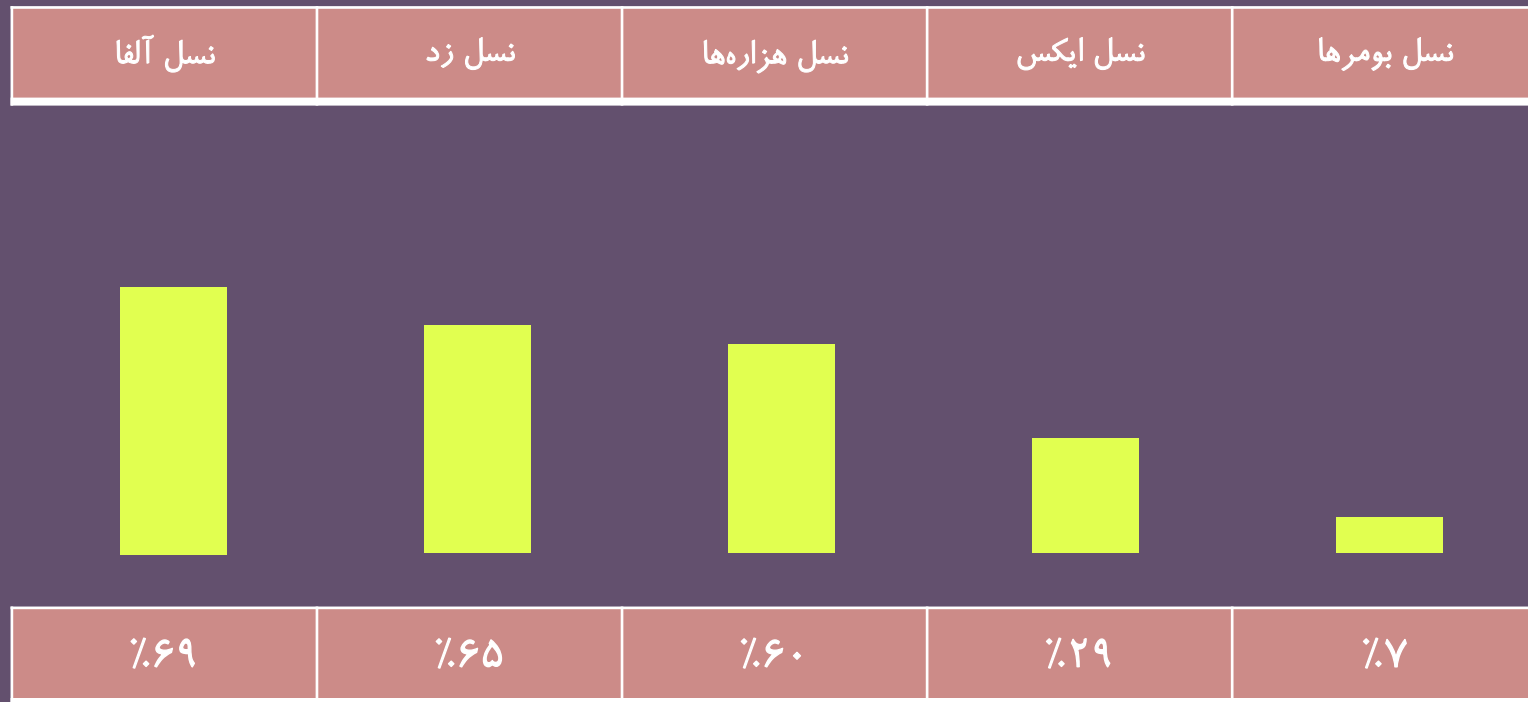
پلتفرم بازی‌های ویدیویی مورد استفاده نسل‌های مختلف در میان بازیکنان بالای ۸ سال



موبایل



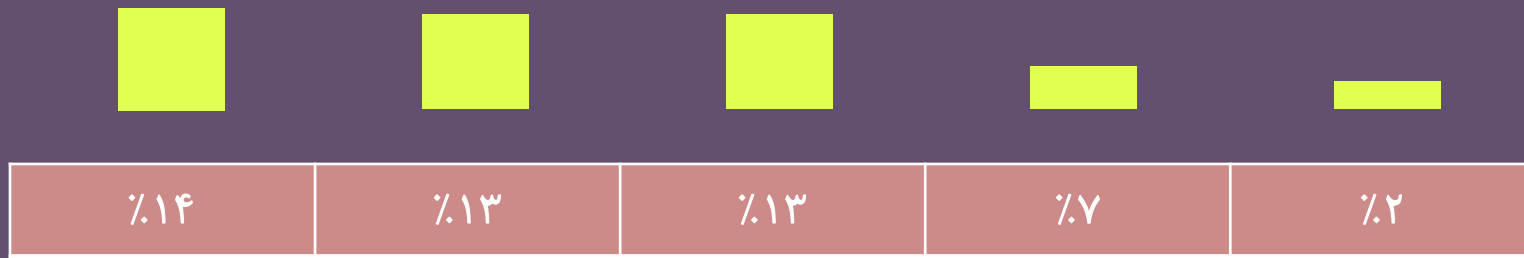
رایانه



کنسول



نسل بومرها	نسل ایکس	نسل هزاره‌ها	نسل زد	نسل آلفا
------------	----------	--------------	--------	----------

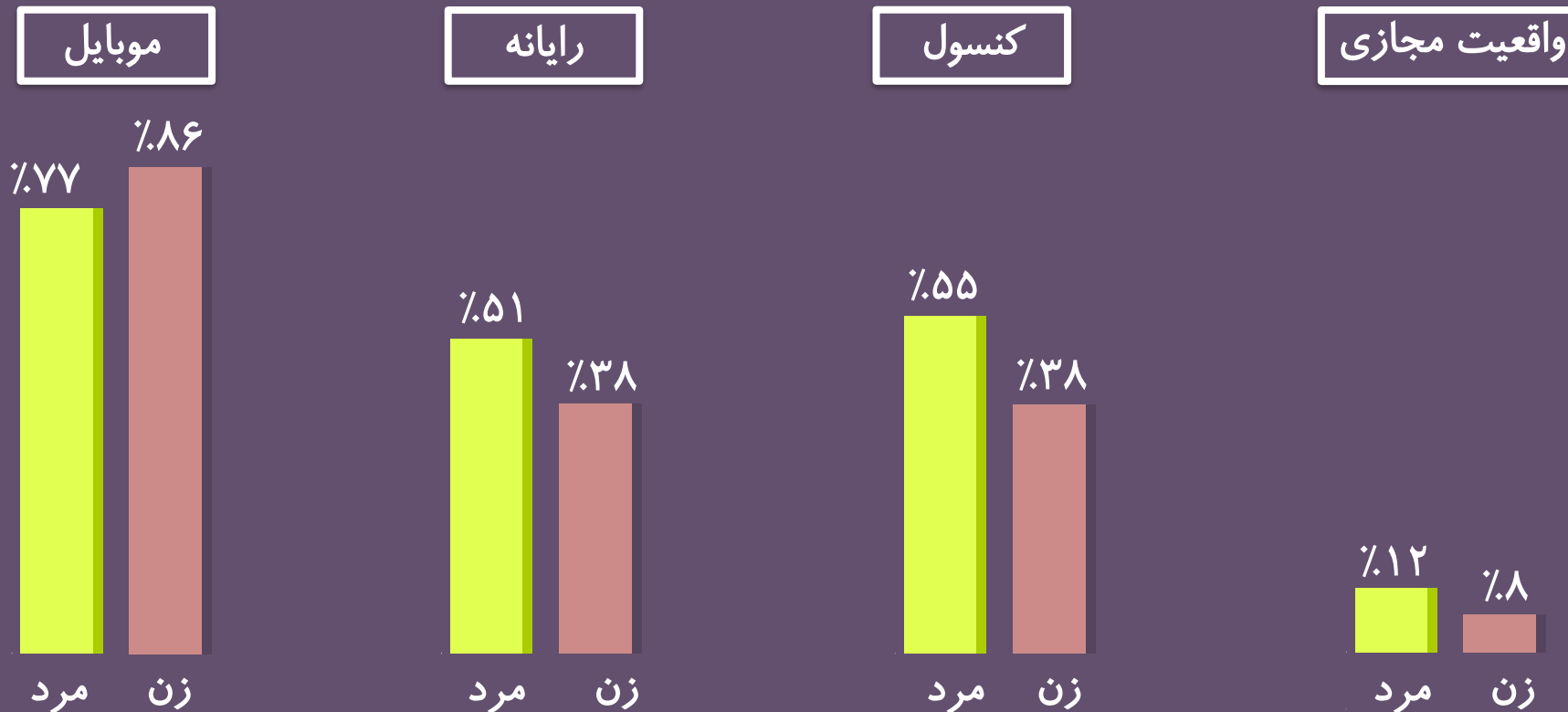


واقعیت مجازی



پلتفرم بازی‌های ویدیویی مورد استفاده براساس جنسیت

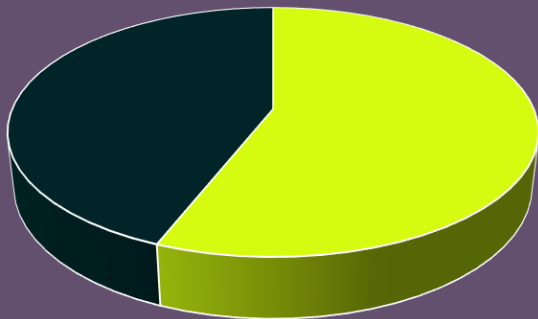
در میان بازیکنان بالای ۸ سال





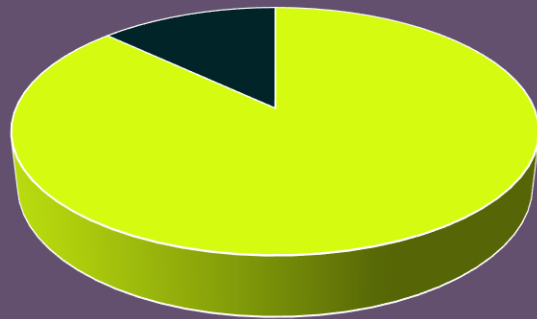
بازی، ورزش و سرگرمی

بردن بازی‌های ویدیویی به عرصه زندگی واقعی



۵۶٪

بازیکنان ۱۸ سال به بالا که در زندگی واقعی ورزش می‌کنند، نسخه ویدیویی همان ورزش را نیز بازی می‌کنند



۸۷٪

باور دارند که بازی کردن نسخه ویدیویی یک ورزش، عملکرد واقعی آن‌ها را بهبود می‌بخشد



نسل جوان از طریق بازی‌های ویدیویی با اشکال دیگری از سرگرمی آشنا می‌شوند

در میان بازیکنان بالای ۱۸ سال

بازی ویدیویی من را به هدایت کرد

نسل زد	نسل هزاره	نسل ایکس	نسل بومر
۳۹٪	۳۰٪	۱۳٪	۳٪
۲۸٪	۲۴٪	۱۱٪	۳٪
۲۸٪	۲۳٪	۱۱٪	۳٪

۲۲٪

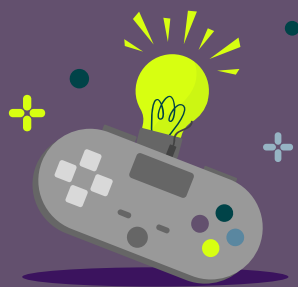
کشف یک آهنگ جدید

۱۷٪

پیدا کردن و تماشای یک برنامه
تلویزیونی یا فیلم به خاطر بازی
ویدیویی که به آن علاقمندم

۱۷٪

پیدا کردن یک بازی ویدیویی به
خاطر یک سریال تلویزیونی یا فیلمی
که تماشا کرده‌ام



انجمن‌های بازی

بازی‌ها با همراهی لذت بخش‌ترند

Sales



از کل بازیکنان (۸ تا ۹۰ ساله) تا به حال ۷۲ درصد با دیگران بازی‌های ویدیویی انجام داده‌اند آنلاین یا آفلاین

از بین همه بازیکنان (۸ تا ۹۰ ساله)

۵۵٪



از کل بازیکنان (۸ تا ۹۰ ساله) ۸۹ درصد بازی‌های ویدیویی آنلاین انجام داده‌اند (تنهایی یا با دیگران)

هر هفته با دیگران بازی‌های ویدیویی انجام می‌دهند



در زمینه حفظ ارتباط، بازیکنان...

در میان بازیکنان بزرگسال بالای ۱۸ سال

موافقت می‌کنند که بازی کردن می‌تواند افراد را با دوستان جدید آشنا کند

۷۸٪

می‌گویند افرادی را در بازی‌ها ملاقات کرده‌اند که در شرایط عادی هرگز نمی‌شناختند

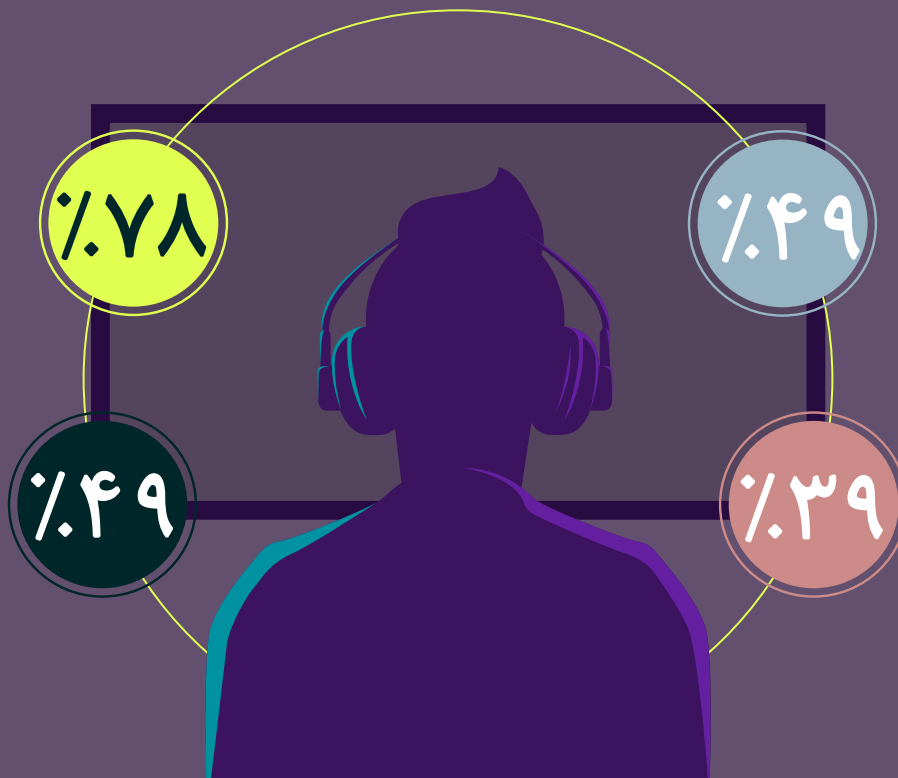
۴۹٪

می‌گویند بازی‌های ویدیویی به آنها کمک کرده ارتباط خود با دوستانشان را حفظ کنند

۴۹٪

می‌گویند یک دوست صمیمی، همسر یا شریک زندگی خود را از طریق بازی‌های ویدیویی پیدا کرده‌اند

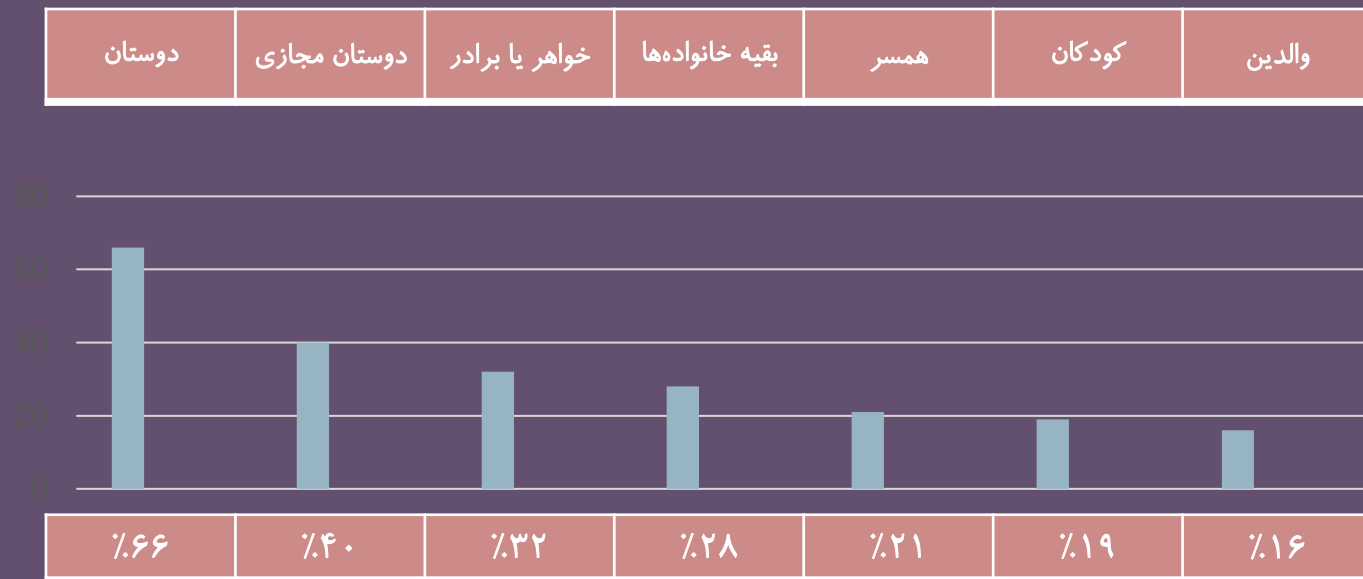
۳۹٪





بازی‌ها، خانواده و دوستان را در کنار هم جمع می‌کنند

در میان ۷۲٪ از بازیکنان ۸ سال به بالا که با دیگران بازی می‌کنند





● (۷۸٪) از بازیکنان معتقدند بازی‌های ویدیویی می‌توانند آنها را با دوستان و روابط جدید آشنا کنند. این باور در نسل زد (۸۹٪) بسیار قوی‌تر است، در حالی که اکثر بومرها و نسل خاموش (۶۰٪) نیز با این موضوع موافقت نمی‌کنند.

نسل آلفا و نسل زد با دوستانشان بازی می‌کنند



● بازیکنان جوان از بازی‌ها به عنوان راهی برای ملاقات با افراد جدید و ایجاد روابط جدید استفاده می‌کنند. نسل زد (۷۰٪) و نسل هزاره (۶۱٪) از طریق بازی‌های ویدیویی با افرادی آشنا شده‌اند که در غیر این صورت نمی‌توانستند آنها را ملاقات کنند. این بازیکنان (نسل زد با ۶۳٪ و نسل هزاره با ۴۹٪) همچنین می‌گویند که از طریق بازی‌های ویدیویی با یک دوست خوب یا شریک زندگی خود آشنا شده‌اند.

نسل آلفا با والدین خود بازی می‌کنند



بازیکنان از چت درون بازی برای بهبود روند بازی خود استفاده می کنند

به طور معمول بازیکنان چگونه ارتباط برقرار می کنند

درمیان ۷۲٪ از بازیکنان آنلاین بالای ۸ سال که تا به حال در طول بازی ارتباط برقرار کرده اند



عنوان	استفاده شده	ترجیح داده شده ترین
چت باکس داخل بازی / پلتفرم	۵۴٪	۳۴٪
ویس چت داخل بازی / پلتفرم	۵۲٪	۳۷٪
دیسکورد / متنی یا ویس چت	۲۶٪	۱۵٪
با استفاده از سرویس های ویدیویی و ضبطی	۲۲٪	۱۱٪

از بازیکنان آنلاین بالای ۸ سال، از ابزارهای ارتباطی مانند چت متنی و صوتی درون بازی برای صحبت با سایر بازیکنان استفاده کرده اند.



۵ دلیل اصلی که بازیکنان به صورت آنلاین با دیگران ارتباط برقرار می کنند

در میان بازیکنان بالای ۸ سال که به صورت آنلاین ارتباط برقرار می کنند

۱	روند بازی خود را بهبود دهند
۲	در رابطه با روند بازی اطلاعات کسب کنند
۳	بخشی از جامعه بازیکنان باشند
۴	مهارت های جدید یاد بگیرند
۵	بازی های جدید پیدا کنند





خانواده‌ها و بازی‌های ویدیویی

خانواده‌هایی که باهم بازی می‌کنند در کنار یکدیگر اوقات خوشی دارند



از والدین بازی‌های ویدیویی انجام می‌دهند، در مقایسه با ۶۰٪ از کل بزرگسالان ایالات متحده.



با فرزندانشان بازی‌های ویدیویی انجام می‌دهند



حداقل هفته‌ای ۱ بار با فرزندانشان بازی‌های ویدیویی انجام می‌دهند



دلایلی که والدین با فرزندانشان بازی‌های ویدیویی انجام می‌دهند

در میان ۸۲ درصد از کسانی که با فرزندانشان بازی می‌کنند





سه دلیل اصلی که والدین بازی‌های ویدیویی را برای فرزندانشان دوست دارند

مهارت‌هایی مانند حل مسئله و
یا تفکر خلاق را از طریق
بازی‌های ویدیویی یاد می‌گیرند

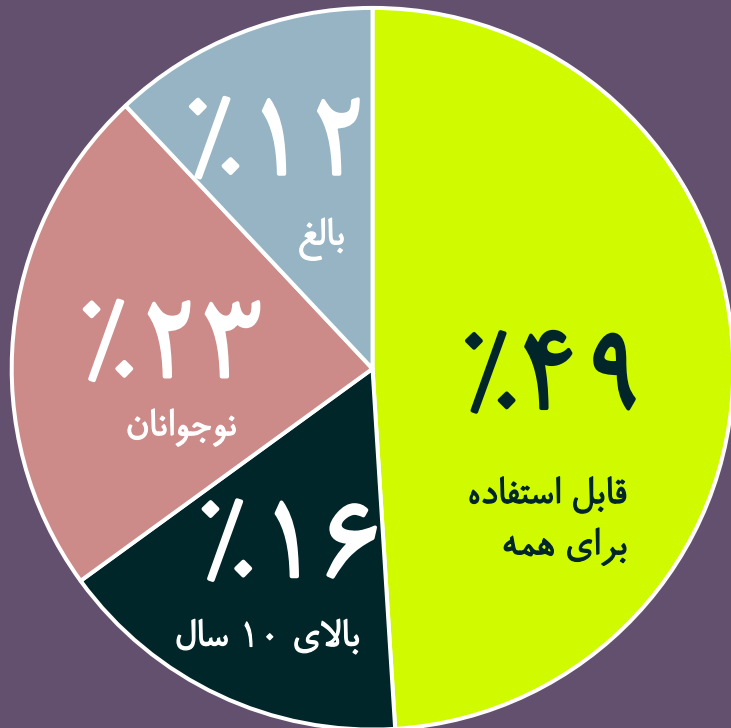


فرزندانشان لذت می‌برند

بازی‌های ویدیویی گونه‌ای
سرگرمی است



رتبه‌بندی ESRB در سال ۲۰۲۴ تعیین شد





با بازی‌های ویدیویی، والدین کنترل اوضاع را در دست دارند



از سیستم رده بندی سنی خبردارند



به طور معمول از سیستم رده بندی سنی استفاده می کنند



از ۴۸۶۱ رتبه‌بندی بازی‌های ویدیویی که در سال

۲۰۲۴ تعیین شده است، ۸۸٪ رتبه‌E

(قابل استفاده برای همه) داشته‌اند.



والدین کنترل کیف پول دیجیتال را در دست دارند



از والدین تاکنون محتوای درون بازی برای فرزندان‌شان خریداری کرده‌اند



از والدینی که محتوای درون بازی برای فرزندانشان خریداری کرده‌اند، برای خریده‌ها نیاز به تأیید دارند



از والدین از «کنترل‌های والدین» برای محدود کردن هزینه‌های درون بازی استفاده می‌کنند



۵ نوع محتوای نخست خریداری شده برای فرزندان توسط والدین



۳- مجوز عبور از سطح



۲- پوسته شخصیت یا موارد دیگر



۱- واحد پول درون بازی



۵- نقشه‌ها یا سطح‌های اضافی بازی



۴- بسته‌های محتوایی اضافی بازی مثل
اسلحه یا شخصیت جدید





۵ مورد از بهترین تنظیمات «کنترل والدین» که آنها در دستگاه‌های بازی ویدیویی استفاده می‌کنند



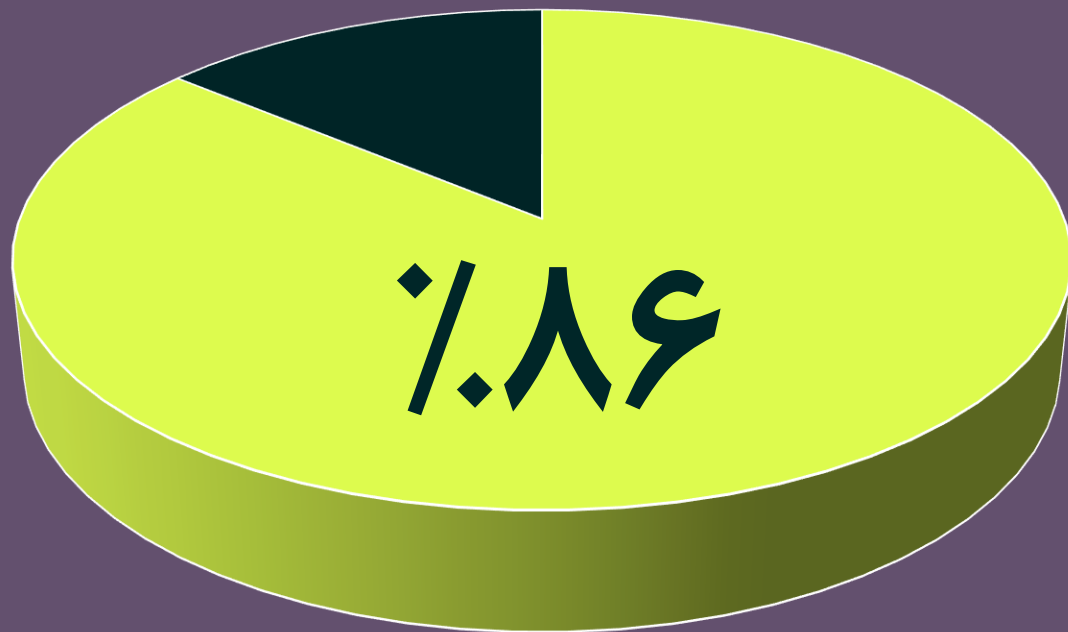
۱ تنظیم محدودیت‌های زمانی

۲ مدیریت زمان مصرف در هر دستگاه

۳ مسدودسازی بازی‌ها براساس محدودیت سنی

۴ دریافت گزارش در رابطه با فعالیت‌های گیمینگ فرزندان

۵ محدود سازی ارتباطات با دیگر بازیکنان



از والدین حداقل از یک تنظیم «کنترل والدین» بر روی دستگاه های بازی ویدیویی
فرزندانشان در خانه استفاده می کنند.



والدینی که موافقند که بازی‌های ویدیویی مزایای بالقوه بیشتری نسبت به رسانه‌های اجتماعی دارند

درصد موافقان - در میان همه والدین



ترجیح می‌دهم فرزند(ان) من به جای گذراندن وقت در رسانه‌های اجتماعی، وقت خود را صرف بازی‌های ویدیویی کنند.

من معتقدم که انجام بازی‌های ویدیویی در مقایسه با رسانه‌های اجتماعی، مزایای بالقوه بیشتری برای فرزند(ان) من دارد.



بازی‌های ویدیویی و دسترسی

همه باید بتوانند قدرت بازی کردن را تجربه کنند

تفکیک نسلی بازیکنان بزرگسالی که گزارش معلولیت داده‌اند

از ۲۱٪ بازیکنان بزرگسال که گزارش داده‌اند دارای معلولیت هستند



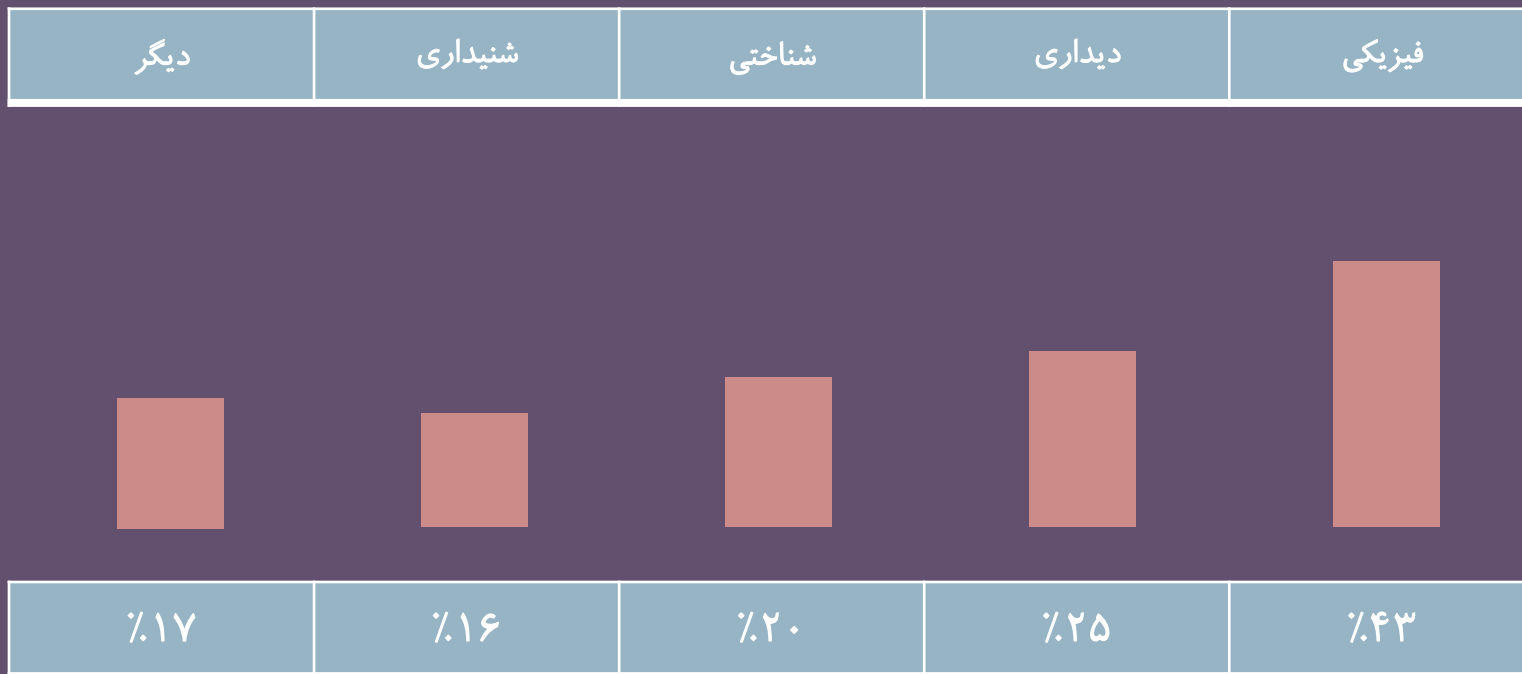
از بازیکنان بزرگسال
گزارش می‌دهند که دارای
معلولیت هستند

نسلی زد	۱۰٪
نسلی هزاره‌ها	۱۹٪
نسلی ایکس	۳۳٪
نسلی بومر	۲۶٪



چالش‌های پیش آمده در مواجهه با انجام بازی‌های ویدویی

در میان بازیکنان ۱۸+ سال دارای معلولیت





بیش از نیمی از بازیکنان
دارای معلولیت فکرمی کنند
بازی‌های ویدیویی بسیار
قابل دسترس هستند

از بازیکنان دارای معلولیت،
دسترسی کلی را بسیار مهم/
فوق العاده مهم ارزیابی می‌کنند.





مهم‌ترین انواع دسترسی‌پذیری در بازی‌های ویدیویی

از میان بازیکنان بزرگسال دارای معلولیت که دسترسی‌پذیری کلی را

بسیار مهم، ارزیابی می‌کنند





در مارس ۲۰۲۵، سیستم رده‌بندی سنی آمریکا طرح بازی‌های قابل دسترس (**Accessible Games**) را راه‌اندازی کرد - این یک سیستم برچسب‌گذاری جدید برای ارائه اطلاعات واضح به بازیکنان در مورد ویژگی‌های دسترسی موجود در بازی‌های ویدیویی می‌باشد. برای مشاهده برچسب‌ها و کسب اطلاعات بیشتر به

accessiblegames.com مراجعه کنید

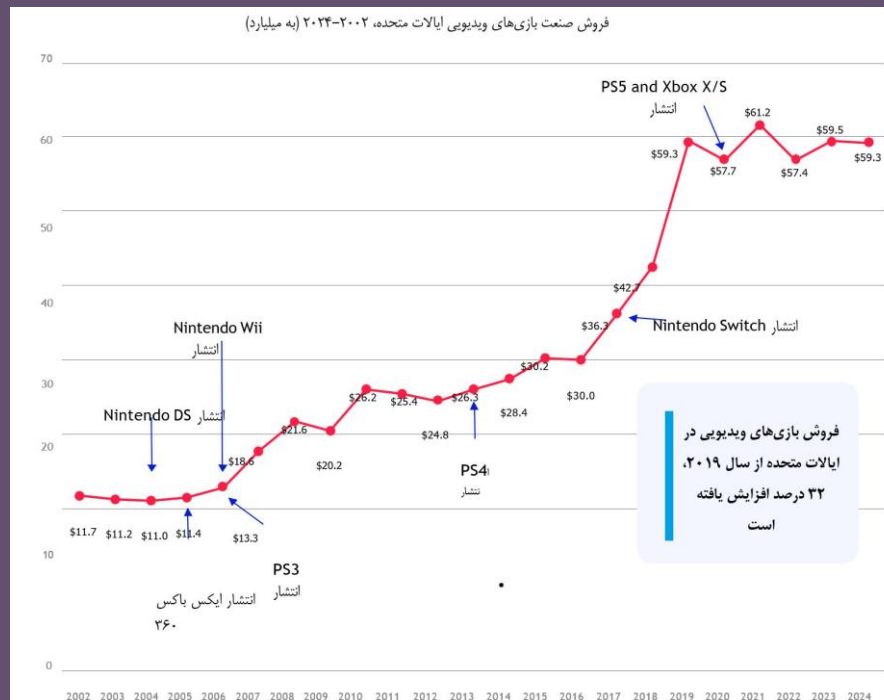


**ACCESSIBLE
GAMES
INITIATIVE**

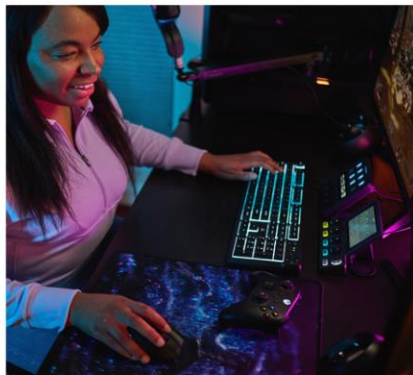
رویه‌های هزینه کرد

بازی‌های ویدیویی دهه‌هاست که محرک مهمی برای اقتصاد ایالات متحده بوده‌اند و اکنون از

مجموع هزینه کرد مصرف‌کنندگان برای فیلم، تلویزیون و موسیقی پیشی گرفته‌اند



کل هزینه کرد مصرف کنندگان برای بازی‌های ویدیویی در سال ۲۰۲۴



۵۹.۳
میلیارد

در محتوا ۵۱.۳ میلیارد

در سخت افزار ۴.۹ میلیارد

در لوازم جانبی ۳.۲ میلیارد



بازی‌های برتر ایالات متحده در سال ۲۰۲۴

موبایل - پرفروشترین‌ها		بازی کامل کنسول و کامپیوتر - پرفروش‌ترین‌ها	
عنوان	رتبه	عنوان	رتبه
MONOPOLY GO!	۱	Call of Duty: Black Ops 6	۱
Royal Match	۲	EA Sports College Football 25	۲
Roblox by Roblox Corporation	۳	Helldivers II	۳
Candy Crush Saga	۴	NBA 2K25	۴
Last War: Survival	۵	Dragon Ball: Sparking! Zero	۵
Whiteout Survival	۶	EA Sports Madden NFL 25	۶
Coin Master	۷	Call of Duty: Modern Warfare III	۷
Township	۸	EA Sports FC 25	۸
Pokemon GO	۹	Elden Ring	۹
Jackpot Party – Casino Slots	۱۰	EA Sports MVP Bundle	۱۰

YouGov از ۱۱ تا ۲۵ فوریه ۲۰۲۵ یک نظرسنجی آنلاین ۲۰ دقیقه‌ای در ایالات متحده در بین ۵۰۰۰ پاسخ‌دهنده که از پتل آنلاین اختصاصی خود استخدام شده بودند، انجام داد.

۴۰۰۰ بازیکن (شامل ۷۵۷ کودک/نوجوان، ۳۲۴۳ بزرگسال) که حداقل **۱ ساعت** در هفته را صرف بازی‌های ویدیویی با **تلفن** هوشمند، تبلت، رایانه شخصی، کنسول یا هدست واقعیت مجازی می‌کنند

۱۰۰۰ بزرگسال (غیر گیمر) که یا بازی‌های ویدیویی **انجام نمی‌دهند یا کمتر از ۱ ساعت در هفته** صرف بازی می‌کنند

داده‌ها به گونه‌ای وزن‌دهی شده‌اند که نماینده کل جمعیت ایالات متحده از نظر سن، جنسیت، قومیت، تحصیلات، منطقه سرشماری و توزیع بازیکنان در مقابل غیر بازیکنان، همانطور که در بالا تعریف شده است، باشد. از پاسخ‌دهندگان بالای ۱۸ سال در مورد تمام اعضای خانواده‌شان سوال شد تا حتی بازیکنان با سنین پایین (۵ ساله) نیز در نظر گرفته شوند. بازیکنان ۸ تا ۱۷ ساله ملزم به انجام این نظرسنجی تحت نظارت والدین بودند.