

گزارش نمای دور: ورزش‌های الکترونیک



DIREC
Digital games Research Center

دانش هدایتگر
تفاوت‌هاست





شناسنامه گزارش

عنوان: گزارش نمای دور: ورزش‌های الکترونیکی

پدیدآورنده: بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، معاونت پژوهش

تهیه و ترجمه: محمدعلی امینی، فاطمه حیدری

تنظیم: مهدیه رحمانی

ناظر: دکتر فرزانه شریفی

تاریخ انتشار: پاییز ۱۴۰۴

نشانی: میدان هفت تیر، خیابان مفتاح شمالی، کوچه گلزار غربی، نبش زیرک زاده، شماره ۳۲،

کدپستی: ۱۵۷۵۷۴۵۳۱۱

تماس: ۰۲۱۸۸۳۱۰۳۷۰

وبسایت: www.ircg.ir

اینستاگرام: iranvideogame



فهرست مطالب

فهرست جدول‌ها	ز
فهرست نمودارها	ز
فصل اول	۹
۱-۱ مقدمه	۱۰
۲-۱ تعریف ورزش‌های الکترونیکی	۱۲
۳-۱ تفاوت ورزش‌های الکترونیکی با بازی‌های ویدئویی	۱۳
۴-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش	۱۳
فصل دوم	۱۶
۵-۱ عصر پیشااینترنت (دهه ۱۹۵۰ تا ۱۹۸۰)	۱۷
۶-۱ ظهور اینترنت و رقابت جهانی (دهه ۱۹۹۰)	۱۹
۷-۱ عصر پخش زنده (دهه ۲۰۰۰ تا امروز)	۲۰
فصل سوم	۲۲
۸-۱ مقدمه	۲۳
۹-۱ چشم‌انداز بازار و مسیر توسعه؛ رشد شتابان در سایه‌ی ناپایداری	۲۳
۱۰-۱ ساختار درآمدی ورزش‌های الکترونیکی؛ اتکای غالب به اسپانسرشیپ در کنار شکاف‌های پایداری	۲۶
۱۱-۱ تحلیل جامع آماری وضعیت ورزش‌های الکترونیکی: تمرکز درآمدها، پویایی سنی و ساختار شغلی	۳۱
۱-۱۱-۱ تمرکز جغرافیایی و تأثیر عناوین بازی بر درآمدهای ملی	۳۲
۲-۱۱-۱ نابرابری در توزیع جوایز میان بازی‌ها و تیم‌ها	۳۳
۳-۱۱-۱ پویایی سنی و عمر کوتاه حرفه‌ای بازیکنان	۳۵
۱۲-۱ وضعیت اقتصادی بازیکنان <i>e-sports</i> ؛ از درآمدهای میلیونی تا ناامنی شغلی	۳۷
۱۳-۱ زیرساخت فناوری در ورزش‌های الکترونیکی: نوآوری به مثابه نیروی محرک توسعه و تحول	۴۰
۱-۱۳-۱ سیر تکاملی فناوری‌های پایه در <i>e-sports</i> : از رقابت‌های محلی تا زیرساخت‌های ابری جهانی	۴۰

- ۲-۱۳-۱ انقلاب استریمینگ در ورزش‌های الکترونیکی: موتور اصلی رشد مخاطبان و ارزش اقتصادی ۴۲
- ۳-۱۳-۱ تجربه‌ای نو برای تماشاگران: تحول در پخش و تولید محتوای e-sports ۴۳
- ۴-۱۳-۱ آینده فناوری در ورزش‌های الکترونیکی: هم‌زیستی استراتژیک انسان و هوش مصنوعی ۴۴
- ۱۴-۱ ساختار اجتماعی ورزش‌های الکترونیکی: جوامع، مشاغل و چالش‌ها ۴۶
- ۱-۱۴-۱ شناخت جامعه e-sports: چه کسانی بازی می‌کنند و چگونه با هم ارتباط دارند؟ ۴۷
- ۲-۱۴-۱ مسیر دشوار بازیکنان حرفه‌ای: چالش‌های جسمی، روانی و عمر کوتاه شغلی ۴۸
- ۳-۱۴-۱ مشکل سمیت و آزار در ورزش‌های الکترونیکی ۴۹
- ۴-۱۴-۱ برنامه‌ها و پروژه‌های DEI: مسیر به سوی برابری و شمول ۵۱
- ۱۵-۱ پدیده فرهنگی: ورزش‌های الکترونیکی و بازتاب ارزش‌های عصر دیجیتال در جهان ۵۱
- ۱-۱۵-۱ روایت سه قاره: دینامیک‌های فرهنگی در آمریکای شمالی، اروپا و آسیا ۵۲
- ۲-۱۵-۱ درهم‌آمیختگی مرزها: رابطه و تأثیر متقابل ورزش‌های الکترونیکی و ورزش‌های سنتی ۵۳
- ۳-۱۵-۱ از خرده‌فرهنگ تا فرهنگ عمومی: دگرگونی در نگرش اجتماعی ۵۵
- فصل چهارم ۵۷
- ۱۶-۱ بررسی جایگاه ایالات متحده در اقتصاد جهانی ورزش‌های الکترونیکی: درآمد و ساختار بازار ۵۸
- ۱-۱۶-۱ تجربه مدل فرنچایز: فرصت‌ها و چالش‌های ساختاری ۵۹
- ۲-۱۶-۱ موتور محرکه آمریکا: بازیکنان، تماشاگران و فناوری ۶۱
- ۱۷-۱ چین: مقیاس بی‌رقیب و دینامیک‌های بازار در اکوسیستم ورزش‌های الکترونیکی ۶۳
- ۱-۱۷-۱ سلطه عددی چین در دنیای بازی و ورزش‌های الکترونیکی ۶۳
- ۱۲-۱۷-۱ اکوسیستم فراگیر Tencent: سلطه عمودی در صنعت ورزش‌های الکترونیکی ۶۵
- ۳-۱۷-۱ لیگ LPL چین: نماد وسعت و رقابت‌پذیری ۶۷
- ۴-۱۷-۱ نقش دوگانه دولت چین: حمایت و کنترل ۶۸
- ۱۸-۱ کره جنوبی: مهد فرهنگی ورزش‌های الکترونیکی و الگوی حرفه‌ای‌سازی ۷۰
- ۱-۱۸-۱ زادگاه ورزش‌های الکترونیکی مدرن: ترکیب زیرساخت، جامعه و یک بازی کلیدی ۷۰
- ۲-۱۸-۱ KeSPA؛ پیشرو در مسیر حرفه‌ای‌سازی ورزش‌های الکترونیکی ۷۲
- ۳-۱۸-۱ هم‌گرایی فرهنگی و پرورش انبوه استعدادها ۷۲
- ۱۹-۱ پیش‌تازان اروپا: شبکه‌ای از متخصصان در اکوسیستم ورزش‌های الکترونیکی ۷۴
- ۲۰-۱ آلمان: هاب قاره‌ای و زیرساخت میزبانی ۷۵
- ۱-۲۰-۱ چشم‌انداز اقتصادی و نهادی در آلمان ۷۶
- ۲۱-۱ کارخانه‌های استعداد اسکاندیناوی: دانمارک و سوئد به عنوان پیش‌تازان جهانی ۸۰

۸۰	۱-۲۱-۱ تولید بی نظیر استعداد به ازای هر نفر
۸۱	۲-۲۱-۱ تحلیل آماری روند رشد در دانمارک
۸۳	۳-۲۱-۱ نقش بنیادین سوئد در ورزش‌های الکترونیکی
۸۳	۴-۲۱-۱ حمایت نهادی و مردمی: مدل موفقیت اسکاندیناوی
۸۴	۵-۲۱-۱ سهم تماشاگران ورزش‌های الکترونیکی در کشورهای منتخب اروپایی (۲۰۲۴)
۸۵	۲۲-۱ قدرت‌های نوظهور: بازتعریف نقشه جهانی ورزش‌های الکترونیکی
۸۶	۱-۲۲-۱ منطقه MENA: انقلاب ۳۸ میلیارد دلاری و تغییر معادلات جهانی
۸۶	۲-۲۲-۱ استراتژی ملی بازی و ورزش‌های الکترونیکی (NGES)
۸۷	۳-۲۲-۱ استراتژی تملک و تمرکز
۸۸	۴-۲۲-۱ رشد منطقه‌ای و جمعیت‌شناسی
۹۰	۵-۲۲-۱ تحلیل آماری نقش منطقه MENA در اکوسیستم جهانی ورزش‌های الکترونیکی
۹۰	۶-۲۲-۱ نفوذ و سهم مخاطبان در منطقه MENA در سطح جهانی
۹۱	۷-۲۲-۱ توزیع کاربران و درآمد در بازارهای کلیدی منطقه MENA
۹۳	۸-۲۲-۱ جایگاه منطقه MENA در رقابت‌های ورزش‌های الکترونیکی بانوان نمودار:
۹۴	فصل پنجم
۹۵	۲۳-۱ فدراسیون‌های بین‌المللی: رقابت بر سر مشروعیت و نفوذ
۹۵	۱-۲۳-۱ فدراسیون بین‌المللی ورزش‌های الکترونیک (IESF)
۹۵	۲-۲۳-۱ فدراسیون جهانی ورزش‌های الکترونیک (GEF)
۹۶	۳-۲۳-۱ همگرایی راهبردی و پایان «جنگ سرد»
۹۷	۲۴-۱ فدراسیون‌های ملی: ستون فقرات حاکمیت جهانی
۹۸	۲۵-۱ تلاش‌ها برای به رسمیت شناختن در رویدادهای چندرشته‌ای
۹۹	۲۶-۱ چالش‌های حقوقی و نظارتی (مبارزه با دوپینگ، تقلب و حقوق بازیکنان)
۱۰۲	فصل ششم
۱۰۳	۲۷-۱ پیش‌بینی رشد اقتصادی و پویایی بازار
۱۰۴	۲۸-۱ پویایی مخاطبان و روندهای جمعیتی
۱۰۵	۲۹-۱ روندهای جغرافیایی و نوظهور در مناطق مختلف
۱۰۵	۳۰-۱ مشروعیت اجتماعی و کارکرد فرهنگی

۳۱-۱	فناوری‌های تحول‌آفرین و دگرگونی تجربه مخاطبان در ورزش‌های الکترونیکی	۱۰۷
۱-۳۱-۱	واقعیت مجازی و افزوده: بازتعریف تجربه eSports	۱۰۷
۵G۲-۳۱-۱	زیرساخت حیاتی برای آینده eSports	۱۰۷
۳-۳۱-۱	هوش مصنوعی: مغز متفکر تحول دیجیتال	۱۰۸
۴-۳۱-۱	همگرایی: نقطه اوج تحول فناورانه	۱۰۹
۳۲-۱	همگرایی ورزش‌های الکترونیکی با ورزش‌های سنتی	۱۰۹
۱-۳۲-۱	سرمایه‌گذاری متقابل و برندهای مشترک	۱۱۰
۲-۳۲-۱	ساختار حرفه‌ای مشابه با ورزش‌های سنتی	۱۱۰
۳-۳۲-۱	مقایسه مشاغل ورزشی: شباهت‌ها و تفاوت‌ها	۱۱۱
۴-۳۲-۱	تنش‌های فرهنگی در مسیر همگرایی	۱۱۱
۳۳-۱	چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی صنعت ورزش‌های الکترونیکی در دهه آینده	۱۱۲
۱-۳۳-۱	شکندگی ساختار فعلی	۱۱۲
۲-۳۳-۱	افق فرصت‌های تحول‌آفرین	۱۱۳
۳-۳۳-۱	نقشه راه برای ذی‌نفعان	۱۱۴
۱۱۵	فصل هفتم	
۳۴-۱	مقدمه	۱۱۶
۳۵-۱	تکوین فرهنگ بازی: از کلوپ‌ها تا عرصه‌های شبکه‌ای	۱۱۶
۱-۳۵-۱	ظهور «گیم‌نت»: تحلیلی بر یک پدیده فرهنگی-اجتماعی	۱۱۷
۳۶-۱	مسیر مشروعیت: نهادینه شدن ورزش‌های الکترونیک در ایران	۱۱۸
۱-۳۶-۱	سفری پرفراز و نشیب: استقلال انجمن و چشم‌انداز فدراسیون شدن	۱۱۸
۳۷-۱	سیمای بازیکن ایرانی: پروفایل جمعیتی و اقتصادی	۱۲۰
۳۸-۱	رقابت در صحنه جهانی: جایگاه بین‌المللی ایران	۱۲۱
۱-۳۸-۱	ظهور قهرمانان	۱۲۲
۳۹-۱	معمای حاکمیت: موازی‌کاری و ابهام در تقسیم وظایف	۱۲۳
۴۰-۱	بازی در شرایط تحریم: انزوای اقتصادی و راهکارهای دیجیتال	۱۲۴
۴۱-۱	نتیجه‌گیری و چشم‌انداز آینده	۱۲۶
۱۲۷	فصل هشتم	

- ۴۲-۱ منابع فارسی ۱۲۸
- ۴۳-۱ منابع انگلیسی ۱۳۰

فهرست جدول‌ها

- جدول ۱ رتبه‌بندی کشورها از منظر میزان درآمد در مسابقات esports ۳۳
- جدول ۲ رتبه‌بندی بازی‌های بر اساس کل جوایز تعریف شده در esports ۳۴
- جدول ۳ رتبه‌بندی تیم‌ها بر اساس درآمد esports ۳۵
- جدول ۴ بیشترین درآمد بازیکنان بر اساس سن در esports ۳۶
- جدول ۵ بیشترین جوایز دریافتی بر اساس کشور ۷۴
- جدول ۶ پیش‌بینی‌های مختلف از اندازه بازار جهانی ورزش‌های الکترونیکی ۱۰۳
- جدول ۷ نقاط عطف کلیدی در تاریخ ورزش‌های الکترونیک ایران ۱۲۰
- جدول ۸ مدال‌آوران ایران در ورزش‌های الکترونیک بازی‌های آسیایی داخل سالن (۲۰۰۷ و ۲۰۰۹) ۱۲۳

فهرست نمودارها

- نمودار ۱ درآمد بازار ورزش‌های الکترونیکی در سراسر جهان از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹ (به میلیارد دلار آمریکا) ۲۴
- نمودار ۲ تغییرات درآمد بازار جهانی ورزش‌های الکترونیک جهانی (۲۰۱۸-۲۰۲۹) ۲۶
- نمودار ۳ درآمد بازار ورزش‌های الکترونیکی در سراسر جهان از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹، بر اساس بخش (به میلیارد دلار آمریکا) ۳۰
- نمودار ۴ درآمد بازار ورزش‌های الکترونیکی در ایالات متحده از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۹ (میلیون دلار) ۵۹
- نمودار ۵ سن مصرف‌کنندگان در ایالات متحده ۶۲
- نمودار ۶ اندازه بازار بازی‌های ورزش‌های الکترونیکی در چین در سال ۲۰۲۳، به تفکیک بخش (به میلیارد یوان) ... ۶۴
- نمودار ۷ تعداد کاربران ورزش‌های الکترونیکی در چین از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۴ (به میلیون نفر) ۶۴

- نمودار ۸ بزرگ‌ترین شرکت‌های ورزش‌های الکترونیکی جهان بر اساس ارزش بازار (فوریه ۲۰۲۵) ۶۷
- نمودار ۹ اندازه صنعت ورزش‌های الکترونیکی کره جنوبی از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۰ (میلیارد وون) ۷۱
- نمودار ۱۰ سهم زنان طرفدار ورزش‌های الکترونیکی در جهان در سال ۲۰۱۹، به تفکیک کشور ۷۳
- نمودار ۱۱ درآمد بازار ورزش‌های الکترونیکی در آلمان از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹ (به میلیون دلار آمریکا) ۷۷
- نمودار ۱۲ درآمد بازار ورزش‌های الکترونیکی در آلمان از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹، به تفکیک بخش (به میلیون دلار آمریکا) ۷۸
- نمودار ۱۳ تعداد کاربران ورزش‌های الکترونیکی در آلمان از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹ (به میلیون نفر) ۷۸
- نمودار ۱۴ نرخ نفوذ ورزش‌های الکترونیکی در آلمان از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹ ۷۹
- نمودار ۱۵ سهم افراد شرکت‌کننده در بازی‌های آنلاین در دانمارک در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۸ ۸۱
- نمودار ۱۶ درآمد شرط‌بندی ورزش‌های الکترونیکی در شرکت Danske Spil از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ (به میلیون کرون دانمارک) ۸۲
- نمودار ۱۷ سهم افرادی که در کشورهای منتخب اروپایی در سال ۲۰۲۴ ورزش‌های الکترونیکی تماشا می‌کنند ۸۴
- نمودار ۱۸ محبوب‌ترین بازی‌ها برای ورزش‌های الکترونیکی در عربستان سعودی در سال ۲۰۲۲ ۸۸
- نمودار ۱۹ سهم مصرف‌کنندگان جهانی که تا تابستان ۲۰۲۴ با ورزش‌های الکترونیکی درگیر بوده‌اند، به تفکیک منطقه ۹۰
- نمودار ۲۰ تعداد پیش‌بینی شده کاربران ورزش‌های الکترونیکی در کشورهای منتخب منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۹ (به میلیون نفر) ۹۱
- نمودار ۲۱ توزیع درآمد بازی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا در سال ۲۰۲۳، به تفکیک کشور منتخب ۹۲
- نمودار ۲۲ سهم کل صندوق جایزه رویدادهای ورزش‌های الکترونیکی بانوان در جهان در سال ۲۰۲۴، به تفکیک منطقه ۹۳

فصل اول

مقدمه

ورزش‌های الکترونیکی (eSports) در دهه اخیر از «فعالیت مبتنی بر بازی» به یک پدیده اجتماعی-اقتصادی و رسانه‌ای ارتقا یافته‌اند که ذی‌نفعان متنوعی از ناشران بازی و برگزارکنندگان مسابقات تا سکویهای پخش برخط، حامیان مالی و نهادهای تنظیم‌گر را درگیر می‌کند. تمایز بنیادین eSports با بازی‌های تفننی در سازمان‌یافتگی رقابت، اتکای آن به مهارت انسانی، و استقرار آن بر بستر سامانه‌های الکترونیکی است؛ از این رو، مطالعه این حوزه مستلزم رویکردی میان‌رشته‌ای است که در آن ابعاد نهادی، حقوقی، فناورانه، فرهنگی و اقتصادی به‌صورت یکپارچه تحلیل شود. این گزارش بر همین مبنا می‌کوشد مرزهای مفهومی eSports را روشن کرده، جایگاه آن را در زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق تبیین کند و ظرفیت‌ها و ریسک‌های آن را برای سیاست‌گذاری عمومی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی صورت‌بندی نماید.

هدف گزارش، ارائه نقشه تحلیلی قابل اتکا از صنعت eSports است تا تصمیم‌گیران بتوانند بر پایه داده و تحلیل، مداخله‌های مؤثر طراحی کنند. بدین منظور، پرسش‌های راهنما چنین‌اند:



- ◀ ساختار اقتصادی و زنجیره ارزش eSports چگونه شکل می‌گیرد و کانون‌های خلق ارزش و ریسک در آن کدام‌اند؟
- ◀ نقش و تعامل بازیگران کلیدی از ناشران بازی و برگزارکنندگان رویداد تا حامیان مالی و نهادهای ورزشی چگونه بر حکمرانی این صنعت اثر می‌گذارد؟
- ◀ الزامات زیرساختی و فناورانه رشد پایدار، از شبکه و رایانش ابری تا هوش مصنوعی و واقعیت‌های غنی‌شده، کدام‌اند؟
- ◀ پیامدهای اجتماعی و فرهنگی، از الگوهای مصرف و تماشای رقابت‌ها تا سلامت و رفاه حرفه‌ای بازیکنان، چه ابعادی دارند و چه پاسخ‌های تنظیمی می‌طلبند؟

روش کار مبتنی بر مرور انتقادی ادبیات، تحلیل ثانویه داده‌های صنعت، و مقایسه تجربه کشورها و لیگ‌های مرجع است. یافته‌ها در قالب چارچوبی یکپارچه عرضه می‌شوند که چهار بعد اقتصاد، فناوری، جامعه و فرهنگ را به هم پیوند می‌زند و از خلال آن، هم فرصت‌های رشد (تنوع‌بخشی به درآمد، توسعه مخاطب، نوآوری در پخش و تولید محتوا) و هم چالش‌های اصلی (پایداری مالی رویدادها، حقوق و رفاه بازیکنان و ابهام‌های حقوقی و تنظیمی) قابل ارزیابی می‌شود.



ساختار گزارش از تعریف و تمایز مفهومی آغاز می‌شود، سپس روند تاریخی و تحولات کلیدی از پیش‌استریمینگ تا تسلط پخش برخط مرور می‌گردد. در ادامه، اقتصاد eSports و سازوکارهای درآمدی، نقش‌های نهادی و تنظیمی بازیگران، الزامات زیرساختی و فناوریانه، و ابعاد اجتماعی-فرهنگی تحلیل می‌شود. بخش پایانی به روندهای نوظهور از هم‌زیستی انسان و هوش مصنوعی در تمرین و داوری تا دگرگونی تجربه تماشا و دلالت‌های سیاستی و راهبردی برای ایران اختصاص دارد. این نظم ارائه به خواننده امکان می‌دهد تصویری منسجم از وضعیت موجود، جهت‌های تحول، و گزینه‌های سیاستی و کسب‌وکار به‌دست آورد.

۲-۱ تعریف ورزش‌های الکترونیکی

ورزش‌های الکترونیکی (eSports) به فعالیت‌های رقابتی‌ای گفته می‌شود که بر پایه سامانه‌های الکترونیکی (مانند رایانه، کنسول یا تلفن همراه) انجام می‌گیرند، جایی که افراد یا تیم‌ها با بهره‌گیری از مهارت‌های جسمی و یا ذهنی و از طریق فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، با یکدیگر رقابت می‌کنند. در این تعریف، پنج عنصر کلیدی قابل تشخیص است: نخست، رقابتی بودن به‌عنوان ویژگی محوری esports مطرح است؛ یعنی برخلاف بازی‌های صرفاً سرگرم‌کننده، در esports همواره هدف برد و باخت، امتیازگیری یا پیروزی وجود دارد. دوم، این رقابت‌ها بر بستر سامانه‌های الکترونیکی انجام می‌گیرد. سوم، مهارت انسانی در موفقیت بازیکن نقش اساسی دارد. چهارم، رقابت‌ها از طریق فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (ICT) صورت می‌گیرند و پنجم، این رقابت می‌تواند به‌صورت فردی یا تیمی باشد (van Hilvoorde & van den Hoogen, 2023).



بسیاری از مخاطبان، ورزش‌های الکترونیکی را صرفاً شکل تازه‌ای از بازی‌های ویدئویی تفریحی می‌دانند و از ویژگی‌های متمایز آن مانند ساختار رقابتی، لیگ‌های حرفه‌ای، سرمایه‌گذاری کلان و تماشاگران میلیونی غافل می‌مانند؛ مسئله‌ای که موجب نادیده‌گرفتن جایگاه واقعی esports در صنعت ورزش و رسانه می‌شود.

۳-۱ تفاوت ورزش‌های الکترونیکی با بازی‌های ویدئویی

ورزش‌های الکترونیکی بر بستر بازی‌های ویدئویی شکل می‌گیرند، اما هر بازی ویدئویی قابلیت تبدیل شدن به رشته‌ای رقابتی را ندارد. تمایز اصلی در ساختار رقابتی سازمان‌یافته و حرفه‌ای با حضور لیگ‌ها، تیم‌ها، اسپانسرها و رسانه‌هاست. بازیکنان esports عموماً حرفه‌ای‌اند، تمرینات مستمر و قراردادهای مالی دارند و در تورنمنت‌های بین‌المللی شرکت می‌کنند، درحالی‌که بیشتر بازیکنان ویدئویی تفریحی بازی می‌کنند و الزامی به رقابت ساختاریافته ندارند. همین حرفه‌ای‌سازی و زیست‌بوم رقابتی پیچیده، esports را به نیرویی متمایز و اثرگذار در صنعت بازی بدل کرده است.

بازیکنان ویدئویی



✓ تفریحی بازی می‌کنند.

✓ الزامی به رقابت ساختاریافته

ندارند.

بازیکنان esports



✓ حرفه‌ای بازی می‌کنند.

✓ تمرینات مستمر و رقابت‌های مالی

دارند.

۴-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش

مطالعه صنعت ورزش‌های الکترونیکی (eSports) از منظر علمی و سیاستی به چند دلیل بنیادین ضروری است. نخست، این صنعت طی سال‌های اخیر از یک فعالیت صرفاً سرگرمی به عرصه‌ای چندبُعدی با پیوندهای عمیق اقتصادی، فناورانه و فرهنگی تبدیل شده است. شتاب جهانی‌سازی، عبور از مرزهای سنی و جغرافیایی، و ادغام روزافزون با سکوها و پلتفرم‌های رسانه‌ای جریان اصلی، نشان می‌دهد که eSports دیگر یک «حاشیه دیجیتال» نیست، بلکه بخشی از اقتصاد خلاق و اقتصاد داده‌محور است که نیازمند رصد و تحلیل نظام‌مند می‌باشد (De Santis & Morante, 2022; Peša et al., 2017; Zhang & Liu, 2022).

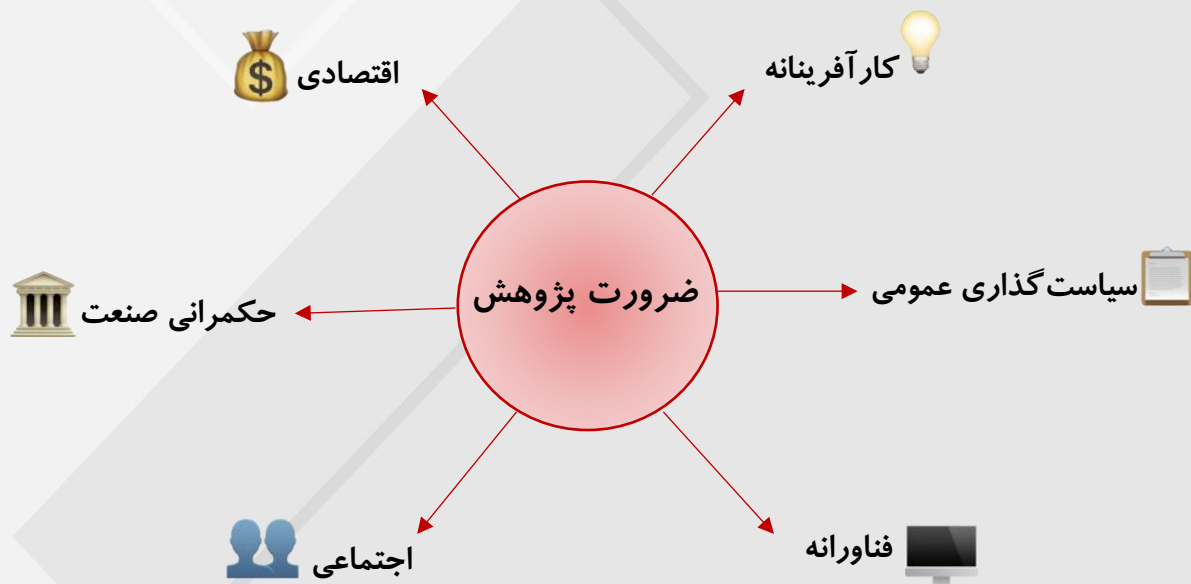
از منظر اقتصادی، رشد این صنعت آن را به یک نیروی بالفعل در خلق ارزش، اشتغال‌زایی و کارآفرینی بدل کرده است. تنوع و تکرر جریان‌های درآمدی—از حقوق رسانه‌ای/پخش و اسپانسرینگ تا تبلیغات دیجیتال، فروش بلیت رویدادها و کالاهای جانبی—نشان می‌دهد که منطق اقتصادی eSports به تدریج هم‌سنگ صنایع ورزشی و سرگرمی تثبیت شده می‌شود، با این تفاوت که چرخه‌های نوآوری و مقیاس‌پذیری در آن سریع‌تر رخ می‌دهد. این پویایی اقتصادی ضرورت تحلیل عمیق را از دو زاویه توجیه می‌کند: الف) شناسایی الگوهای پایدار درآمد و نقاط آسیب‌پذیر در زنجیره ارزش، و ب) طراحی مداخلات سیاستی برای کاهش ریسک‌های مالی و تقویت سرمایه‌گذاری مولد در زیست‌بوم (De Santis & Morante, 2022).

از منظر اجتماعی-فرهنگی، eSports در شکل‌دهی هویت نسل جوان، الگوهای مصرف رسانه‌ای، و مسیرهای جدید مهارت‌آموزی و اشتغال نقش‌آفرینی می‌کند. ظهور نقش‌های شغلی تازه—از بازیکن حرفه‌ای و مربی تا تحلیل‌گر داده، مدیر رویداد و تولیدکننده محتوا—افق‌های نوینی برای سرمایه انسانی و کارآفرینی دیجیتال می‌گشاید. در عین حال، مسائل مهمی چون سلامت و رفاه بازیکنان، عدالت دسترسی در جوامع برخاسته از پدیدار می‌شوند که بدون مطالعه تجربی و چارچوب‌های راهبردی، می‌تواند پیامدهای منفی بلندمدت بر سرمایه اجتماعی و فرهنگی بر جای بگذارد (Peša et al., 2017).

از منظر فناوریانه، ادغام فزاینده eSports با هوش مصنوعی، رایانش ابری، شبکه‌های پرطرفیت و واقعیت‌های غنی‌شده، مرز میان «بازی»، «ورزش» و «رسانه زنده» را بازتعریف کرده است. این همگرایی فرصت‌هایی برای بهبود تجربه تماشا و بازی (پخش تطبیقی، تحلیل لحظه‌ای عملکرد، داوری و تمرین هوشمند) و نیز نوآوری در مدل‌های کسب‌وکار فراهم می‌کند؛ اما هم‌زمان الزامات تازه‌ای در حوزه استانداردسازی فنی، حاکمیت داده، مالکیت فکری، و سلامت رقابت ایجاد می‌شود که مستلزم صورت‌بندی‌های دقیق حقوقی و تنظیمی است (Zhang & Liu, 2022).

سرانجام، از منظر حکمرانی و سیاست‌گذاری، چندلایه‌بودن بازیگران—ناشران بازی، برگزارکنندگان مسابقات، سکویهای پخش، فدراسیون‌ها، حامیان مالی و نهادهای عمومی—به پیچیدگی هماهنگی و تنظیم می‌افزاید. تعیین نسبت حقوق رسانه‌ای با منافع عمومی، تضمین تمامیت رقابتی و حفاظت از مصرف‌کننده، و روشن‌سازی مرز مسئولیت‌ها در سطح ملی و فراملی، همگی نیازمند شواهد قابل اتکا و چارچوب‌های تحلیلی هستند. در کشورهای در حال توسعه—از جمله ایران—این ضرورت مضاعف است؛ زیرا هم پنجره فرصت برای توسعه اقتصاد خلاق و دیپلماسی فرهنگی گشوده است و هم زیرساخت‌ها، داده قابل اتکا و الگوهای حکمرانی بومی هنوز به‌طور کامل تثبیت نشده‌اند (De Santis & Morante, 2022; Peša et al., 2017; Zhang & Liu, 2022).

با توجه به این عوامل، پژوهش حاضر ضرورت می‌یابد تا از منظر کارآفرینانه، سیاست‌گذاری عمومی، و حکمرانی صنعت، ابعاد اقتصادی، فناوریانه، و اجتماعی eSports به‌طور جامع بررسی شود. این تحلیل می‌تواند مبنایی برای تصمیم‌گیری‌های راهبردی در سطح ملی و بین‌المللی فراهم کند و مسیر بهره‌گیری حداکثری از ظرفیت سودآوری و اثرگذاری اجتماعی این صنعت را هموار سازد.



فصل دوم

تاریخچه ورزش‌های

الکترونیکی

صنعت پرتلاطم ورزش‌های الکترونیکی که امروز با استادیوم‌های مملو از تماشاگر و میلیون‌ها بیننده برخط شناخته می‌شود، سیر تکامل چشمگیری را از خاستگاه‌های دانشگاهی تا یک میدان جهانی سازمان‌یافته طی کرده است. برای فهم نظام‌مند این گذار، می‌توان روایت را در سه پرده یا دوره متمایز بازخوانی کرد:

- ۱- عصر پیشاینترنت، که الگوی رقابت دیجیتال در بستر آرکیدها و منطق «امتیاز بالا» نهادینه شد؛
- ۲- دوره ظهور اینترنت، که رقابت را از مقیاس محلی به عرصه‌ای جهانی انتقال داد و نخستین صورت‌بندی‌های حرفه‌ای را پدید آورد؛
- ۳- عصر پخش زنده برخط، که با تکوین سکویهای ویدئویی و طراحی «قابل‌تماشا»ی بازی‌ها، بازیکنان را به ستاره‌های صنعت سرگرمی بدل ساخت.

۱-۵ عصر پیشاینترنت (دهه ۱۹۵۰ تا ۱۹۸۰)

زادگاه رقابت‌های ویدئویی، محیط‌های دانشگاهی و آزمایشگاهی بود. در سال ۱۹۵۲، Alexander Shafto Douglas در دانشگاه کمبریج، برای رساله دکتری خود نسخه‌ای دیجیتال از بازی «XOX» (دوز) ساخت که امکان رویارویی انسان و رایانه را فراهم می‌کرد. چند سال بعد، در ۱۹۵۸، William Higinbotham در آزمایشگاه ملی بروکهاون با نمایش «Tennis for Two» بر روی اسیلوسکوپ، نخستین تجربه رقابتی دونفره را رقم زد؛ نمونه‌ای ساده اما پیشگام که مفهوم «مسابقه هم‌زمان» را در محیطی دیجیتال به نمایش گذاشت (Johnson, 2022).



در ۱۹۶۲، Steve Russell و همکارانش در «MIT Spacewar» را بر روی مینی کامپیوتر PDP-1 توسعه دادند؛ اثری دونفره که به سرعت به پدیده‌ای فرقه‌ای در محافل دانشگاهی بدل شد. نقطه عطف این دوره، ۱۹ اکتبر ۱۹۷۲ بود؛ زمانی که آزمایشگاه هوش مصنوعی استنفورد «المپیک کهکشانی» Spacewar را با حدود دو دوجین شرکت‌کننده برگزار کرد و جایزه‌ای نمادین اشتراک یک‌ساله مجله Rolling Stone برای آن در نظر گرفت؛ رویدادی که معمولاً به‌عنوان نخستین تورنمنت سازمان‌یافته بازی‌های ویدئویی به ثبت رسیده است (ISPO.com, 2023).

دهه ۱۹۷۰ با تجاری‌سازی بازی‌های ویدئویی، رقابت را از محیط‌های دانشگاهی به میان عموم کشاند؛ کنسول خانگی «Magnavox Odyssey» (۱۹۷۲) و آرکیدهای «Pong» بازی دیجیتال را به تجربه‌ای روزمره بدل کردند (Johnson, 2022). نوآوری «امتیاز بالا» برای نمونه در «Sea Wolf» (۱۹۷۶) با نمایش دائمی جدول برترین‌ها و سپس در «Asteroids» و «Starfire» (۱۹۷۹) با امکان ثبت حروف ابتدایی نام بازیکن هر دستگاه آرکید را به میدان مسابقه‌ای محلی تبدیل کرد که در آن سرمایه نمادین «صدرنشینی» به رقابتی پایدار دامن می‌زد (ISPO.com, 2023).

در ۱۹۸۰، مسابقات «Space Invaders Championship» شرکت Atari با جذب بیش از ۱۰۰۰۰ شرکت‌کننده در مراحل منطقه‌ای آمریکا، بازی رقابتی را به سرگرمی جریان اصلی و ابزاری کارآمد برای بازاریابی تبدیل کرد (ISPO.com, 2023). کمی بعد، در ۱۹۸۲، Walter Day با تأسیس «Twin Galaxies» سازوکار ثبت و راستی‌آزمایی رکوردها را نهادینه کرد و نخستین صورت «حاکمیت» رقابت‌های دیجیتال را شکل داد. در ۱۹۸۳ نیز «U.S. National Video Game Team» تشکیل شد. هم‌زمان، حضور رسانه‌ای این خرده‌فرهنگ در برنامه تلویزیونی «Starcade» (۱۹۸۲-۱۹۸۴) و فیلم «Tron» (۱۹۸۲) از دیزنی، نشان داد که رقابت‌های بازی به تدریج به متن فرهنگ عامه راه یافته است (CDW, n.d).

جمع‌بندی این دوره آن است که سازوکارهای ابتدایی رقابت، مشروعیت نمادین و نهادهای اولیه ثبت و داوری شکل گرفتند و بستر اجتماعی «بازی به‌مثابه مسابقه» مهیا شد.

۱-۶ ظهور اینترنت و رقابت جهانی (دهه ۱۹۹۰)

گسترش دسترسی به اینترنت در دهه ۱۹۹۰ میدان رقابت را از سالن‌های آرکید و رویدادهای پراکنده به شبکه‌ای جهانی ارتقا داد. در ۱۹۹۰، «Nintendo World Championships» با سفر به ۲۹ شهر آمریکا و برگزاری فینال در یونیورسال استودیوز هالیوود، الگوی رویدادهای بزرگ‌مقیاس چندمرحله‌ای را تثبیت کرد. در ۱۹۹۶، «QuakeCon» در هیئتی کوچک از گردهمایی چند ده هوادار در یک هتل آغاز شد اما به یکی از پایدارترین رویدادهای سالانه رقابتی تبدیل گردید (Esports Charts, 2022).

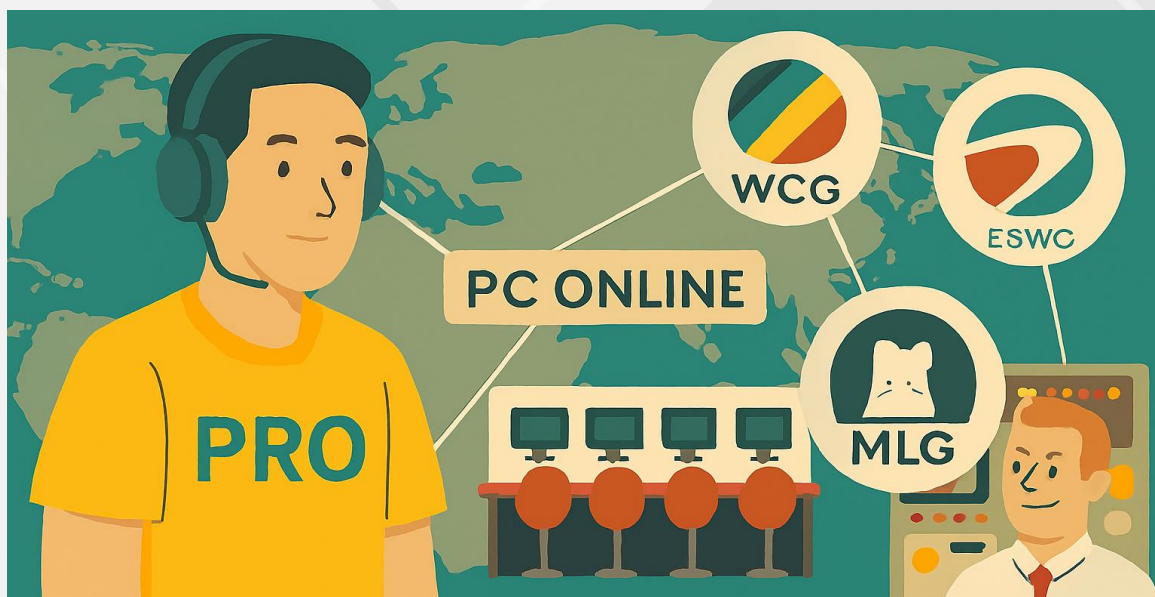


سال ۱۹۹۷ نقطه عطف حرفه‌ای‌سازی بود: تورنمنت «Red Annihilation» برای «Quake» در نمایشگاه E3 با جایزه‌ای خیره‌کننده خودروی «Ferrari 328 GTS» متعلق به John Carmack، بنیان‌گذار id Software برگزار شد. پیروزی Dennis “Thresh” Fong در این رقابت، او را به یکی از نخستین سوپرستارهای ورزش‌های الکترونیکی بدل ساخت و نشان داد که سرمایه‌نمادین برندگان می‌تواند به سرمایه اقتصادی و رسانه‌ای تبدیل شود. در همان سال، تأسیس «Cyberathlete Professional League (CPL)» به‌عنوان نخستین لیگ حرفه‌ای، چارچوبی برای جذب استعدادها بین‌المللی و استانداردسازی قواعد فراهم کرد و شالوده سازمانی eSports مدرن را ریخت (Esports Charts, 2022).

محصول این دوره، گذار از رقابت‌های ذاتاً محلی به گردش بین‌المللی بازیکنان و تیم‌ها و شکل‌گیری نخستین بازار حرفه‌ای مهارت بود.

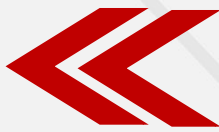
۷-۱ عصر پخش زنده (دهه ۲۰۰۰ تا امروز)

ورود به قرن بیست‌ویکم با ارتقای eSports از یک خرده‌فرهنگ تخصصی به صنعتی جهانی همراه شد. در اوایل دهه ۲۰۰۰، «PC bangs» (کافه‌های اینترنتی) در کره جنوبی با فراهم کردن دسترسی به رایانه‌های قدرتمند و اینترنت پرسرعت، زیست‌بومی برای پرورش بازیکنان حرفه‌ای ایجاد کردند و کره را به یکی از ابرقدرت‌های این حوزه بدل ساختند. در همین زمان، تورنمنت‌های بین‌المللی «World Cyber Games (WCG)» و «Electronic Sports World Cup (ESWC)» با الهام از الگوی المپیک، چارچوبی چندرشته‌ای برای رقابت‌های جهانی پدید آوردند (Esports Charts, 2022). در آمریکای شمالی، «Major League Gaming (MLG)» از ۲۰۰۲ به یکی از برگزارکنندگان برجسته رویدادها تبدیل شد (Southern Illinois University Edwardsville, n.d.).



کوشش‌های اولیه برای پخش تلویزیونی مانند تورنمنت «Halo 2» در شبکه USA Network (۲۰۰۶) با موفقیتی محدود روبه‌رو شد؛ اما نقطه چرخش، راه‌اندازی «Twitch» در ۲۰۱۱ (انشعاب‌یافته از Justin.tv) بود. این سکو با فراهم‌ساختن پخش زنده کم‌هزینه، تعاملی و اجتماع‌محور، رابطه میان بازیکن و مخاطب را بازتعریف کرد و الگوی رسانه‌ای مسلط صنعت را تغییر داد (Šimić, 2024).

هم‌زمان، برخی بازی‌ها با لحاظ «قابلیت تماشا» در طراحی خود، این گذار را تسریع کردند. «League of Legends» در ۲۰۱۱ نخستین «World Championship» را برگزار کرد و در ۲۰۱۳، بلیت‌های فینال آن در «Staples Center» لس‌آنجلس ظرف چند دقیقه به فروش رفت. «StarCraft 2» از Blizzard در یکی از تورنمنت‌های خود بیش از ۵۰ میلیون بیننده برخط جذب کرد که ۱۷ میلیون نفر از طریق Twitch تماشا کردند. خرید «Twitch» توسط آمازون در ۲۰۱۴ با رقمی نزدیک به یک میلیارد دلار، جایگاه این سکو را تثبیت و چرخه سرمایه‌گذاری و تجاری‌سازی را تسریع کرد (Southern Illinois University Edwardsville, n.d).



امروز، با عناوینی چون «League of Legends»، «VALORANT»، «Counter-Strike»



و «Dota 2». eSports صحنه‌ای جهانی است که تورنمنت‌های آن میلیون‌ها بیننده را جذب می‌کند. این مسیر از جایزه‌ای نمادین چون یک اشتراک مجله تا جوایز چندمیلیون‌دلاری حکایتِ تکوینِ یک صنعت رسانه‌ای-فرهنگی تمام‌قد است که از کنج آزمایشگاه‌ها به قله‌های فرهنگ و اقتصاد جهانی رسیده است (Šimić, 2024).

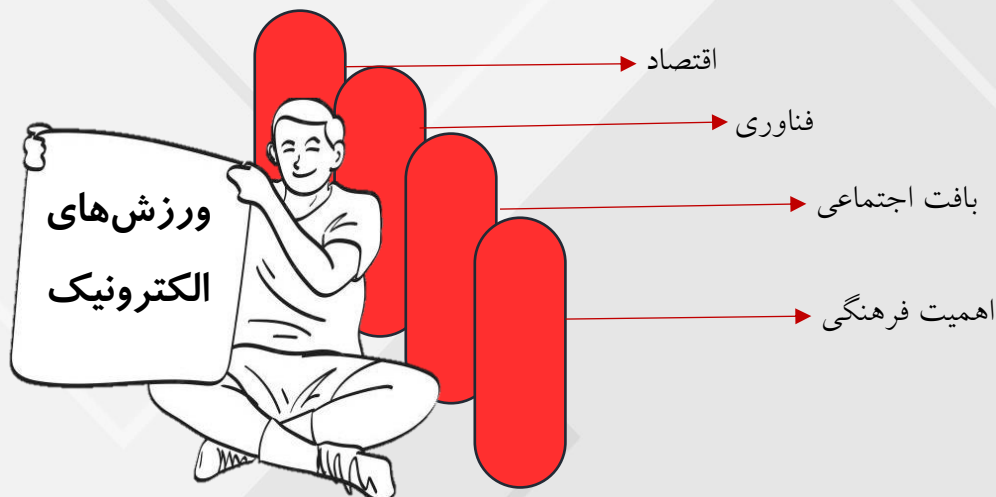
حاصل تحلیلی این دوره، استقرار الگوی «پخش تعاملی برخط» به‌مثابه زیرساخت رسانه‌ای غالب، تنوع‌بخشی به جریان‌های درآمدی، و تثبیت جایگاه بازیکن حرفه‌ای و تیم‌های سازمانی در زنجیره ارزش صنعت است.

فصل سوم

تحلیلی جامع از ابعاد ورزش‌های الکترونیک

۸-۱ مقدمه

ورزش‌های الکترونیکی (Esports) دیگر تنها یک سرگرمی دیجیتال نیستند، بلکه به پدیده‌ای تحول‌آفرین در قرن بیست‌ویکم تبدیل شده‌اند که در آن فناوری، رقابت، جامعه و اقتصاد به شکلی بی‌سابقه در هم آمیخته‌اند. این صنعت نوظهور با رشد سریع خود، فرصت‌های قابل توجهی برای نوآوری و سرمایه‌گذاری ایجاد کرده، اما همزمان با چالش‌های جدی ساختاری، اخلاقی و فرهنگی نیز روبرو است. این گزارش، با تکیه بر چهار ستون اصلی؛ اقتصاد، فناوری، بافت اجتماعی و اهمیت فرهنگی، به بررسی جامع ابعاد پیچیده و چندلایه ورزش‌های الکترونیکی می‌پردازد تا چشم‌اندازی روشن برای تصمیم‌گیری‌های راهبردی در این حوزه ترسیم کند.



۹-۱ چشم‌انداز بازار و مسیر توسعه؛ رشد شتابان در سایه ناپایداری

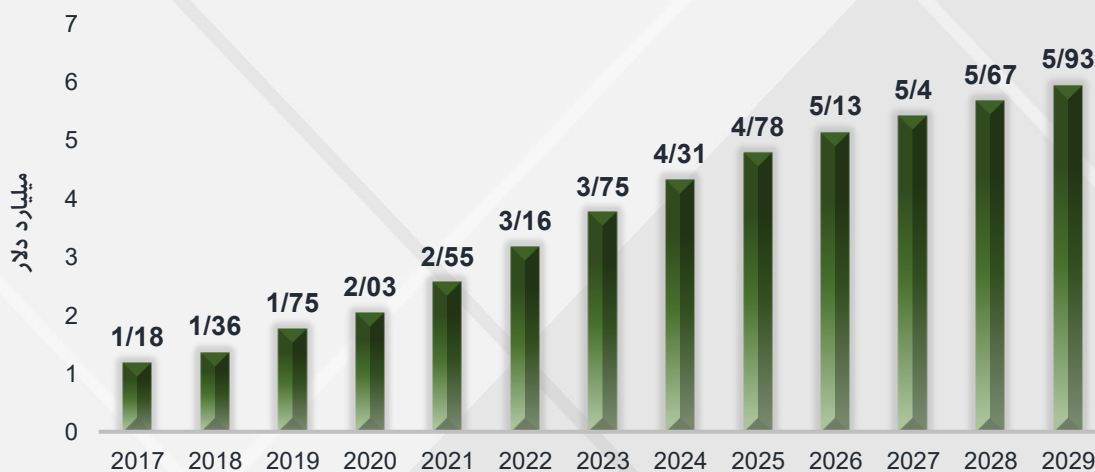
بازار جهانی ورزش‌های الکترونیکی بی‌تردید در فاز رشد سریع قرار دارد، هرچند سنجش دقیق ابعاد این رشد میان نهادهای معتبر تحلیل بازار اختلاف نظر قابل ملاحظه‌ای نشان می‌دهد. این ناهمخوانی عمدتاً به تفاوت چارچوب‌های تحلیلی و دامنه تعریف «درآمد صنعت» بازمی‌گردد. برای نمونه، MarketsandMarkets (۲۰۲۴) ارزش بازار را در سال ۲۰۲۴ برابر با ۲.۲۲ میلیارد دلار برآورد کرده و تا سال ۲۰۲۹ ۶.۵۱ میلیارد دلار را با $CAGR = 24.0\%$ پیش‌بینی می‌کند؛ Grand View Research (۲۰۲۴) تخمینی نزدیک اما محتاطانه‌تر معادل ۲.۱۳ میلیارد دلار (۲۰۲۴) و افزایش تا ۷.۴۶ میلیارد دلار (۲۰۳۰) با $CAGR = 23.1\%$ ارائه داده است. در سوی دیگر طیف، Stellar MR (۲۰۲۴) اندازه اولیه را به مراتب بزرگ‌تر و برابر ۴.۱۴ میلیارد دلار (۲۰۲۴) می‌داند،



گزارش جامع ورزش‌های الکترونیک

اما رشد آهسته‌تری معادل ۹.۰۴٪ تا ۲۰۳۲ برآورد می‌کند. همچنین Allied Market Research (۲۰۲۳) با برآوردی پایین‌تر، ارزش ۱.۳ میلیارد دلار (۲۰۲۳) و رشد سالانه ۲۱.۲٪ را گزارش کرده که می‌تواند بازار را تا ۲۰۳۳ به ۹.۲ میلیارد دلار برساند.

بر پایه داده‌های Statista، روند درآمد جهانی ورزش‌های الکترونیکی از ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹ مسیر صعودی پیوسته‌ای را نشان می‌دهد: از ۱.۱۸ به ۴.۳۱ میلیارد دلار در ۲۰۲۴، و برآورد رسیدن به ۵.۹۳ میلیارد دلار در ۲۰۲۹ (همان‌گونه که در نمودار ادیده می‌شود)



نمودار ۱ درآمد بازار ورزش‌های الکترونیکی در سراسر جهان از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹ (به میلیارد دلار آمریکا)

به‌عنوان شواهد میانی نیز، افزایش سالانه درآمد از ۳.۱۶ (۲۰۲۲) به ۳.۷۵ (۲۰۳۳) و سپس ۴.۳۱ میلیارد دلار (۲۰۲۴) الگوی رشد پایدار را تأیید می‌کند.

اختلاف ارقام، ریشه در دامنه اجزای درآمدی محاسبه‌شده دارد: برخی برآوردها صرفاً درآمدهای مستقیم لیگ‌ها (حقوق رسانه‌ای/پخش و اسپانسرشیپ) را منظور می‌کنند، حال آن‌که برخی دیگر حق‌الزحمه ناشران بازی، درآمدهای درون‌برنامه‌ای مرتبط با رویدادهای eSports و حتی بخشی از بازار سخت‌افزار بازی را نیز داخل دایره محاسبه می‌گنجانند (MarketsandMarkets, 2024).

با وجود ناهمخوانی عددی، روایت غالب دلالت بر رشد پرشتاب دارد؛ رشدی که از گسترش پخش

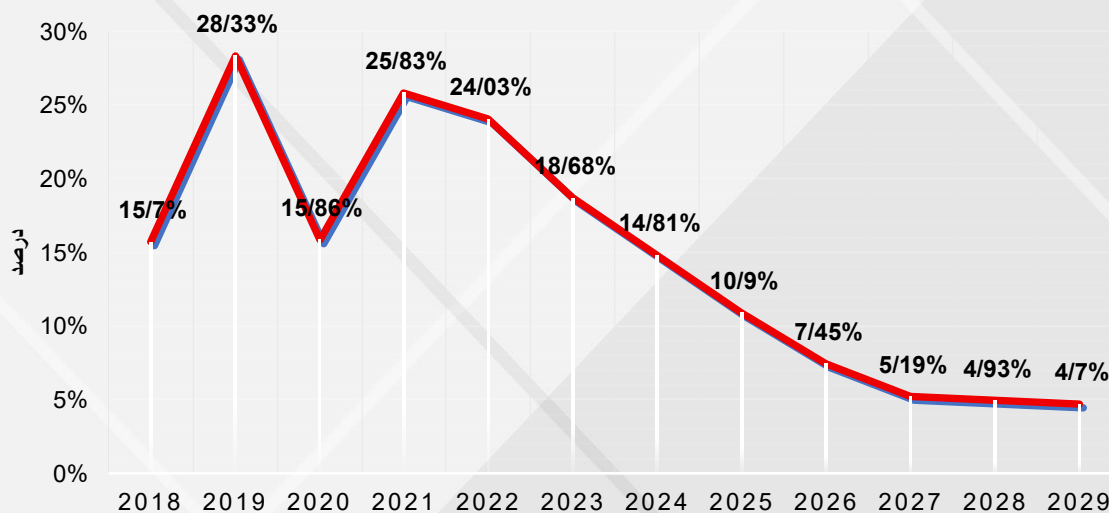
برخط، افزایش مخاطبان جهانی، ورود سرمایه‌های جسورانه و راهبردی و حرفه‌ای‌سازی اکوسیستم از بازیکن و تیم تا برگزارکننده و توسعه‌دهنده تغذیه می‌شود (MarketsandMarkets, 2024). با این حال، تفاوت معنادار در اندازه اولیه بازار هشدار می‌دهد برای ذی‌نفعان است: تداوم صنعت تا حد زیادی بر روایت رشد قدرتمند متکی است روایتی که با نرخ‌های دورقمی بالا در بسیاری از گزارش‌ها تقویت می‌شود و در جذب سرمایه نقشی محوری دارد اما گاه از درآمد واقعی و پایدار پیشی می‌گیرد. برآورد رشد محافظه‌کارانه ۹.۰۴٪ در Stellar MR (۲۰۲۴) می‌تواند نشانه لحاظ کردن بلوغ بازار یا موانع بالقوه‌ای باشد که در ادبیات از آن با عنوان «زمستان ورزش‌های الکترونیکی» یاد می‌شود؛ دوره‌ای که در آن کاهش جریان سرمایه، اثبات سودآوری پایدار را برای سازمان‌ها دشوار می‌سازد (Digiday, 2023; Stellar MR, 2024).



در نتیجه، ارزش‌گذاری صنعت به همان اندازه که بازتاب کارکرد مالی فعلی است، تصویر انتظاری از آینده را نیز منعکس می‌کند. این ویژگی، بازار را مستعد شکل‌گیری پدیده‌هایی شبیه «حباب اقتصادی» می‌سازد؛ جایی که تصمیم‌های سرمایه‌گذاری بیش از آنکه بر ارزیابی‌های مالی دقیق تکیه کنند، به هیجان و تبلیغات واکنش نشان می‌دهند. از این‌رو، برای سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاران، عبور از ارقام جذاب رشد و داوری انتقادی درباره روش‌شناسی‌ها نه تنها خردمندانه بلکه ضروری است تا از اتکا به روایت‌های اغراق‌آمیز پرهیز شود.

از منظر پویایی رشد،

نمودار ۲ نشان می‌دهد که صنعت پس از یک دوره رشد انفجاری و پرنوسان در سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۲۱ (با قله‌هایی فراتر از ۲۸٪) وارد فاز کاهش شتاب پایدار از ۲۰۲۲ به بعد شده است؛ به گونه‌ای که بر اساس برآوردها، نرخ رشد سالانه در انتهای دوره به سطح تک‌رقمی باثبات (حدود ۴-۵٪) میل می‌کند. این روند به معنای رکود نیست؛ بلکه نشانه بلوغ بازار و حرکت آن به سوی پیش‌بینی‌پذیری و پایداری بیشتر است چرخه‌ای که در مسیر تکامل اغلب صنایع موفق مشاهده می‌شود.



نمودار ۲ تغییرات درآمد بازار جهانی ورزش‌های الکترونیک جهانی (۲۰۱۸-۲۰۲۹)



۱-۱۰ ساختار درآمدی ورزش‌های الکترونیک؛ اتکای غالب به اسپانسرشیپ در کنار

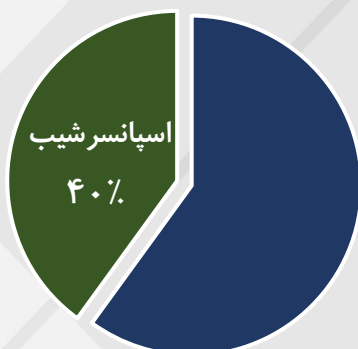
شکاف‌های پایداری

اکوسیستم درآمدی ورزش‌های الکترونیک شبکه‌ای پیچیده از جریان‌های متنوع مالی است، اما این ساختار به طور چشمگیری تحت سلطه یک منبع اصلی قرار دارد: اسپانسرشیپ. منابع اصلی درآمد این صنعت شامل اسپانسرشیپ، حقوق پخش رسانه‌ای، تبلیغات، هزینه‌های ناشران بازی، فروش کالاهای

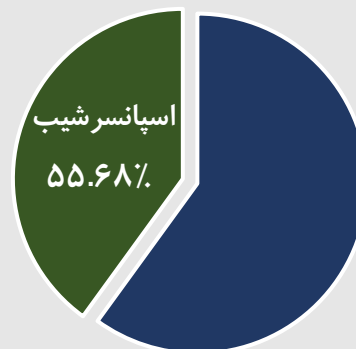
مرتبط (مرچندایز) و بلیت رویدادها است (MarketsandMarkets, 2024). تحلیل ترکیب این درآمدها نشان می‌دهد که اگرچه این مدل در حال رشد است، اما به دلیل وابستگی سنگین به مشارکت برندها، نشانه‌هایی از شکنندگی سیستمی را نیز بروز می‌دهد.

اسپانسرشیپ به عنوان موتور مالی بی‌رقیب در صنعت ورزش‌های الکترونیکی شناخته می‌شود. در سال ۲۰۲۴، این بخش بیش از ۴۰٪ از کل درآمد جهانی را به خود اختصاص داده است (Newzoo, 2024; به نقل از Grand View Research, 2024)، و در بازار بالغ آمریکای شمالی، این سهم حتی به ۵۵/۶۸٪ نیز رسیده است (NASEF, 2024; به نقل از Grand View Research, 2024). این جریان مالی عمدتاً از سوی برندهای متنوع تأمین می‌شود؛ هم برندهای بومی حوزه بازی‌های رایانه‌ای مانند Intel و NVIDIA، و هم برندهای غیربومی نظیر شرکت خودروسازی Kia، مؤسسات خدمات مالی، و شرکت‌های تولید کالاهای مصرفی (Esports Observer, 2024; به نقل از Allied Market Research, 2023). این برندها سرمایه‌گذاری‌های سنگینی انجام می‌دهند تا با یک قشر مخاطب ارزشمند، جوان، دیجیتال‌محور و دارای توان اقتصادی بالا ارتباط برقرار کنند؛ گروهی که از طریق رسانه‌های سنتی به سختی قابل دسترسی است (PwC, 2023; به نقل از Dept, 2025). مشارکت‌های برجسته‌ای مانند تبدیل شدن Kia به شریک نام‌گذاری تیم Cloud9 در بازی League of Legends، نمونه‌ای از عمق ادغامی است که برندها در جهان ورزش‌های الکترونیکی به دنبال آن هستند (Esports Observer, 2024; به نقل از Allied Market Research, 2023).

درآمد جهانی ورزش‌های الکترونیکی



درآمد جهانی ورزش‌های الکترونیکی در آمریکای شمالی



اگرچه اسپانسرشیپ، بنیان مدل فعلی درآمدی را تشکیل می‌دهد، حقوق رسانه‌ای پویاترین و سریع‌ترین بخش در حال رشد به‌شمار می‌آید. برآوردها نشان می‌دهند که نرخ رشد مرکب سالانه این بخش بیش از ۲۵٪ خواهد بود که حاکی از یک تحول اساسی در ساختار مالی بازار است (Newzoo, 2024; به نقل از Grand View Research, 2024). این رشد تحت‌تأثیر افزایش ارزش قراردادهای پخش انحصاری با پلتفرم‌های بزرگ استریم مانند Twitch و YouTube Gaming است، که اکنون به مراکز اصلی مصرف محتوای ورزش‌های الکترونیکی بدل شده‌اند؛ افزون بر این، علاقه فزاینده پخش‌کنندگان سنتی (تلویزیون‌های خطی) نیز نقش مهمی در این تحول ایفا می‌کند (Bloomberg, 2024; به نقل از Citiesabc.com, 2025).

SPONSORSHIP



MEDIA RIGHTS



تبلیغات نیز یکی دیگر از منابع مهم درآمدی در ورزش‌های الکترونیکی است که به‌طور ذاتی با آمار بالای مخاطبان پلتفرم‌های استریمینگ در ارتباط است و اغلب در قالب بسته‌های ترکیبی همراه با اسپانسرشیپ ارائه می‌شود (MarketsandMarkets, 2024). هرچند مقیاس کوچک‌تری دارند، اما جریان‌های درآمدی مهم دیگری نیز وجود دارند، مانند هزینه‌های ناشران بازی و فروش کالاهای برندشده (مرچندایز). هزینه‌های ناشران طیف وسیعی از ترتیبات مالی را شامل می‌شود، از جمله هزینه‌های ورود (buy-in) سنگین برای لیگ‌های فرانچایزی تا توافقات مربوط به تقسیم درآمد از آیتم‌های دیجیتال درون‌بازی. برای مثال، تنها در سال ۲۰۲۴، فروش بسته‌های دیجیتال با تم «VALORANT Champions» بیش از ۳۵ میلیون دلار برای تیم‌های شریک درآمدزایی کرد که

نشان‌دهنده ظرفیت بالای مدل‌های درآمدی مستقیم از مخاطب تحت کنترل ناشر بازی است (Riot Games, 2024; به نقل از Esports Insider, 2025).

با این حال، وابستگی شدید به درآمد اسپانسرشیپ، یک نقطه ضعف ساختاری در مدل اقتصادی این صنعت را آشکار می‌کند. این اتکا بیش از حد، نوعی توازن ناپایدار ایجاد کرده است که در آن سلامت مالی تیم‌ها، لیگ‌ها و برگزارکنندگان مسابقات به بودجه‌های بازاریابی و برداشت برندها از بازگشت سرمایه (ROI) وابسته است. این ریسک تنها در حد یک فرضیه نیست؛ بلکه نشانه‌های فزاینده‌ای از «خستگی اسپانسرها» (sponsor fatigue) در حال ظهور است؛ به‌ویژه در میان بازاریابان غربی که نسبت به سودآوری سرمایه‌گذاری در ورزش‌های الکترونیکی بدبین‌تر شده‌اند. همین نگرش، به نگرانی‌هایی درباره «زمستان ورزش‌های الکترونیکی» دامن می‌زند (Digiday, 2023).

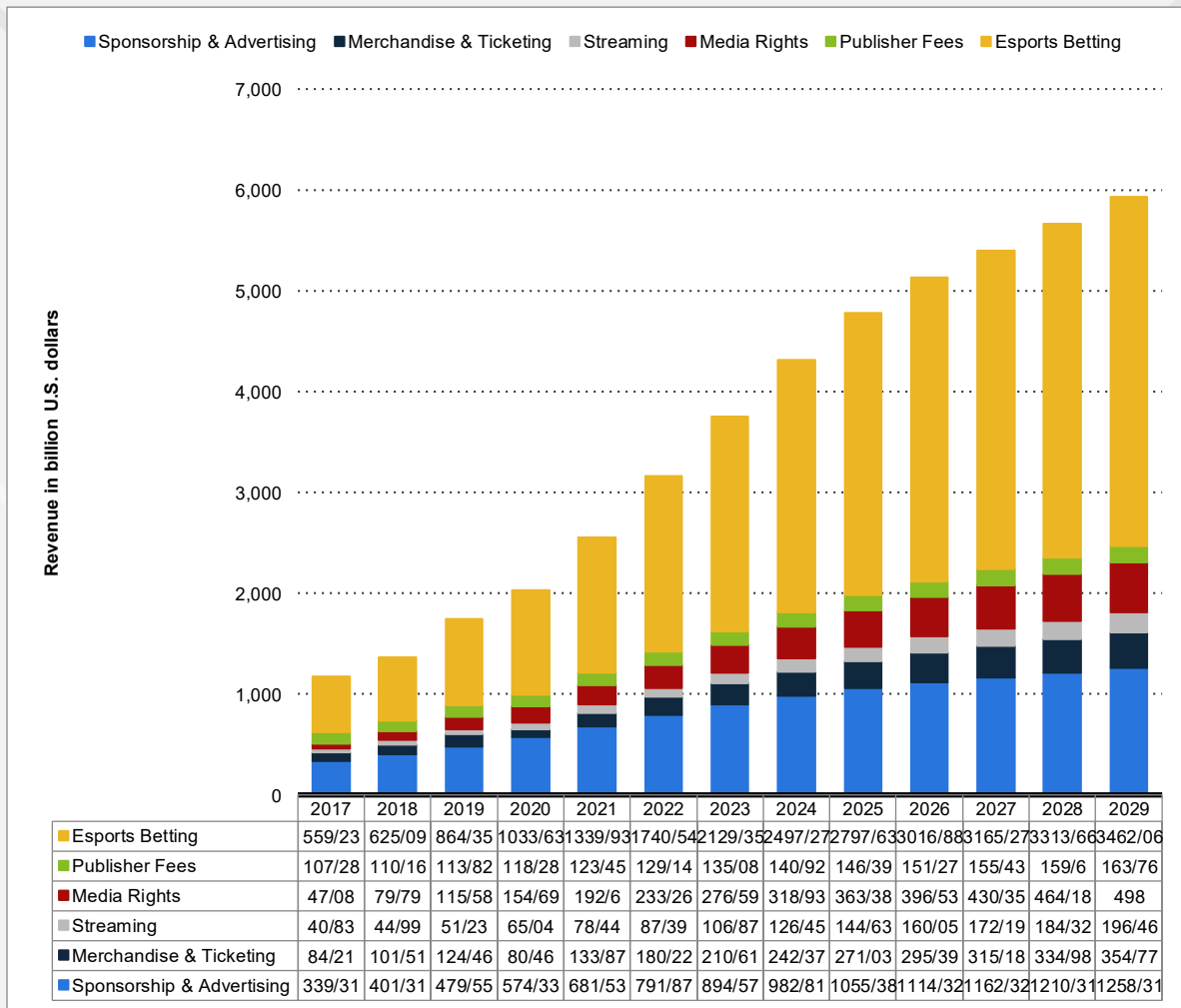
این تردید، زمانی تشدید می‌شود که واقعیت‌های عملیاتی صنعت مورد توجه قرار گیرد: بسیاری از سازمان‌های مطرح ورزش‌های الکترونیکی، با وجود ثبت درآمدهای بالا، همچنان زیان‌ده هستند. یکی از عوامل اصلی این زیان، افزایش سرسام‌آور هزینه دستمزد بازیکنان است؛ هزینه‌ای که در بازار بسیار رقابتی جذب استعدادهای برتر، به سطحی غیرقابل‌دوام افزایش یافته است (Esports Insider, 2024; به نقل از Reddit, 2025).

این وضعیت زنجیره‌ای خطرناک از علل و معلول ایجاد کرده است: انتظارات رشد بالا و رقابت شدید بر سر جذب استعدادهای منجر به تورم در دستمزد بازیکنان می‌شود؛ این تورم باعث زیان‌دهی تیم‌ها می‌شود؛ زیان‌دهی، فشار مضاعفی برای عقد قراردادهای اسپانسرشیپ بزرگ‌تر ایجاد می‌کند تا کسری‌های عملیاتی جبران شود؛ زمانی که اسپانسرها نتوانند بازگشت سرمایه روشنی مشاهده کنند و تیم نیز قادر به ارائه نتایج ملموس نباشد، اعتماد برندها تضعیف می‌شود و حتی ممکن است به خروج کامل اسپانسر و در پی آن، بحران مالی برای تیم یا کل اکوسیستم لیگ منجر شود.

بنابراین، پایداری بلندمدت اقتصاد ورزش‌های الکترونیکی منوط به توانایی آن در متنوع‌سازی منابع درآمدی است. رشد سریع حقوق رسانه‌ای یک تحول مثبت و امیدبخش است، اما این روند باید شتاب

بیشتری بگیرد و با توسعه مدل‌های درآمدی مستقیم از مخاطب (Direct-to-Fan) تقویت شود تا ریسک سیستمی ناشی از وابستگی شدید به اسپانسرشیپ کاهش یابد.

علاوه بر این، داده‌های جامع‌تر از Statista (۲۰۲۵) با افزودن شرط‌بندی روی ورزش‌های الکترونیک (Esports Betting) به این ترکیب، ساختار بازار را کاملاً دگرگون می‌کند.



نمودار ۳ درآمد بازار ورزش‌های الکترونیک در سراسر جهان از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹، بر اساس بخش (به میلیارد دلار آمریکا)

بر اساس نمودار Statista، که ارزش کل بازار در سال ۲۰۲۴ را حدود ۴.۳ میلیارد دلار تخمین می‌زند، شرط‌بندی با فاصله‌ای چشمگیر، بزرگ‌ترین منبع درآمد است و به تنهایی بخش عمده‌ای از کل بازار را تشکیل می‌دهد. پس از آن، حمایت مالی و تبلیغات (Sponsorship & Advertising)

به عنوان دومین جریان درآمدی بزرگ قرار دارد. با این وجود، در مدل عملیاتی تیم‌ها و لیگ‌ها، اسپانسرشیپ همچنان موتور مالی اصلی محسوب می‌شود. طبق آمار Statista، این بخش در سال ۲۰۲۴ بیش از ۱ میلیارد دلار درآمد ایجاد کرده است. اما در حالی که بخش بزرگی از ارزش بازار (طبق آمار Statista) در حوزه شرط‌بندی متمرکز است، سلامت مالی تیم‌ها، لیگ‌ها و برگزارکنندگان مسابقات همچنان به شکل خطرناکی به بودجه‌های بازاریابی برندها (اسپانسرشیپ) وابسته است. (Digiday, 2023; Esports Insider, 2024)



۱-۱ تحلیل جامع آماری وضعیت ورزش‌های الکترونیکی: تمرکز درآمدها، پویایی سنی و ساختار شغلی

داده‌های موجود در جداول، یک تحلیل دقیق و چندبعدی از اقتصاد و ساختار جمعیتی ورزش‌های الکترونیکی ارائه می‌دهند. این اطلاعات، تضادهای بنیادین این صنعت را آشکار می‌سازند: از یک سو، تمرکز خیره‌کننده ثروت و موفقیت در سطوح محدود و از سوی دیگر، واقعیت‌های مالی دشوار برای اکثریت بازیکنان. این تحلیل نشان می‌دهد که چگونه عوامل جغرافیایی، نوع بازی، ساختار تیمی و سن، به شکل‌گیری یک اکوسیستم شغلی متمرکز و اغلب ناپایدار کمک کرده‌اند.



۱-۱۱-۱ تمرکز جغرافیایی و تأثیر عناوین بازی بر درآمدهای ملی

تحلیل «بیشترین درآمدها بر اساس کشور» نشان می‌دهد که ثروت حاصل از جوایز نقدی ورزش‌های الکترونیکی به شدت در تعداد محدودی از کشورها انباشته شده است. بر اساس جدول ۱ چین با مجموع درآمدی بالغ بر ۳۲۶,۶۶۷,۴۲۰ دلار و ایالات متحده با ۲۹۵,۵۱۹,۳۸۶ دلار در صدر این فهرست قرار دارند. این ارقام نشان‌دهنده سهم چشمگیری از کل جوایز است و بیانگر این واقعیت است که این کشورها دارای زیرساخت‌های قوی، سرمایه‌گذاری گسترده و جامعه بازیکنان بسیار بزرگی هستند که از طریق سیستم‌های حمایتی و تورنمنت‌های محلی به سطوح جهانی می‌رسند.

این تمرکز جغرافیایی به شدت با محبوبیت بازی‌های خاص در هر منطقه مرتبط است. برای مثال، بخش قابل‌توجهی از درآمد چین (۸۶ میلیون دلار) از بازی Dota 2 به دست آمده است، که نشان‌دهنده محبوبیت و موفقیت بازیکنان چینی در این عنوان است. به طور مشابه، بخش بزرگی از درآمد ایالات متحده (۵۲ میلیون دلار) از بازی Fortnite کسب شده و کره جنوبی نیز بخش عمده درآمد خود (۴۱ میلیون دلار) را از League of Legends به دست آورده است. این وابستگی متقابل بین موفقیت کشوری و تسلط بر یک عنوان خاص، نشان‌دهنده اهمیت استراتژیک بازی‌ها در تعیین قدرت یک کشور در عرصه ورزش‌های الکترونیکی است.



جدول ۱ رتبه‌بندی کشورها از منظر میزان درآمد در مسابقات esports

رتبه	کشور	درآمد کل (دلار)	تعداد بازیکنان	بازی با بیشترین درآمد	درصد از درآمد کل
۱	چین	\$۳۲۶,۶۶۷,۴۲۰.۳۲	۹,۲۵۶	Dota 2	۲۶.۴۳٪
۲	ایالات متحده	\$۲۹۵,۵۱۹,۳۸۶.۰۳	۲۹,۰۳۴	Fortnite	۱۷.۷۲٪
۳	کره جنوبی	\$۱۵۶,۵۶۷,۷۷۶.۶۰	۵,۹۵۴	League of Legends	۲۶.۶۰٪
۴	فدراسیون روسیه	\$۹۵,۹۱۰,۴۱۰.۶۵	۵,۸۲۹	Dota 2	۴۴.۳۲٪
۵	برزیل	\$۷۱,۳۹۰,۷۴۶.۴۴	۵,۸۹۹	Rainbow Six Siege	۱۸.۶۵٪
۶	دانمارک	\$۶۳,۶۷۴,۹۷۳.۹۲	۲,۱۹۶	Counter-Strike: Global Offensive	۳۶.۲۷٪
۷	فرانسه	\$۶۰,۸۰۱,۴۲۱.۸۴	۶,۵۵۹	Counter-Strike: Global Offensive	۱۶.۱۸٪
۸	سوئد	\$۵۸,۳۴۶,۹۴۹.۶۸	۳,۳۴۵	Dota 2	۳۳.۳۴٪
۹	آلمان	\$۵۲,۵۵۵,۳۷۹.۸۶	۶,۸۷۶	Dota 2	۲۲.۳۸٪
۱۰	کانادا	\$۵۰,۱۰۲,۷۵۰.۵۶	۴,۳۳۲	Fortnite	۱۸.۳۱٪
۱۱	بریتانیا	\$۴۸,۸۰۱,۴۳۸.۵۶	۵,۶۱۵	Fortnite	۱۷.۷۵٪
۱۲	ژاپن	\$۴۱,۱۴۱,۰۲۶.۳۸	۳,۹۵۰	s 'PlayerUnknown Battlegrounds	۱۴.۱۰٪
۱۳	اوکراین	\$۴۰,۳۲۲,۳۹۵.۴۸	۱,۷۰۹	Dota 2	۵۸.۷۳٪
۱۴	استرالیا	\$۳۴,۱۱۳,۷۷۱.۰۹	۴,۴۷۴	Dota 2	۲۳.۵۶٪
۱۵	فنلاند	\$۳۳,۹۳۷,۷۴۵.۳۴	۲,۱۹۹	Dota 2	۵۱.۵۰٪

۱-۲ نابرابری در توزیع جوایز میان بازی‌ها و تیم‌ها

داده‌های مربوط به «بازی‌های با بیشترین جوایز نقدی» به وضوح نابرابری در توزیع ثروت را نشان می‌دهند. بر اساس جدول ۲ Dota 2 با مجموع جوایز ۳۷۷,۳۹۶,۷۸۴ دلار در صدر قرار دارد. این

رقم سرسام‌آور عمدتاً به دلیل مدل منحصر به فرد مسابقات The International است که بخش قابل‌توجهی از صندوق جایزه آن توسط جامعه بازیکنان تأمین می‌شود. پس از آن، Fortnite (۲۰۲ میلیون دلار)، Counter-Strike: Global Offensive (۱۶۲ میلیون دلار) و League of Legends (۱۲۱ میلیون دلار) قرار دارند. این چهار بازی به تنهایی بخش عظیمی از مجموع جوایز نقدی را تشکیل می‌دهند. این داده‌ها تأیید می‌کنند که چشم‌انداز اقتصادی یک بازیکن به شدت به انتخاب بازی بستگی دارد؛ بازیکنان Dota 2 به طور متوسط درآمدهای بسیار بیشتری نسبت به بازیکنان سایر عناوین کسب می‌کنند.

جدول ۲ رتبه‌بندی بازی‌های بر اساس کل جوایز تعریف شده در esports

رتبه	نام بازی	مجموع جوایز نقدی (دلار)	تعداد بازیکنان	تعداد تورنومنت‌ها
۱	Dota 2	\$۳۷۷,۳۹۶,۷۸۴.۹۶	۵,۰۶۹	۱,۹۸۴
۲	Fortnite	\$۲۰۲,۰۵۴,۹۶۷.۳۲	۱۰,۹۳۲	۲,۵۷۱
۳	Counter-Strike: Global Offensive	\$۱۶۲,۷۵۷,۲۴۶.۳۶	۱۶,۵۷۱	۷,۱۰۰
۴	League of Legends	\$۱۲۱,۹۵۳,۰۶۸.۴۳	۹,۶۸۰	۳,۰۳۴

در سطح تیمی، تمرکز درآمد به همان اندازه شدید است. جدول ۳ فهرست «بیشترین درآمدهای تیمی» نشان می‌دهد که تیم‌های نخبه، مانند Team Liquid با بیش از ۵۶ میلیون دلار و OG با بیش از ۳۸ میلیون دلار، بر اکوسیستم مالی تسلط دارند. این سازمان‌ها با جذب استعدادهای برتر و شرکت در تعداد زیادی تورنمنت (Team Liquid در ۲۹۷۵ تورنمنت)، توانسته‌اند این درآمدهای کلان را به دست آورند. این ساختار نشان می‌دهد که برای کسب موفقیت مالی پایدار، عضویت در یک سازمان معتبر و بزرگ تقریباً ضروری است، چرا که این سازمان‌ها منابع و فرصت‌هایی را فراهم می‌کنند که برای بازیکنان مستقل یا تیم‌های کوچک‌تر غیرقابل دسترس است.

جدول ۳ رتبه‌بندی تیم‌ها بر اساس درآمد esports

رتبه	نام تیم	مجموع درآمد (دلار)	تعداد تورنمنت‌ها
۱	Team Liquid	\$۵۶,۲۷۱,۳۰۳.۴۴	۲,۹۷۵
۲	OG	\$۳۸,۷۷۳,۸۱۳.۶۲	۲۰۷
۳	Team Spirit	\$۳۵,۵۵۷,۶۰۳.۴۴	۳۰۷
۴	Evil Geniuses	\$۲۸,۵۶۷,۴۲۳.۹۹	۱,۰۱۹
۵	Natus Vincere	\$۲۴,۴۰۷,۷۱۴.۶۸	۸۵۹
۶	Fnatic	\$۲۲,۳۱۵,۳۶۶.۴۲	۱,۱۹۴
۷	FaZe Clan	\$۲۱,۳۲۱,۰۷۹.۰۸	۸۰۱
۸	Virtus.pro	\$۲۱,۱۳۳,۰۸۷.۶۱	۷۳۲
۹	Team Secret	\$۲۰,۹۵۳,۴۳۰.۹۱	۴۴۴
۱۰	Paris Saint-Germain Esports	\$۱۹,۸۱۰,۵۶۵.۳۰	۱۸۱
۱۱	G2 Esports	\$۱۸,۸۵۸,۳۴۷.۱۷	۷۸۱
۱۲	LGD Gaming	\$۱۷,۳۳۹,۱۴۷.۲۱	۲۴۲
۱۳	All Gamers	\$۱۷,۳۰۳,۳۶۲.۲۵	۱۹۴
۱۴	Vici Gaming	\$۱۵,۷۵۶,۴۷۸.۹۸	۳۱۸

۱-۱-۳ پویایی سنی و عمر کوتاه حرفه‌ای بازیکنان

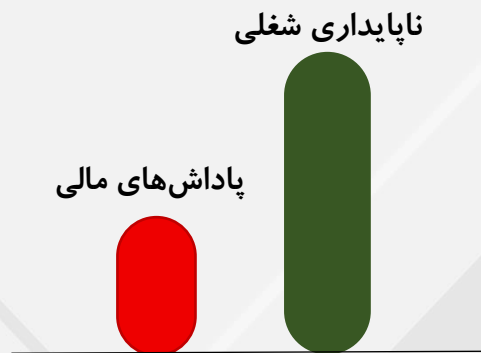
یکی از مهم‌ترین یافته‌های این تحلیل، پویایی سنی درآمدزایی در ورزش‌های الکترونیک است. داده‌های مربوط به «بیشترین درآمدها بر اساس سن» به وضوح نشان می‌دهد که اوج درآمد و فعالیت حرفه‌ای در یک بازه سنی بسیار محدود متمرکز شده است. بازیکنان ۲۱ ساله (با بیش از ۱۴۱ میلیون دلار)، ۲۰ ساله (با بیش از ۱۲۹ میلیون دلار) و ۲۲ ساله (با بیش از ۱۲۶ میلیون دلار) بالاترین درآمدهای مجموع را کسب کرده‌اند. این تمرکز شدید بر اوایل دهه سوم زندگی یک بازیکن، فرضیه عمر کوتاه حرفه‌ای در این رشته را تأیید می‌کند.

مطابق جدول ۴ کاهش درآمدها پس از سن ۲۳ سالگی به شدت مشهود است. برای مثال، درآمد بازیکنان ۲۵ ساله به حدود ۸۰ میلیون دلار کاهش می‌یابد و درآمد بازیکنان ۳۰ ساله تنها به ۱۱.۶ میلیون دلار می‌رسد. این افت سریع می‌تواند به عوامل متعددی نسبت داده شود، از جمله نیاز به واکنش‌های عصبی سریع، فرسودگی ذهنی ناشی از تمرینات فشرده، و فشار دائمی ناشی از ورود استعدادهای جوان‌تر. این پویایی سنی، بر ناپایداری شغلی تأکید می‌کند و نشان می‌دهد که حتی برای موفق‌ترین بازیکنان نیز، یک دوره حرفه‌ای کوتاه مدت و با ریسک بالا در انتظار است.

جدول ۴ بیشترین درآمد بازیکنان بر اساس سن در esports

رتبه	سن (سال)	مجموع درآمد (دلار)	تعداد بازیکنان
۱	۲۱	\$۱۴۱,۳۸۷,۶۲۷.۴۶	۶,۵۰۶
۲	۲۰	\$۱۲۹,۵۴۹,۶۷۷.۲۰	۶,۸۳۰
۳	۲۲	\$۱۲۶,۲۲۵,۱۵۵.۶۳	۵,۸۱۱
۴	۱۹	\$۱۲۳,۹۹۳,۴۸۷.۴۲	۶,۴۶۴
۵	۲۳	\$۱۱۹,۸۹۸,۲۲۲.۰۴	۴,۹۲۰
۶	۲۴	\$۱۱۲,۸۰۷,۳۳۳.۱۶	۳,۹۷۴
۷	۱۸	\$۸۷,۵۴۴,۹۷۳.۰۳	۵,۳۵۴
۸	۲۵	\$۸۰,۱۲۳,۴۶۲.۲۱	۳,۱۴۰
۹	۲۶	\$۵۴,۶۲۳,۳۵۰.۰۶	۲,۵۰۵
۱۰	۲۷	\$۵۱,۴۲۴,۰۳۰.۳۹	۱,۸۹۲
۱۱	۱۷	\$۴۷,۲۴۲,۹۰۴.۳۳	۳,۶۶۴
۱۲	۱۶	\$۲۹,۰۱۷,۹۱۵.۴۳	۲,۲۰۵
۱۳	۲۸	\$۲۴,۶۲۰,۴۱۴.۴۸	۱,۴۴۷
۱۴	۲۹	\$۱۸,۸۰۱,۷۳۹.۹۹	۱,۰۷۱
۱۵	۳۰	\$۱۱,۶۷۵,۸۶۸.۷۱	۸۳۱

داده‌های آماری یک تصویر جامع و در عین حال متناقض از ورزش‌های الکترونیکی ارائه می‌دهند. این صنعت یک اکوسیستم به شدت متمرکز و لایه‌ای است که در آن ثروت و فرصت‌ها در دست نخبگان قرار دارد: کشورها و تیم‌های بزرگ، و بازیکنانی که در سنین خاصی به اوج می‌رسند و در عناوین خاصی فعالیت می‌کنند. این ساختار، در حالی که پاداش‌های مالی بی‌نظیری را برای اقلیت خوش‌شانس فراهم می‌کند، اما چالش‌های جدی اقتصادی و ناپایداری شغلی را برای اکثریت فعالان این عرصه به همراه دارد.



۱۲-۱ وضعیت اقتصادی بازیکنان e-sports؛ از درآمدهای میلیونی تا ناامنی شغلی

چشم‌انداز اقتصادی بازیکنان حرفه‌ای ورزش‌های الکترونیکی تضاد قابل‌توجهی را به نمایش می‌گذارد. در حالی که تعداد محدودی از بازیکنان نخبه درآمدهای چند میلیون دلاری کسب می‌کنند، بخش بزرگی از جامعه بازیکنان با چالش‌های مالی جدی و ناپایداری شغلی روبرو هستند. این ساختار دو قطبی، در کنار برجسته کردن پاداش‌های بالقوه در بالاترین سطوح، بی‌ثباتی اقتصادی موجود در این حرفه را نیز آشکار می‌سازد.

در رأس هرم درآمد، بازیکنان نخبه‌ای قرار دارند که می‌توانند درآمدی در سطح ورزشکاران سنتی کسب کنند. بازی Dota 2 به عنوان یکی از سودآورترین عناوین شناخته می‌شود؛ زیرا مسابقات قهرمانی سالانه آن، The International، دارای صندوق جوایز بسیار بزرگی است که عمدتاً از طریق مشارکت مالی جامعه بازیکنان تأمین می‌شود و اغلب به ده‌ها میلیون دلار می‌رسد (Riot Games,).

2024; به نقل از Esports Insider, 2025). به همین دلیل، فهرست پردرآمدترین بازیکنان تاریخ عمدتاً از قهرمانان Dota 2 تشکیل شده است. به عنوان مثال، Johan "N0tail" Sundstein مجموع درآمد خود را از جوایز نقدی به بیش از ۷.۱ میلیون دلار رسانده است (Esports Earnings, 2024).

❖ فراتر از Dota 2، بازیکنان برتر در سایر عناوین بزرگ نیز درآمدهای قابل توجهی دارند. در بازی Lee Sang-hyeok. League of Legends، بازیکن مشهور، دستمزدی حدود ۲ میلیون دلار در سال دریافت می‌کند و در گذشته، برخی بازیکنان در آمریکای شمالی قراردادهایی به ارزش بیش از ۲ میلیون دلار در سال امضا کرده‌اند (Esports Insider, 2024; Reddit, 2025).

❖ در سطحی پایین‌تر از ستارگان نخبه، دسته‌ای از بازیکنان حقوق‌بگیر ظهور کرده‌اند که عمدتاً به واسطه ایجاد لیگ‌های فرانچایزی پدید آمده‌اند. در لیگ‌هایی مانند League of Legends European Championship (LEC)، بازیکنان از ثبات مالی بالاتری برخوردارند. در سال ۲۰۲۵، میانگین حقوق سالانه بازیکنان LEC حدود ۲۴۰,۰۰۰ یورو بود، و حتی بازیکنان تازه‌کار نیز سالانه حدود ۱۱۵,۰۰۰ یورو دریافت می‌کردند (Riot Games, 2024; Esports Insider, 2025). به همین ترتیب، بازیکنان سطح بالای VALORANT در آمریکای شمالی، ماهانه بین ۳۵,۰۰۰ تا ۴۰,۰۰۰ دلار حقوق می‌گیرند (Riot Games, 2024; به نقل از Esports Insider, 2025). این ساختار درآمدی، حقوق ثابتی را فراهم می‌کند که مستقل از جوایز نقدی مسابقات است.

❖ با این حال، برای اکثریت قریب به اتفاق بازیکنانی که خارج از این ساختارهای فرانچایزی فعالیت می‌کنند، مفهوم «طبقه متوسط ورزش‌های الکترونیکی» بیشتر یک آرمان است تا یک واقعیت. پایداری مالی برای این دسته از بازیکنان دشوار است، زیرا درآمد آن‌ها به شدت به جوایز نامنظم و پراکنده مسابقات وابسته است (Polygon, 2023; St. Edwards University, 2025). مسیر رسیدن به سطح حرفه‌ای پرخطر است. عمر حرفه‌ای بازیکنان معمولاً کوتاه است و اغلب در اوایل دهه سوم زندگی به پایان می‌رسد؛ این امر به دلیل فرسودگی شدید ذهنی، کاهش توانایی‌های واکنش عصبی یا فشار دائمی ناشی از ورود استعدادهای جدید است (MarketsandMarkets, 2024). علاوه بر این،

بسیاری از بازیکنان از نظر قانونی به عنوان پیمانکار مستقل طبقه‌بندی می‌شوند، نه کارمند، و در نتیجه از مزایا و حمایت‌های شغلی معمول، مانند بیمه و حقوق بازنشستگی، محروم هستند (Polygon, 2023; به نقل از St. Edwards University, 2025).

هدف اصلی از معرفی سیستم فرانچایز، مقابله با همین ناپایداری‌ها بود. با الگوبرداری از ساختار لیگ‌های ورزشی سنتی، این مدل سعی داشت سرمایه‌گذاری بلندمدت را جذب کند و امکان پرداخت دستمزدهای ثابت و بالا را فراهم آورد (Forbes, 2023; Syracuse University, 2025). این تلاش تا حدودی موفق بوده و توانسته یک طبقه از بازیکنان با حقوق بالا را در درون ساختارهای بسته خود ایجاد کند. با این حال، این مدل یک پیامد جانبی منفی نیز به همراه داشته است: تورم شدید دستمزدها. رقابت شدید بین تیم‌ها برای جذب تعداد محدودی از بازیکنان نخبه در لیگ‌های فرانچایزی، باعث شده است که دستمزدها به سطوحی برسد که اغلب با درآمدهای واقعی تیم‌ها یا بازیکنان تناسبی ندارد. برای مثال، گزارش‌هایی از میانگین دستمزد بیش از ۴۱۰,۰۰۰ دلار برای بازیکنان LCS آمریکا در سال ۲۰۲۰ و حقوق ماهانه تیم‌های Counter-Strike تا ۲۴۰,۰۰۰ دلار، گواهی بر این روند هستند (Esports Observer, 2024; Esports Insider, 2025; Digiday, 2025).

این حباب دستمزدی یکی از دلایل اصلی زیان‌دهی بسیاری از سازمان‌های ورزش‌های الکترونیکی است و کل اکوسیستم را به شدت شکننده و وابسته به حمایت مستمر سرمایه‌گذاران و حامیان مالی برای جبران زیان‌های عملیاتی کرده است (Esports Insider, 2024; Reddit, 2025). در نتیجه، ساختاری شبه‌انحصاری موسوم به «فروشگاه بسته» (closed shop) پدید آمده که اگرچه برای بازیکنانی که در این نظام قرار دارند مزایایی دارد، اما در عین حال، ورود استعدادهای جدید را دشوارتر ساخته و باعث کمبود منابع و فرصت‌ها برای سطوح توسعه‌ای حیاتی مانند دسته‌های دوم و سوم شده است.

در نهایت، مدل فرانچایز با ایجاد یک طبقه کوچک و ثروتمند از بازیکنان نخبه، به یک ساختار هزینه‌ای دامن زده که از نظر اقتصادی پایدار نیست و اکنون موجودیت همان سازمان‌هایی را که این بازیکنان را استخدام کرده‌اند، تهدید می‌کند. از این منظر، اقتصاد بازیکنان بازتابی از دینامیک مالی گسترده‌تر صنعت ورزش‌های الکترونیک است: بازاری با ساختاری متمایل به رأس هرم، رقابت شدید، تمرکز ثروت در قله و در عین حال، فقدان پایداری اقتصادی بلندمدت برای اکثریت فعالان این عرصه.



۱-۱۳ زیرساخت فناوری در ورزش‌های الکترونیک: نوآوری به مثابه نیروی محرک توسعه و

تحول

صنعت ورزش‌های الکترونیک (e-sports) پدیده‌ای است که در بطن فناوری متولد شده و پیوندی ناگسستنی با آن دارد. تحول این حوزه از یک سرگرمی کوچک و محلی به یک نمایش جهانی، به طور مستقیم مرهون پیشرفت‌های چشمگیر در حوزه‌های محاسباتی، شبکه‌ای و تولید رسانه‌ای است. این بخش به بررسی جامع فناوری‌های کلیدی می‌پردازد که نه تنها بستر رقابت‌های بازی‌های ویدئویی را فراهم کرده‌اند، بلکه به طور مداوم در حال دگرگون‌سازی نحوه انجام، تماشا و تجاری‌سازی این ورزش هستند. از زیرساخت‌های پایه‌ای شبکه‌های محلی و اینترنت گرفته تا کاربردهای پیشرفته رایانش ابری، هوش مصنوعی و واقعیت‌های فراگیر، فناوری ستون فقرات بی‌چون و چرای صنعت e-sports محسوب می‌شود.

۱-۱۳-۱ سیر تکاملی فناوری‌های پایه در e-sports: از رقابت‌های محلی تا زیرساخت‌های

ابری جهانی

سیر تکاملی صنعت ورزش‌های الکترونیک به طور عمیقی با پیشرفت‌های فناوری ارتباطی و محاسباتی گره خورده است. نخستین رقابت‌های ثبت‌شده در این حوزه، مانند «المپیک Spacewar!» در سال ۱۹۷۲ (Sports Planning Guide, 2025) و بازی‌های آرکید دهه ۱۹۸۰، به دلیل محدودیت‌های فنی، نیازمند حضور فیزیکی بازیکنان در یک مکان مشخص بودند (Wikipedia,)

2025). با ظهور فناوری شبکه‌های محلی (LAN) در دهه ۱۹۹۰، امکان رقابت‌های تیمی با تأخیر کم در بازی‌هایی مانند *Doom* و *Counter-Strike* فراهم شد (Wikipedia, 2025). این تحول امکان برگزاری رویدادهایی با چندین کامپیوتر متصل به هم را فراهم آورد، اما همچنان مستلزم گردهمایی فیزیکی بازیکنان در رویدادهایی موسوم به «LAN Party» بود.

نقطه عطف بعدی، گسترش اینترنت و ظهور پلتفرم‌هایی مانند Battle.net در سال ۱۹۹۶ بود که رقابت‌های آنلاین را در مقیاس جهانی و بدون نیاز به حضور فیزیکی ممکن ساخت (Wikipedia, 2025). اینترنت رقابت را از یک رویداد محلی به یک پدیده جهانی تبدیل کرد و زمینه را برای ظهور لیگ‌ها و تورنمنت‌های بین‌المللی فراهم آورد.

در عصر حاضر، فناوری رایانش ابری (Cloud Computing) موج جدیدی از تحول را در تولید و پخش مسابقات e-sports ایجاد کرده است. این فناوری با استفاده از سرورهای قدرتمند، امکان جمع‌آوری فیدهای بازی بازیکنان از سراسر جهان را به صورت همزمان فراهم می‌آورد و امکان تولید و پخش یکپارچه و متمرکز رقابت‌ها را ممکن می‌سازد (IABM, 2025). این تأثیر دوگانه است: از یک سو، به واسطه کاهش چشمگیر هزینه‌های فنی، به دموکراتیک‌سازی فرآیند تولید محتوا کمک کرده و به برگزارکنندگان کوچک‌تر نیز اجازه می‌دهد تا پخش‌هایی با کیفیت حرفه‌ای تولید کنند (Esports Insider, 2023). از سوی دیگر، موجب تمرکزگرایی می‌شود، زیرا وابستگی صنعت به تعداد محدودی از ارائه‌دهندگان بزرگ خدمات ابری مانند Amazon Web Services (AWS) و Google Cloud و Microsoft Azure افزایش می‌یابد. موفقیت این الگو به تحقق مفهوم «تأخیر قطعی» (Deterministic Latency) وابسته است یعنی دستیابی به یک تأخیر بسیار پایین و پایدار که هم برای حفظ عدالت رقابتی و هم برای ارتقای تجربه تماشاگران، حیاتی است (IABM, 2025).



۱-۱۳-۲ انقلاب استریمینگ در ورزش‌های الکترونیکی: موتور اصلی رشد مخاطبان و ارزش

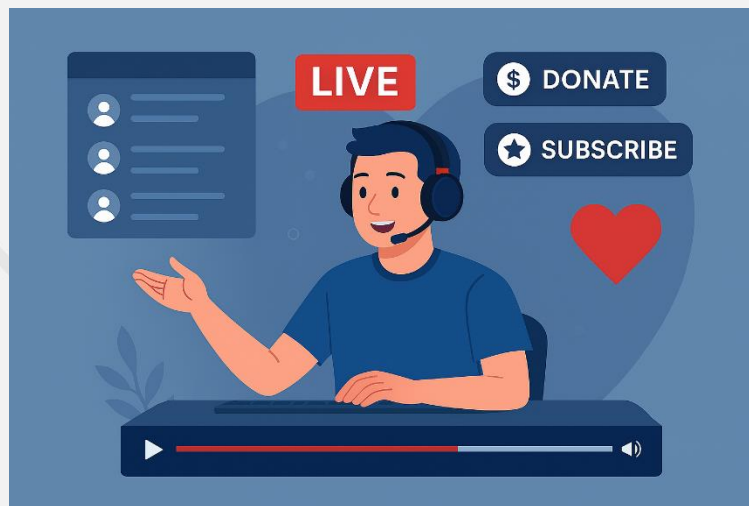
اقتصادی

پلتفرم‌های پخش زنده نظیر Twitch، YouTube Gaming و Facebook Gaming نقش بی‌بدیلی در رشد مخاطبان و افزایش ارزش اقتصادی صنعت e-sports ایفا کرده‌اند (MarketsandMarkets, 2024). این پلتفرم‌ها با حذف موانع جغرافیایی رسانه‌های سنتی، امکان دسترسی جهانی به رقابت‌های بازی‌های ویدئویی را برای صدها میلیون نفر فراهم کرده‌اند (Streamworks, 2025). به لطف این پلتفرم‌ها، امروزه برخی از تورنمنت‌های بزرگ e-sports از نظر تعداد بیننده، با رویدادهای بزرگ ورزش‌های سنتی رقابت می‌کنند (St. Louis Fed, 2022). و حدود ۶۰٪ از مخاطبان e-sports از Twitch به عنوان پلتفرم اصلی استفاده می‌کنند (Abios Gaming, 2025).

نوآوری کلیدی این پلتفرم‌ها در ماهیت تعاملی آن‌ها نهفته است. قابلیت‌هایی مانند گفت‌وگوی زنده، کمک‌های مالی (Donations) و اشتراک‌ها (Subscriptions)، یک کانال ارتباطی دوسویه و بی‌واسطه بین تولیدکنندگان محتوا و مخاطبان ایجاد می‌کند. این تعامل نه تنها حس تعلق و اجتماع قوی‌تری را در بین تماشاگران ایجاد می‌کند، بلکه آن‌ها را از «بینندگان منفعل» به شرکت‌کنندگان فعال تبدیل می‌سازد (Streamworks, 2025).

این مدل تعاملی، همچنین مسیرهای شغلی جدید و منابع درآمدزایی متنوعی را به وجود آورده است. بازیکنان و استریمرها اکنون می‌توانند برند شخصی خود را بسازند و به صورت مستقیم از طریق حمایت‌های مالی، اشتراک‌ها و تبلیغات از طرفداران درآمدزایی کنند، بدون اینکه الزاماً به جوایز مسابقات متکی باشند (British Esports Federation, 2025). به عنوان مثال، Tyler "Ninja" Blevins تنها در سال ۲۰۱۹ از طریق استریم درآمدی بالغ بر ۱۷ میلیون دلار کسب کرد، که نشان‌دهنده قدرت اقتصادی چشمگیر این مدل است (St. Louis Fed, 2022). از آنجا که این

پلتفرم‌ها مسیر اصلی تعامل طرفداران با e-sports را در اختیار دارند، به نوعی نقش نهادهای تنظیم‌گر غیررسمی در این فضا را ایفا می‌کنند. ویژگی‌ها، الگوریتم‌ها و تصمیمات آن‌ها، نه تنها بر هنجارهای فرهنگی جامعه اثرگذار است، بلکه نقش تعیین‌کننده‌ای در سلامت اقتصادی و اجتماعی کل اکوسیستم ایفا می‌کند (Streamworks, 2025; British Esports Federation, 2025).



۱-۳-۳ تجربه‌ای نو برای تماشاگران: تحول در پخش و تولید محتوای e-sports

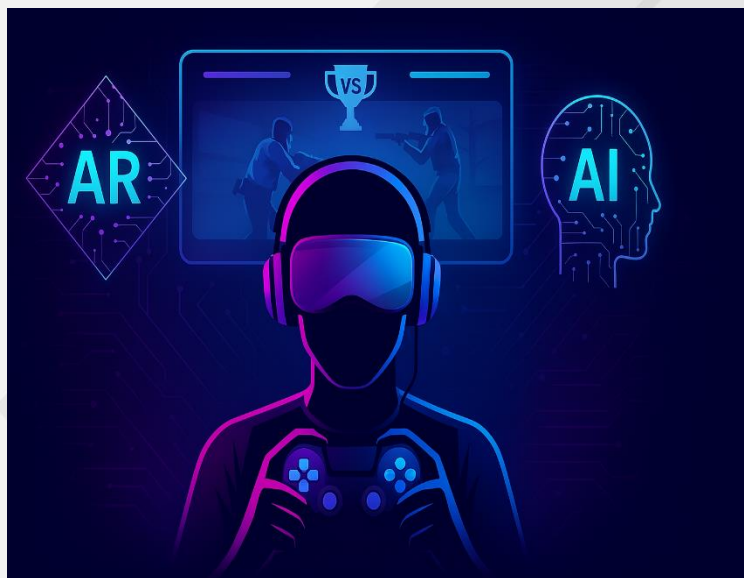
پخش ورزش‌های الکترونیکی به سرعت از استریم‌های ساده گیم‌پلی به تولیداتی بسیار پیچیده تبدیل شده است که نه تنها بهترین شیوه‌های رسانه‌های ورزشی سنتی را تقلید می‌کنند، بلکه در نوآوری‌های فناوری و تعامل‌پذیری از آن‌ها پیشی می‌گیرند. این تحول با هدف خلق تجربه‌هایی غوطه‌ورکننده‌تر، جذاب‌تر و بصری‌خیره‌کننده برای مخاطبان جوان و آشنا با فناوری که نوآوری را می‌طلبند، هدایت می‌شود.

یکی از حوزه‌های کلیدی نوآوری، ادغام فناوری‌های تولید مجازی است، به‌ویژه صحنه‌های مجازی و واقعیت افزوده (AR). شرکت‌های تولیدی با استفاده از ابزارهای قدرتمند رندرینگ سه‌بعدی بلادرنگ، به‌ویژه Unreal Engine، محیط‌های مجازی خیره‌کننده و لایه‌های واقعیت افزوده‌ای خلق می‌کنند که جهان دیجیتال و فیزیکی را به‌طور بی‌نقصی در هم می‌آمیزد (Esports Insider, 2023). این فناوری امکان خلق لحظات تماشایی خالص را فراهم می‌آورد که در ورزش‌های سنتی غیرممکن است. برای مثال، در قهرمانی جهانی *League of Legends* در سال ۲۰۱۷، یک اژدهای عظیم رندر شده با واقعیت افزوده به نظر می‌رسید که در اطراف استادیوم واقعی پرواز می‌کند و لحظه‌ای ویروسی

برای میلیون‌ها بیننده خانگی ایجاد کرد (Esports Insider, 2023). این فناوری به پخش‌کنندگان اجازه می‌دهد تا شخصیت‌های درون بازی را به زندگی بیاورند، به گونه‌ای که آنها در کنار مجریان و بازیکنان واقعی روی صحنه ظاهر شوند و مرز بین دنیای بازی و دنیای واقعی را بیش از پیش محو کنند (Pixotope, 2025).

این جلوه‌های بصری تحت پوشش ادغام عمیق داده‌های بلادرنگ قرار دارند. پخش ورزش‌های الکترونیکی ذاتاً سرشار از داده است و شرکت‌هایی مانند Zero Density و Pixotope پلتفرم‌های پیچیده‌ای توسعه داده‌اند که این داده‌ها را برای روایتگری پیشرفته به کار می‌گیرند (Pixotope, 2025). این سیستم‌ها قادرند داده‌های زنده سرور بازی را استخراج کرده و گرافیک‌های پویا نمایش‌دهنده آمار بازیکنان تولید کنند، صحنه‌های چندسطحی سه‌بعدی پیچیده‌ای ایجاد کنند که وضعیت بازی را به تصویر می‌کشند، و لایه‌های تحلیلی فراهم آورند که به مفسران کمک می‌کند استراتژی‌های پیچیده را به مخاطبان توضیح دهند (Pixotope, 2025). این رویکرد مبتنی بر داده، پخش را از یک نمایش ساده از اتفاقات بازی به روایتی غنی، تحلیلی و قابل‌درک تبدیل می‌کند.

۱-۳-۴ آینده فناوری در ورزش‌های الکترونیکی: هم‌زیستی استراتژیک انسان و هوش مصنوعی



آینده فناوری در e-sports با ادغام سه فناوری کلیدی یعنی هوش مصنوعی (AI)، واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR) شکل خواهد گرفت؛ تحولاتی که نه تنها نحوه انجام بازی‌ها را دگرگون می‌کنند، بلکه تجربه تماشای آنها را نیز از اساس متحول خواهند کرد.

نقش هوش مصنوعی (AI): هوش مصنوعی در حال حاضر در حوزه‌های مختلفی در e-sports

مورد استفاده قرار می‌گیرد و نقش آن به سرعت در حال افزایش است:

❖ **افزایش عملکرد بازیکنان:** پلتفرم‌هایی مانند SenpAI.GG با تحلیل داده‌های بازی، مشاوره‌های شخصی‌سازی شده و بینش‌های راهبردی برای بهبود عملکرد ارائه می‌دهند (Capella University, 2025).

❖ **حفظ یکپارچگی رقابتی:** سیستم‌های مبتنی بر AI برای کشف تقلب در بازی‌ها استفاده می‌شوند و با شناسایی الگوهای غیرعادی، عدالت رقابتی را تضمین می‌کنند (Capella University, 2025).

❖ **غنای بیشتر در گیم‌پلی:** هوش مصنوعی با خلق رقبای غیرانسانی (NPC) هوشمندتر، بازی‌ها را واقع‌گرایانه‌تر و چالش‌برانگیزتر می‌سازد (Capella University, 2025).

❖ **بازاریابی شخصی‌سازی شده:** هوش مصنوعی با تحلیل رفتار مخاطبان، تبلیغات هدفمندتری را به طرفداران نمایش می‌دهد و بازدهی بازاریابی را افزایش می‌دهد (Capella University, 2025).

واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR): این فناوری‌ها قصد دارند تجربه تماشاگران را به

طور کامل متحول کنند:

واقعیت مجازی امکان مشاهده مسابقات از داخل دنیای بازی را فراهم می‌کند، به طوری که بیننده می‌تواند تجربه یک رقابت را از دید بازیکنان یا حتی از یک دیدگاه آزاد و غوطه‌ورکننده تجربه کند. نمونه‌ای از این کاربرد در بازی Dota 2 دیده شده است (Wikipedia, 2025).

واقعیت افزوده می‌تواند داده‌های دیجیتال مانند آمار بازیکنان، نقشه‌ها و گرافیک‌های تحلیلی را به صورت لایه‌لایه روی پخش زنده یا حتی در فضاهای فیزیکی مانند استادیوم‌ها نمایش دهد، که تجربه‌ای تعاملی‌تر برای مخاطب فراهم می‌کند (Capella University, 2025). با این حال، هزینه‌های بالا و نیازهای فنی پیشرفته همچنان موانعی برای گسترش گسترده این فناوری‌ها هستند (University of Rochester, 2025).

تکامل رابطه انسان و هوش مصنوعی: تأثیرگذارترین تحول بلندمدت در e-sports ممکن است در رابطه انسان و AI رخ دهد. هوش مصنوعی دیگر تنها یک ابزار تمرینی نیست، بلکه در حال تبدیل شدن به یک رقیب جدی است. برای مثال، پروژه OpenAI توانست در رقابتی نزدیک، بازیکنان حرفه‌ای Dota 2 را به چالش بکشد و توانایی‌های استراتژیک شگفت‌انگیزی از خود نشان دهد (Syracuse University, 2025). این پدیده منجر به ایجاد یک «حلقه تکاملی هم‌زیستانه» می‌شود؛ جایی که انسان و AI به طور متقابل از یکدیگر یاد می‌گیرند و استراتژی‌های جدیدی را توسعه می‌دهند.

در آینده، ممکن است اوج رقابت‌ها دیگر تنها میان انسان‌ها نباشد. فرمتی ترکیبی ممکن است شکل بگیرد؛ جایی که تیم‌های انسان-تقویت‌شده با AI یا حتی رقابت‌هایی میان انسان و یک «ابر-حریف» مبتنی بر هوش مصنوعی برگزار شود. در چنین سناریویی، AI نه فقط یک ابزار حمایتی، بلکه یک شرکت‌کننده محوری در رقابت‌ها خواهد بود و معیارهای برتری رقابتی را از اساس بازتعریف خواهد کرد.



۱-۴ ساختار اجتماعی ورزش‌های الکترونیکی: جوامع، مشاغل و چالش‌ها

فراتر از جنبه‌های فنی و اقتصادی، جوهره اصلی ورزش‌های الکترونیکی ساختار اجتماعی پیچیده‌ای است که از جوامع پرشور، حرفه‌های پرچالش و مسائل اجتماعی قابل توجه تشکیل شده است. این بخش به بررسی این عنصر انسانی می‌پردازد و دموگرافی، پویایی‌های جامعه، واقعیت‌های شغلی بازیکنان حرفه‌ای، اکوسیستم مشاغل غیربازیکنی و چالش‌های حیاتی مانند مسمومیت فرهنگی و تنوع را که برای مشروعیت و سلامت بلندمدت صنعت حیاتی هستند، تحلیل می‌کند.



۱-۱۴-۱ شناخت جامعه e-sports: چه کسانی بازی می‌کنند و چگونه با هم ارتباط دارند؟

جامعه و مخاطبان ورزش‌های الکترونیکی یک جمعیت متمایز و ارزشمند از نظر اقتصادی را تشکیل می‌دهند. عمده مخاطبان جوان، بومی دیجیتال و مرفه هستند. اکثر آن‌ها در رده سنی ۱۸ تا ۳۴ سال قرار دارند، به طوری که نسل هزاره (۲۵ تا ۴۱ سال) و نسل Z (۱۶ تا ۲۴ سال) در مجموع تقریباً ۷۶٪ از کل بینندگان را تشکیل می‌دهند (Dept, 2025). اگرچه جامعه عمدتاً مردانه است و مردان حدود ۷۰٪ طرفداران را شامل می‌شوند، جمعیت زنان نیز قابل توجه و به سرعت در حال رشد است. داده‌های سال ۲۰۲۱ نشان می‌دهد که زنان ۴۵٪ از کل گیمرهای ایالات متحده را تشکیل می‌دهند که نشان‌دهنده یک پایه مشارکت‌کننده قابل توجه و رو به گسترش است (Dept, 2025). از نظر اقتصادی، طرفداران e-sports یک گروه جذاب برای بازاریابان محسوب می‌شوند، زیرا اغلب در گروه درآمدی بالاتر از میانگین قرار دارند و تمایل به هزینه کردن برای علایق خود دارند (Colormatics, 2022).

جامعه و مخاطبان ورزش‌های الکترونیکی

۷۶٪ نسل هزاره و نسل Z



فراتر از ویژگی‌های جمعیتی، ورزش‌های الکترونیکی نیروی قدرتمندی در ایجاد اجتماعات دیجیتال است. بسیاری از کاربران این فضا را به عنوان «جایگاه سوم» خود - فضایی خارج از خانه و محل کار - در نظر می‌گیرند؛ مکانی مجازی که احساس تعلق و هویت را، به ویژه برای افرادی که در فعالیت‌های سنتی احساس طردشدگی دارند، فراهم می‌کند (ResearchGate, 2025; Gaming Concepts, 2025). بازی‌های تیمی نیز مهارت‌های مهمی مانند کار گروهی و ارتباط مؤثر را تقویت می‌کنند (YMCA of Greater Brandywine, 2025).

این اجتماعات دیجیتال، شکل‌های مختلفی از سرمایه اجتماعی را تولید می‌کنند: از یک سو، «سرمایه اجتماعی پیوندی» (Bonding Social Capital) در میان اعضای یک تیم شکل می‌گیرد و از سوی دیگر، «سرمایه اجتماعی پل‌زن» (Bridging Social Capital) میان بازیکنان با پس‌زمینه‌های فرهنگی و جغرافیایی مختلف توسعه می‌یابد. این روابط مجازی در بسیاری موارد به دوستی‌های واقعی در دنیای فیزیکی نیز منجر می‌شوند (Guo Freeman, 2025; Guul Games, 2025).

با این حال، یک پارادوکس اساسی نیز وجود دارد. در حالی که ورزش‌های الکترونیکی بستری برای شکل‌گیری ارتباطات اجتماعی عمیق فراهم می‌آورد، پلتفرم‌های دیجیتالی که این تعاملات را ممکن می‌سازند، به طور همزمان محیطی برای بروز رفتارهای سمی، خشونت کلامی و آزار آنلاین نیز هستند (Cogitatio Press, 2025). افزون بر این، فشارهای سنگین ناشی از تمرینات حرفه‌ای می‌تواند به انزوای اجتماعی بازیکنان از زندگی خارج از بازی منجر شود (St. Edwards University, 2025). بنابراین، تجربه اجتماعی در e-sports ماهیتی دوگانه و پیچیده دارد: از یک سو پتانسیل بزرگی برای جامعه‌سازی و پیوندهای انسانی ارائه می‌دهد و از سوی دیگر، به دلیل دینامیک‌های منفی فضای آنلاین و فشارهای حرفه‌ای، پیوسته در معرض تهدید قرار دارد.

۱-۴-۲ مسیر دشوار بازیکنان حرفه‌ای: چالش‌های جسمی، روانی و عمر کوتاه شغلی

زندگی یک ورزشکار حرفه‌ای در حوزه ورزش‌های الکترونیکی با فشارهای فوق‌العاده‌ای همراه است که منجر به مشکلات جدی جسمی و روانی و در نهایت، کوتاه شدن عمر حرفه‌ای آن‌ها می‌شود. از نظر جسمی، بازیکنان حرفه‌ای ساعت‌های طولانی در روز تمرین می‌کنند (PubMed Central, 2025). این سبک زندگی کم‌تحرک و تکرارشونده، منجر به نرخ بالای خستگی چشم (۵۶٪)، درد گردن و کمر (۴۲٪) و آسیب‌های جدی مانند سندروم تونل کارپال می‌شود که می‌تواند به دوران حرفه‌ای آن‌ها پایان دهد (Exercise Medicine, 2025 & BMJ Open Sport). علاوه بر این، سبک زندگی کم‌تحرک می‌تواند ریسک ابتلا به بیماری‌های مزمن دیگر را نیز افزایش دهد (Esports Insider, 2025).

از نظر روانی، بازیکنان تحت فشار روانی شدیدی قرار دارند که به فرسودگی روانی (Burnout)

منجر شده و باعث می‌شود بسیاری از آن‌ها در سنی بازنشسته شوند که ورزشکاران رشته‌های سنتی تازه به اوج خود رسیده‌اند (MarketsandMarkets, 2024). این فشارهای مداوم، زمینه‌ساز اضطراب، افسردگی و اختلالات خواب است. در همین راستا، سازمان جهانی بهداشت (WHO) اختلال بازی (Gaming Disorder) را به عنوان یک وضعیت رسمی روان‌پزشکی به رسمیت شناخته است (PubMed Central, 2025).

در واکنش به این چالش‌ها، صنعت e-sports به تازگی اقدام به استخدام مربیان عملکرد کرده است؛ افرادی که مسئول سلامت کلی ورزشکاران هستند و بر آمادگی جسمانی و سلامت روان آن‌ها نظارت می‌کنند (Esports Insider, 2025). با این حال، این اقدامات نشان‌دهنده یک نقص ساختاری بنیادین در اکوسیستم فعلی است: e-sports مدل فشار بالای ورزش‌های سنتی را اقتباس کرده، اما بدون فراهم‌سازی زیرساخت‌های حمایتی لازم برای سلامت ورزشکاران. فرهنگ غالب «چرخش بی‌وقفه» (Grind Culture) که بازیکنان را به عنوان منابع مصرفی و جایگزین‌پذیر می‌بیند، نه تنها برای افراد مضر است، بلکه برای سلامت بلندمدت این صنعت نیز پایدار نخواهد بود. این وضعیت نشان می‌دهد که e-sports در یک نقطه عطف بحرانی قرار دارد و حرکت به سوی یک مدل جامع و سلامت‌محور برای پرورش ورزشکاران، نه فقط یک ضرورت اخلاقی، بلکه یک استراتژی حیاتی برای بقا و پایداری بلندمدت این ورزش نوظهور محسوب می‌شود.

۱-۴-۳ مشکل سمیت و آزار در ورزش‌های الکترونیک

پدیده سمیت (Toxicity) که شامل خشونت کلامی، آزار و تهدید می‌شود، به یک معضل ساختاری در بازی‌های آنلاین تبدیل شده و نه تنها بر تجربه اکثریت بازیکنان تأثیر گذاشته، بلکه اعتبار و پایداری صنعت e-sports را نیز تهدید می‌کند.

آمارها در این زمینه نگران‌کننده هستند:

بین ۷۰ تا ۸۰ درصد از بازیکنان آنلاین تجربه مستقیم یا غیرمستقیم آزار را گزارش کرده‌اند (Besedo, 2025).

این مشکل برای زنان شدیدتر است؛ به طوری که ۷۷ درصد از آنان با تبعیض جنسیتی مواجه بوده‌اند (World Economic Forum, 2024).

طبق یک نظرسنجی در سال ۲۰۲۳، ۷۶ درصد از بازیکنان بزرگسال، دست‌کم یک نوع از آزار یا خشونت را تجربه کرده‌اند (PubMed Central, 2025).

این فضای سمی پیامدهای واقعی دارد. برای مثال:

۵۲ درصد از زنان به دلیل تجربه آزار، از یک بازی کناره‌گیری کرده‌اند (Besedo, 2025).

۲۲ درصد از کل بازیکنان نیز به همین دلیل بازی را ترک کرده‌اند (World Economic Forum, 2024).

۲۸ درصد از کاربران، بازی‌هایی را که شهرت منفی در زمینه جامعه بازیکنان دارند، به طور کامل نادیده می‌گیرند (World Economic Forum, 2024).

دلایل ریشه‌ای سمیت: دلایل اصلی این رفتارهای منفی عبارتند از:

فشار بالای رقابت در بازی‌های آنلاین (PubMed Central, 2025).

ناشناس بودن کاربران در محیط مجازی که باعث کاهش مسئولیت‌پذیری رفتاری می‌شود (PubMed Central, 2025).

فرهنگ غالب مردسالارانه و افراطی در فضای گیمینگ که اغلب برای اقلیت‌ها، به ویژه زنان و افراد از جوامع حاشیه‌نشین، خصمانه و دافع است (Cogitatio Press, 2025).

راهکارهای مقابله با سمیت: در واکنش به این بحران، صنعت بازی‌سازی و ورزش‌های الکترونیکی در حال توسعه ابزارهای جدید برای کاهش این پدیده هستند. برخی از این راهکارها عبارتند از: استفاده از **هوش مصنوعی** برای تعدیل محتوای چت متنی و صوتی (Utopia Analytics, 2021).

تدوین قوانین رفتاری شفاف‌تر و اجرای منسجم‌تر سیاست‌های جامعه کاربری.

تحقیقات نشان می‌دهد تمرکز بر روی کمتر از ۳ درصد از کاربرانی که مسئول تولید بخش عمده‌ای از محتوای سمی هستند، می‌تواند اثربخش باشد (World Economic Forum, 2024). این تلاش‌ها نه تنها برای حفظ سلامت روانی بازیکنان، بلکه برای بقای بلندمدت صنعت e-sports

ضروری هستند.

۱-۴-۱ برنامه‌ها و پروژه‌های DEI: مسیر به سوی برابری و شمول

در پاسخ به چالش‌های تنوع و شمول، پروژه‌ها و سازمان‌های مختلفی با هدف افزایش تنوع، برابری و شمول (DEI) شکل گرفته‌اند:

- ▶ پلتفرم‌های اجتماعی مانند **ThegameHERs** برای حمایت از زنان در گیمینگ.
- ▶ سازمان‌های مردم‌نهاد مانند **Cxmmunity** که بر مشارکت اقلیت‌ها تمرکز دارند.
- ▶ گروه‌های حمایت‌گر مانند **AnyKey** که برای ایجاد فضای منصفانه تلاش می‌کنند (FITGMR, 2025).

یکی از نمونه‌های برجسته، طرح **Equal Esports** در اروپا است که با فراهم کردن مربی‌گری حرفه‌ای و حمایت ساختاری، به پرورش استعداد‌های زنان و افراد نان‌باینری کمک می‌کند. نتیجه این طرح، شکل‌گیری یک تیم رقابتی از بازیکنان زن و نان‌باینری بوده است (esports player foundation, 2025). همچنین، تلاش برای تنوع‌بخشی باید از مرحله طراحی بازی آغاز شود و استودیوها باید در خلق بازی‌هایی با شخصیت‌ها و روایت‌های فراگیرتر نقشی فعال‌تر ایفا کنند (Mohawk College, 2025). این اقدامات حیاتی، نه تنها به بهبود تجربه کاربران کمک می‌کنند، بلکه به مشروعیت و پایداری بلندمدت صنعت ورزش‌های الکترونیک نیز منجر خواهند شد.



۱-۵-۱ پدیده فرهنگی: ورزش‌های الکترونیک و بازتاب ارزش‌های عصر دیجیتال در جهان

ورزش‌های الکترونیک (e-sports) از ریشه‌های خود به عنوان یک سرگرمی حاشیه‌ای فراتر رفته و به یک نیروی فرهنگی در قرن بیست‌ویکم تبدیل شده‌اند. تأثیر آن‌ها مرزهای جغرافیایی را پشت سر گذاشته، اما نحوه بروز فرهنگی آن در مناطق مختلف جهان یکسان نیست. این بخش، ورزش‌های الکترونیک را در بافت فرهنگی وسیع‌تری قرار می‌دهد؛ با تمرکز بر دینامیک‌های خاص سه قطب اصلی آن (آمریکای شمالی، اروپا و آسیا)، رابطه پیچیده و در حال همگرایی آن با ورزش‌های سنتی، و

همچنین سیر تحول آن از یک خرده‌فرهنگ به جریان اصلی سرگرمی جهانی.

۱-۱۵-۱ روایت سه قاره: دینامیک‌های فرهنگی در آمریکای شمالی، اروپا و آسیا

با آنکه ورزش‌های الکترونیکی پدیده‌ای جهانی هستند، فرهنگ آن در سه مرکز اصلی‌اش آمریکای شمالی، اروپا و آسیا به شکل قابل‌توجهی متفاوت نمود پیدا می‌کند. این تفاوت‌ها ریشه در ترجیحات پلتفرمی، انتظارات طرفداران و نقش دولت‌ها دارند و باعث ایجاد اکوسیستم‌هایی متمایز شده‌اند.

آسیا:

به ویژه آسیای شرقی، شامل چین و کره جنوبی، اولین منطقه‌ای بود که ورزش‌های الکترونیکی در آن به طور گسترده وارد فرهنگ جریان اصلی شدند. برای نمونه، کره جنوبی از سال ۲۰۰۰ اقدام به صدور مجوز رسمی برای بازیکنان حرفه‌ای کرد (Wikipedia, 2025). در این منطقه، فرهنگ حاکم بر ورزش‌های الکترونیکی شدیداً رقابتی است. برای تیم‌ها و بازیکنان، موفقیت رقابتی هدف اصلی و گاه یگانه مسیر ساخت برند و کسب شهرت گسترده محسوب می‌شود (Digiday, 2023). به همین دلیل، چهره‌های پرنفوذ در این فضا، معمولاً بازیکنان حرفه‌ای برتری مانند **Faker** در بازی *League of Legends* هستند، نه صرفاً شخصیت‌های سرگرم‌کننده (Digiday, 2023). از نظر فناوری و رسانه، بازار آسیایی تحت سلطه فرهنگی و رقابتی بازی‌های موبایلی است که بخش بسیار گسترده‌تر و جدی‌تری از فضای ورزش‌های الکترونیکی را نسبت به غرب تشکیل می‌دهند (Digiday, 2023).

آمریکای شمالی:

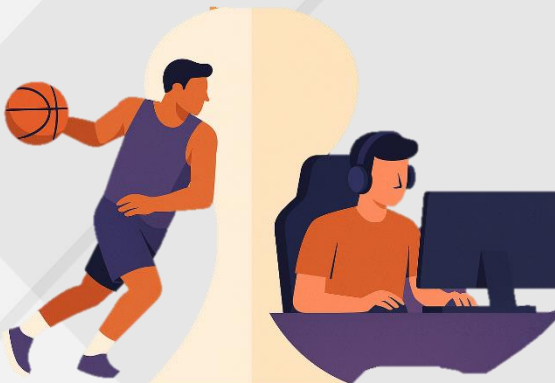
در آمریکای شمالی، فرهنگی حاکم است که تعادل بیشتری میان دو قطب رقابت و سرگرمی برقرار می‌کند. گرچه پیروزی همچنان اهمیت دارد، اما ساخت برند شخصی از طریق شخصیت‌پردازی، تولید محتوا و جذابیت سرگرمی نیز مسیری معتبر و اغلب بسیار سودآور برای موفقیت محسوب می‌شود. اینفلوئنسرها و استریم‌های کاریزماتیک قادرند دنبال‌کنندگان بسیار گسترده‌ای برای خود ایجاد کنند و حتی بدون حضور در بالاترین سطوح رقابت حرفه‌ای، به شخصیت‌های مرکزی اکوسیستم ورزش‌های الکترونیکی تبدیل شوند (Digiday, 2023). از نظر فناوری، بازی‌های کنسولی بر روی پلتفرم‌هایی

مانند *Xbox* و *PlayStation* در آمریکای شمالی پایگاه فرهنگی بسیار نیرومندتری نسبت به آسیا دارند (EGamersWorld, 2025). صحنه رقابتی در این منطقه پویا و عمدتاً توسط تعداد محدودی از عناوین پرفروش سطح یک، مانند *Call of Duty League of Legends* و *VALORANT*، هدایت می‌شود (Digiday, 2023).

اروپا:

در مقابل، اروپا شاهد چشم‌اندازی فرهنگی متنوع و چندپاره است. این قاره میزبان صحنه‌های ملی و منطقه‌ای قدرتمند متعددی است. از نظر فناوری، بازی‌های رایانه‌ای (PC) در اروپا از جایگاهی بسیار قوی و ریشه‌دار تاریخی برخوردارند، با گرایش فرهنگی عمیق به ژانرهای پیچیده‌تری مانند استراتژی هم‌زمان، شبیه‌سازی و نقش‌آفرینی (EGamersWorld, 2025). ویژگی برجسته صحنه اروپایی، احساس قوی جامعه‌محور بودن و در سال‌های اخیر، حمایت‌های رو به افزایش دولت‌ها بوده است. برخی کشورها در اروپا شروع به شناسایی رسمی ورزش‌های الکترونیکی کرده‌اند و قوانینی برای تقویت این صنعت در سطح ملی تصویب نموده‌اند، چرا که آن را بخشی کلیدی از توسعه اقتصاد دیجیتال خود می‌دانند (Digiday, 2023).

۱-۱۵-۲ درهم آمیختگی مرزها: رابطه و تأثیر متقابل ورزش‌های الکترونیکی و ورزش‌های سنتی
رابطه میان ورزش‌های الکترونیکی و ورزش‌های سنتی در حال تبدیل شدن به شکلی از همگرایی فزاینده و تأثیر متقابل است. این پویایی، در حال بازتعریف مدل‌های تجاری، فلسفه‌های مدیریت ورزشکاران و نحوه ارائه رسانه‌ای در هر دو حوزه است و مرزهایی را که پیش‌تر به وضوح آن‌ها را از یکدیگر جدا می‌کرد، به تدریج محو می‌سازد.



تأثیر ورزش‌های سنتی بر ورزش‌های الکترونیکی؛ آشکارترین جهت این همگرایی، پذیرش ساختارها و رویه‌های ورزش‌های سنتی از سوی ورزش‌های الکترونیکی، در مسیر حرفه‌ای‌سازی و کسب ثبات تجاری است. این روند در ایجاد لیگ‌های فرانچایزی‌شده مانند *Overwatch League* و *League of Legends Championship Series (LCS)* نمود یافته است؛ ساختارهایی که به صراحت بر اساس مدل لیگ‌های بسته در ورزش‌های حرفه‌ای آمریکای شمالی طراحی شده‌اند (Syracuse University, 2025). این مدل باعث جذب سرمایه‌گذاری قابل‌توجهی از سوی دنیای ورزش‌های سنتی شده است. همچنین، رویکرد مدیریت ورزشکاران در e-sports نیز به شکل فزاینده‌ای از الگوهای ورزش‌های سنتی تبعیت می‌کند. شاهد افزایش تمرکز بر مربی‌گری حرفه‌ای، تمرینات جسمانی ساختاریافته، علم تغذیه و حمایت‌های روانی هستیم، با هدف افزایش عملکرد و طولانی‌تر کردن دوران حرفه‌ای بازیکنان (Exercise Medicine, 2025 & BMJ Open Sport). از سوی دیگر، مشروعیت فرهنگی ورزش‌های الکترونیکی نیز از طریق ادغام آن‌ها در جهان ورزش‌های سنتی در حال تقویت است. اگرچه بحث درباره اینکه آیا e-sports باید به عنوان «ورزش واقعی» شناخته شوند، همچنان در برخی محافل ادامه دارد (Wikipedia, 2025)، اما گنجاندن این ورزش‌ها به عنوان رویداد مدال‌آور رسمی در مسابقاتی مانند بازی‌های آسیایی، یک نقطه عطف مهم در مسیر پذیرش و به رسمیت شناخته شدن آن‌ها به شمار می‌رود (Kobe University, 2025).

تأثیر ورزش‌های الکترونیکی بر ورزش‌های سنتی؛ با این حال، جریان تأثیرگذاری در جهت مخالف نیز با قدرت جریان دارد. ورزش‌های سنتی بیش از پیش به ورزش‌های الکترونیکی و بازی‌های ویدئویی به عنوان ابزاری حیاتی برای تعامل با هواداران نگاه می‌کنند؛ روندی که در دوران همه‌گیری کووید-۱۹ و تعلیق مسابقات حضوری به طرز چشمگیری شتاب گرفت (MDPI, 2021). لیگ‌ها و تیم‌های ورزشی اکنون از بازی‌های شبیه‌ساز ورزشی مانند *FIFA* و *NBA 2K* برای تولید محتوای جدید، جذب مخاطبان جوان‌تر و حفظ علاقه هواداران در فصل‌های تعطیلی استفاده می‌کنند. این «بازی‌وارسازی» تجربه هواداری در ورزش‌های سنتی نشان‌دهنده تغییری بنیادین در استراتژی تعامل با مخاطب است (MDPI, 2021). همچنین، رسانه‌های ورزشی سنتی شروع به پذیرش تکنیک‌های پخش و تعامل با مخاطب کرده‌اند که پیش‌تر توسط ورزش‌های الکترونیکی ابداع شده‌اند. ویژگی‌های

تعاملی و مبتنی بر جامعه پلتفرم‌هایی چون **Twitch** مانند چت زنده، نظرسنجی‌های لحظه‌ای و تعامل مستقیم میان خالق محتوا و مخاطب اکنون مورد توجه و الگوبرداری رسانه‌های سنتی قرار گرفته‌اند، به ویژه برای جذب نسل جوان‌تر (EGamersWorld, 2025).

بنابراین، رابطه میان این دو جهان را نباید رابطه‌ای تقلیدی و ساده انگاشت، بلکه باید آن را نوعی **همگرایی هم‌زیستانه** دانست. در حالی که ورزش‌های الکترونیکی از تجربیات صدساله ورزش‌های سنتی در زمینه حرفه‌ای‌سازی، ساختارهای پایدار لیگ و مراقبت از ورزشکاران می‌آموزند، ورزش‌های سنتی نیز در حال یادگیری نحوه تعامل با نسل دیجیتال، ساخت جوامع آنلاین جهانی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین از جهان نوآور و به سرعت در حال تحول ورزش‌های الکترونیکی‌اند.

۱-۱۰-۳ از خرده‌فرهنگ تا فرهنگ عمومی: دگرگونی در نگرش اجتماعی

ادراک اجتماعی از e-sports در سال‌های اخیر، تحولی بنیادین را تجربه کرده است؛ از یک سرگرمی حاشیه‌ای و مبتنی بر کلیشه‌ها، به جایگاهی به عنوان یک **نیروی فرهنگی و اقتصادی جریان‌ساز** رسیده است. این تحول در نتیجه چند عامل کلیدی صورت گرفته است:

تأثیر اقتصادی: e-sports اکنون به بازاری چند میلیارد دلاری تبدیل شده است و مسابقات بین‌المللی آن تأثیر اقتصادی محسوسی بر شهرهای میزبان دارند؛ موضوعی که توجه نهادهای رسمی و رسانه‌های جریان اصلی را جلب کرده است (ResearchGate, 2025).

ورود به نظام آموزشی: صدها دانشگاه در سراسر جهان اکنون تیم‌های رسمی e-sports و بورسیه‌های تحصیلی مرتبط ارائه می‌دهند. این امر باعث شده تا بازی‌های رقابتی به عنوان فعالیت‌های فوق‌برنامه معتبر شناخته شوند که مهارت‌های مرتبط با علوم، فناوری، مهندسی و ریاضی (STEM) را تقویت می‌کنند (ResearchGate, 2025; St. Louis Fed, 2022).

تأیید از سوی برندهای بزرگ؛ سرمایه‌گذاری‌های سنگین برندهای غیرمرتبط با صنعت بازی، نظیر **کوکاکولا و مرسدس بنز** در زمینه اسپانسر، اعتبار e-sports را به عنوان یک بستر بازاریابی جدی تثبیت کرده‌اند (Allied Market Research, 2023).

در لایه‌ای عمیق‌تر، رشد e-sports بازتاب **تغییر ارزش‌های بنیادی در جامعه معاصر** است. به طور تاریخی، بازی‌های پرتعداد در هر دوران، بازتابی از مهارت‌هایی هستند که آن جامعه بیشترین ارزش را برایشان قائل است (Kobe University, 2025). در حالی که ورزش‌های صنعتی-فیزیکی قرن بیستم، قدرت بدنی را می‌ستودند، صعود e-sports در قرن بیست‌ویکم نشان‌دهنده فرهنگی است که اکنون **مهارت‌های دیجیتال** را در مرکز توجه قرار داده است (University of Miami, 2025). مهارت‌های کلیدی در e-sports مانند پردازش سریع اطلاعات، حل مسئله پیچیده و همکاری در بستر دیجیتال دقیقاً با مهارت‌هایی که اقتصاد دانش‌بنیان امروزی طلب می‌کند، هم‌راستا هستند (St. Louis Fed, 2022).

بنابراین، ورود e-sports به جریان اصلی صرفاً یک روند اقتصادی نیست، بلکه تجلی یک دگرگونی فرهنگی است. جامعه‌ای که زمانی صرفاً قدرت فیزیکی را ارزش گذاری می‌کرد، اکنون **توانایی شناختی و تسلط دیجیتال** را به عنوان نماد شایستگی مدرن به رسمیت شناخته است.



فصل چهارم

سلطه جهانی در ورزش‌های

الکترونیکی: بررسی تطبیقی

رهبران بازار و بازیگران نوظهور

چشم‌انداز کنونی ورزش‌های الکترونیکی در سطح جهانی، عمدتاً تحت تأثیر سه کشور شکل گرفته است که هر یک با ارائه مدلی متمایز از رهبری، مسیر تحول این صنعت را هموار کرده‌اند. ایالات متحده، با تکیه بر اصول ورزش‌های حرفه‌ای سنتی، یک ساختار تجاری قدرتمند و گسترده بنا نهاده است. چین با استفاده از جمعیت عظیم خود و ساختار متمرکز شرکت‌های بزرگ، به مقیاسی بی‌سابقه در این حوزه دست یافته است. کره جنوبی نیز به‌عنوان آغازگر این صنعت، همچنان نقشی پررنگ ایفا می‌کند؛ نقشی که حاصل پیوند عمیق این حوزه با فرهنگ عمومی و تربیت استعدادهای بی‌نظیر است. این سه کشور، در مجموع، به‌عنوان سه ستون اصلی سلطه جهانی در عرصه ورزش‌های الکترونیکی شناخته می‌شوند.



۱۶-۱ بررسی جایگاه ایالات متحده در اقتصاد جهانی ورزش‌های الکترونیکی: درآمد و ساختار

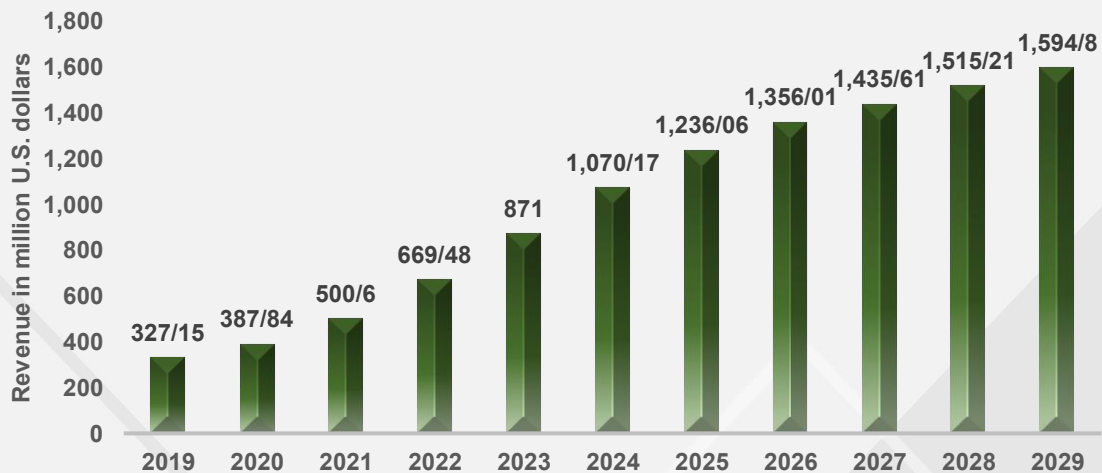
بازار

ایالات متحده جایگاه خود را به‌عنوان یکی از مراکز اصلی تجاری در صنعت ورزش‌های الکترونیکی تثبیت کرده است. با وجود اینکه تسلط رقابتی این کشور بر تمامی عناوین بازی‌ها مطلق نیست، اما توانایی بی‌رقیب آن در درآمدزایی از اکوسیستم e-sports، این منطقه را به قطب اصلی اقتصادی این صنعت تبدیل کرده است. این موفقیت مالی از یک بازار بالغ و پیچیده ناشی می‌شود که بر پایه جذب اسپانسرینگ، فروش حق پخش رسانه‌ای، و تبلیغات استوار است.

بر اساس داده‌های ارائه شده در

نمودار ۴ که منبع آن Media Insights & Statista Advertising است، بازار ورزش‌های الکترونیکی در ایالات متحده از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۹ شاهد یک رشد چشمگیر و پایدار بوده و پیش‌بینی می‌شود که این روند صعودی ادامه یابد. در سال ۲۰۱۹، درآمد این بازار حدود ۳۲۷.۱۵ میلیون دلار بوده است. این رقم با یک شیب تقریباً یکنواخت افزایش یافته و در سال ۲۰۲۴ به ۱.۰۷ میلیارد دلار رسیده است. این نقطه عطف، یعنی عبور از مرز یک میلیارد دلار، نشان‌دهنده ورود بازار به فاز بلوغ و تثبیت است. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که این روند رشد در سال‌های آینده نیز ادامه خواهد داشت و درآمد بازار تا سال ۲۰۲۹ به ۱.۵۹ میلیارد دلار خواهد رسید. این مسیر رشد تقریباً پنج

برابری در طول یک دهه، بیانگر سلامت، پویایی و گسترش سریع این بازار است.



نمودار ۴ درآمد بازار ورزش‌های الکترونیکی در ایالات متحده از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۹ (میلیون دلار)

این موفقیت اقتصادی بر زیرساختی استوار است که الگویی مشابه با ساختار ورزش‌های حرفه‌ای آمریکای شمالی دارد. به ویژه، تمرکز بر **مدل فرنچایز بسته** که بر پایه شهرهای مختلف شکل گرفته، باعث جذب سرمایه‌گذاران عمده و تثبیت ارزش بازار شده است. با این حال، این مدل، با وجود موفقیت اولیه، چالش‌هایی را نیز به همراه داشته است. در حالی که این ساختار به جذب سرمایه‌های کلان کمک کرده، اما به دلیل ناپایداری‌های مالی و هزینه‌های بالا، به دوره‌ای از بازنگری و تحول راهبردی در صحنه ورزش‌های الکترونیکی ایالات متحده منجر شده است. به همین دلیل، رشد پایدار پیش‌بینی‌شده برای این بازار، با وجود پتانسیل چشمگیر، همچنان نیازمند رویکردهای مدیریتی و اقتصادی پایداری است تا از بروز چالش‌های بلندمدت جلوگیری شود.

۱-۱۶ تجربه مدل فرنچایز: فرصت‌ها و چالش‌های ساختاری

اکوسیستم ورزش‌های الکترونیکی در آمریکا برای ایجاد ثبات و جذب سرمایه‌گذاران شاخص، **مدل فرنچایز (Franchise Model)** را به کار گرفت. در این ساختار، تیم‌ها مجوز دائمی حضور در لیگ‌های ممتاز را دریافت می‌کنند و از خطر سقوط به رده‌های پایین‌تر مصون می‌مانند. این ویژگی، سرمایه‌گذاران برجسته‌ای از حوزه ورزش‌های سنتی و سرمایه‌گذاران جسور در حوزه نوآوری را جذب کرد که منجر به رشد سریع ارزش تیم‌ها و عقد قراردادهای تجاری کلان شد. با این حال، هزینه‌های

بالا و چالش در جذب هواداران محلی، تضادهایی میان فرهنگ سنتی ورزش و فضای دیجیتال ایجاد کرده است. سه مطالعه موردی زیر، به خوبی این روند را نشان می‌دهند:

League Championship Series (LCS) : لیگ حرفه‌ای بازی *League of Legends*

در آمریکای شمالی که در سال ۲۰۱۳ تأسیس شد، در سال ۲۰۱۸ به سیستم فرنچایز با ۱۰ تیم دائمی روی آورد. هزینه ورود برای تیم‌ها بین ۱۰ تا ۱۳ میلیون دلار بود (League Championship Series (esports), n.d). این مدل توانست ثبات مالی و برنامه‌ریزی بلندمدت را برای تیم‌ها فراهم کند، اما در سال‌های اخیر برای جذب مخاطب و رقابت در سطح بین‌المللی با چالش‌هایی روبرو شد. در یک تصمیم راهبردی، Riot Games در سال ۲۰۲۴ اعلام کرد که از سال ۲۰۲۵، LCS با لیگ‌های برزیل (CBLOL) و آمریکای لاتین (LLA) ادغام شده و یک لیگ جدید منطقه‌ای با عنوان *Championship of The Americas (LTA)* را تشکیل خواهند داد (League of Legends Championship of The Americas, n.d). این اقدام نشان‌دهنده نیاز مدل قبلی به یک بازنگری ساختاری اساسی برای حفظ بقا و رقابت‌پذیری است.

Call of Duty League (CDL) : این لیگ در سال ۲۰۲۰ با مدلی مبتنی بر شهر و ورودیه‌ای

سنگین ۲۵ میلیون دلاری آغاز شد و مالکان آن عمدتاً از دنیای ورزش‌های سنتی بودند (Call of Duty League, n.d). با این حال، به دلیل انتقادات نسبت به ساختار بسته و «پولی برای بازی» (Pay-to-Play)، ناشر بازی، Activision، در سال ۲۰۲۴ هزینه‌های باقی‌مانده فرنچایز را حذف کرد تا پایداری تیم‌ها حفظ شود (Call of Duty League: The pros and cons of expansion, 2025).

Overwatch League (OWL) : این لیگ به عنوان بلندپروازانه‌ترین و پرهزینه‌ترین نمونه

در این حوزه، با مدلی جهانی، مبتنی بر شهر و ورودیه‌هایی که از ۲۰ میلیون دلار شروع می‌شد، شناخته می‌شد (How the world's most ambitious esports league shrank to

همه‌گیری کووید-۱۹ و مشکلات جذب اسپانسر تشدید شد، این لیگ را ناپایدار کرد. OWL در سال ۲۰۲۳ پس از رأی تیم‌ها برای دریافت غرامت ۶ میلیون دلاری، رسماً منحل شد و جای خود را به یک ساختار بازتر داد (How the world's most ambitious esports league). سقوط این لیگ، به عنوان یک هشدار جدی درباره به کارگیری نادرست الگوهای ورزش سنتی در چشم‌انداز منحصر به فرد ورزش‌های الکترونیکی شناخته می‌شود.

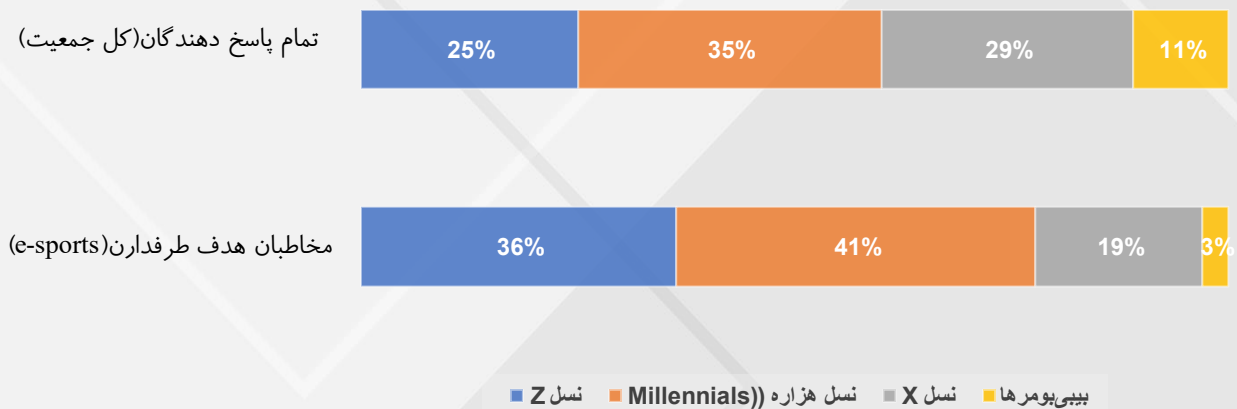
۱-۱۶-۲ موتور محرکه آمریکا: بازیکنان، تماشاگران و فناوری

ایالات متحده با ۳۵۳۰ بازیکن حرفه‌ای ثبت‌شده تا سال ۲۰۲۳، بیشترین تعداد بازیکن فعال در سطح جهانی را داراست، آماری که نشان‌دهنده جامعه بازیکنان بزرگ و فعال آن است (eSports Viewership Statistics 2025, n.d). این مخزن استعداد، از سوی جمعیت قابل‌توجهی از مخاطبان داخلی پشتیبانی می‌شود؛ به طوری که تعداد بینندگان ورزش‌های الکترونیکی در آمریکا به ۵۱ میلیون نفر می‌رسد که از نظر عددی، پس از چین در رتبه دوم جهان قرار دارد (Esports 2024, n.d). (in Numbers, n.d).

یکی از ویژگی‌های متمایز زنجیره پرورش استعداد در ایالات متحده، نظام دانشگاهی توسعه‌یافته ورزش‌های الکترونیکی آن است. نقش راهبری این نظام بر عهده انجمن ملی ورزش‌های الکترونیکی دانشگاهی (NACE) است که بر فعالیت بیش از ۲۰۰ کالج و دانشگاه عضو نظارت دارد. این نهاد، مسابقات رسمی در سطح تیم‌های دانشگاهی برگزار کرده و استانداردهای رقابتی را تدوین و اعمال می‌کند (NACE, n.d). این ساختار، مسیری سازمان‌یافته برای بازیکنان مستعد فراهم می‌کند تا ضمن پیشرفت در سطح فنی، تحصیلات عالی خود را نیز ادامه دهند. بسیاری از مؤسسات آموزشی در این چارچوب، بورسیه‌هایی با ارزش ده‌ها هزار دلار ارائه می‌دهند—رویکردی مشابه آنچه در برنامه‌های ورزشی سنتی دیده می‌شود (What is esports?, 2020).

از سوی دیگر، ایالات متحده مرکز زیرساخت رسانه‌ای و فناوری ورزش‌های الکترونیک در سطح جهانی به شمار می‌آید. سکوی پخش زنده شرکت آمازون، یعنی **Twitch**، به عنوان بزرگ‌ترین پلتفرم استریم بازی در جهان، تأثیری اساسی بر نحوه تماشای محتوای esports و مدل‌های درآمدزایی از آن در سطح بین‌المللی گذاشته است (With Viewership and Revenue Booming, n.d). این ترکیب از نیروی انسانی متخصص، مخاطب گسترده، نظام آموزشی هدفمند و تسلط بر زیرساخت‌های کلیدی رسانه‌ای، بنیان قدرت تجاری و نفوذ جهانی بازار ورزش‌های الکترونیک ایالات متحده را تشکیل می‌دهد.

نمودار ۵ سن مصرف‌کنندگان در ایالات متحده



نمودار ۵ به مقایسه توزیع سنی بین «مخاطبان هدف» (طرفداران ورزش‌های الکترونیک) و «تمام پاسخ‌دهندگان» (به عنوان نماینده کل جمعیت) در ایالات متحده می‌پردازد. همانطور که داده‌ها به وضوح نشان می‌دهند، مخاطبان هدف به شکل قابل توجهی جوان‌تر هستند؛ به طوری که نسل Z (با ۳۶٪) و نسل هزاره (با ۴۱٪) روی هم رفته ۷۷٪ از این گروه را تشکیل می‌دهند. این در حالی است که در جمعیت عمومی، سهم این دو نسل کمتر بوده و در مقابل، نسل‌های مسن‌تر مانند نسل X (با ۲۹٪) و بیبی‌بومرها (با ۱۱٪) حضور بسیار پررنگ‌تری دارند. بنابراین، این نمودار این ایده را تأیید می‌کند که بازار ورزش‌های الکترونیک و بازی‌های ویدئویی به شدت تحت سلطه نسل‌های جوان‌تر قرار دارد.

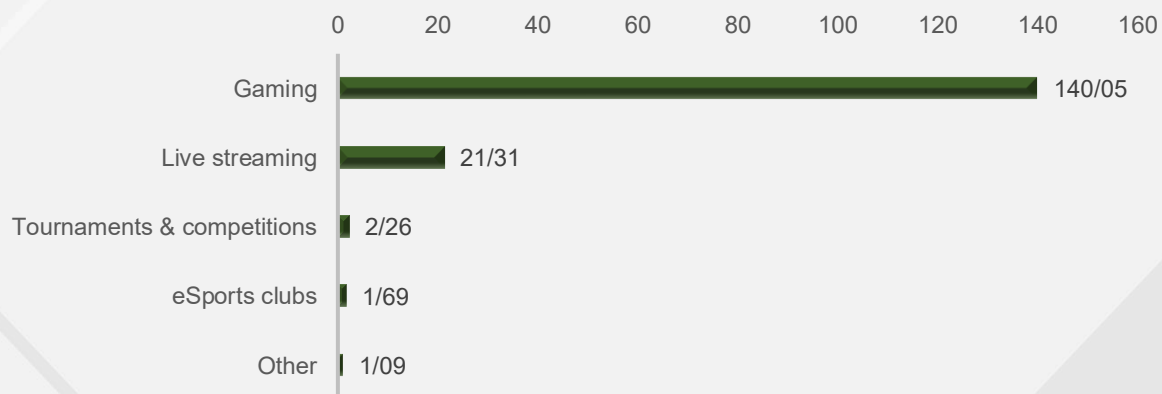


۱۷-۱ چین: مقیاس بی‌رقیب و دینامیک‌های بازار در اکوسیستم ورزش‌های الکترونیکی

جایگاه چین به عنوان یک ابرقدرت جهانی در ورزش‌های الکترونیکی، با ویژگی غالب مقیاس بی‌رقیب تعریف می‌شود. این کشور بزرگ‌ترین بازار جهان از نظر سرمایه انسانی است؛ با بیشترین تعداد بازیکنان، بالاترین میزان بیننده در رقابت‌های e-sports، و بزرگ‌ترین جامعه بازیکنان حرفه‌ای ثبت‌شده (eSports Viewership Statistics 2025, n.d). این حجم عظیم از مشارکت، چین را به مرکز ثقل تعاملات جهانی در حوزه ورزش‌های الکترونیکی تبدیل کرده است. تمامی این اکوسیستم تحت تأثیر فراگیر شرکت غول‌آسای فناوری و بازی‌سازی **Tencent** فعالیت می‌کند؛ شرکتی با ساختار یکپارچه عمودی در توسعه بازی، مدیریت لیگ‌ها، و توزیع رسانه‌ای که در سطح جهانی نمونه‌ای ندارد (Tencent, n.d). قدرت متمرکز این شرکت در رابطه‌ای دوسویه و البته پیچیده با دولت چین قرار دارد؛ دولتی که هم بزرگ‌ترین حامی این صنعت است و هم سخت‌گیرترین ناظر و تنظیم‌گر آن.

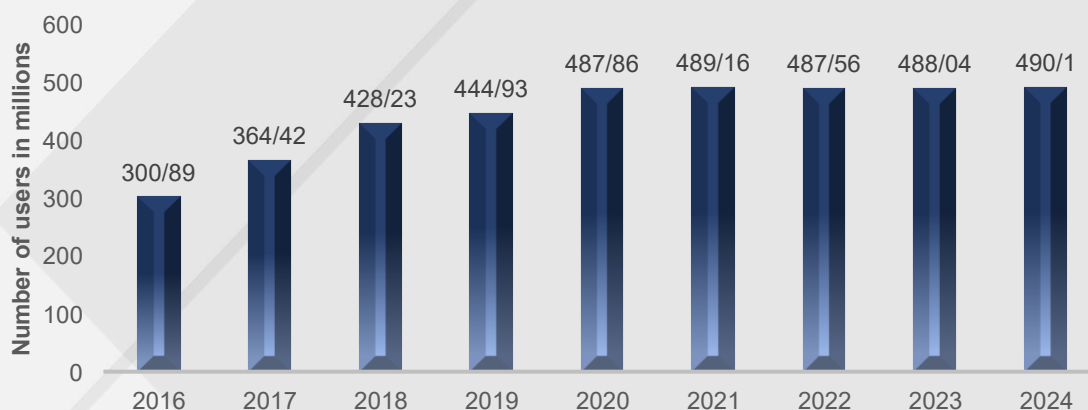
۱۷-۱-۱ سلطه عددی چین در دنیای بازی و ورزش‌های الکترونیکی

آمارهای مرتبط با بازار بازی و ورزش‌های الکترونیکی چین، مقیاس بی‌نظیر این بازار را به وضوح نشان می‌دهند. این کشور میزبان بیش از ۷۰۱ میلیون بازیکن است؛ یعنی نزدیک به نیمی از جمعیت چین و حدود یک‌چهارم کل جامعه جهانی گیمرها (Top countries and markets by gaming revenues, n.d). این پایگاه وسیع بازیکنان به طور مستقیم به سلطه چین در حوزه بینندگان ورزش‌های الکترونیکی منجر شده است. با ۱۸۲ میلیون بیننده e-sports، چین به تنهایی مخاطبانی بیش از مجموع آمریکای شمالی و اروپا دارد (Esports 2024 in Numbers, n.d). چنانچه چین را در چارچوب منطقه آسیا-اقیانوسیه در نظر بگیریم، سهم این منطقه از مخاطبان جهانی به بیش از ۵۷٪ می‌رسد (eSports Viewership Statistics 2025, n.d). اگرچه درآمد مستقیم بازار e-sports چین (حدود ۴۹۷.۶ میلیون دلار) اکنون کمتر از ایالات متحده است، اما ارزش کلی بازار بازی‌های دیجیتال در این کشور بسیار فراتر می‌رود و در برخی برآوردها تا ۴۸.۷ میلیارد دلار تخمین زده شده است (eSports Viewership Statistics 2025, n.d). این مقیاس گسترده، چین را به بازار ضروری و اجتناب‌ناپذیر برای هر راهبرد جهانی در صنعت ورزش‌های الکترونیکی تبدیل کرده است.



نمودار ۶ اندازه بازار بازی‌های ورزش‌های الکترونیکی در چین در سال ۲۰۲۳، به تفکیک بخش (به میلیارد یوان)

تحلیل بازار ورزش‌های الکترونیکی چین در سال ۲۰۲۳ (منبع: China Audio-video and Digital Publishing Association) نشان می‌دهد که این صنعت به شدت تحت سلطه درآمد مستقیم از خود بازی‌ها (Gaming) قرار دارد که با ۱۴۰.۰۵ میلیارد یوان، حدود ۸۴٪ از کل ارزش بازار را تشکیل می‌دهد. در جایگاه دوم و با فاصله‌ای بسیار زیاد، بخش پخش زنده (Live streaming) با سهمی حدود ۱۳٪ قرار دارد. نکته قابل توجه این است که زیرساخت‌های اصلی این اکوسیستم، مانند مسابقات (۲.۲۶ میلیارد یوان) و باشگاه‌ها (۱.۶۹ میلیارد یوان)، با وجود اهمیت فرهنگی و تبلیغاتی، در مجموع کمتر از ۳٪ از درآمد کل بازار را به خود اختصاص داده‌اند. این موضوع نشان می‌دهد که موتور اقتصادی این صنعت، خود بازی‌ها هستند و نه لزوماً رویدادهای رقابتی پیرامون آنها.



نمودار ۷ تعداد کاربران ورزش‌های الکترونیکی در چین از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۴ (به میلیون نفر)

نمودار ۷ (منبع: China Audio-video and Digital Publishing Association)، رشد مخاطبان ورزش‌های الکترونیک در چین را بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۴ به تصویر می‌کشد و دو دوره کاملاً متمایز را نشان می‌دهد. از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰، شاهد یک دوره رشد انفجاری بودیم که طی آن تعداد کاربران از ۳۰۰.۸۹ میلیون به حدود ۴۸۷.۸۶ میلیون نفر رسید و بیانگر افزایش سریع محبوبیت این حوزه بود. پس از آن، از سال ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۴، بازار وارد دوره بلوغ و ثبات شد که در آن، رشد تقریباً متوقف شده و تعداد کاربران در نزدیکی ۴۹۰ میلیون نفر باقی مانده است. این موضوع نشان می‌دهد که بازار به نقطه اشباع نزدیک شده و رشد آینده احتمالاً بسیار کندتر خواهد بود. این ثبات در تعداد کاربران، بر اهمیت نوآوری در مدل‌های درآمدی و حفظ تعامل با مخاطبان موجود، به جای تکیه بر رشد مداوم تعداد کاربران، تأکید می‌کند.

۱-۱۷-۲ اکوسیستم فراگیر Tencent: سلطه عمودی در صنعت ورزش‌های الکترونیک

بحث درباره ورزش‌های الکترونیک در چین، بدون اشاره به شرکت Tencent، ناقص و ناتمام خواهد بود. این شرکت مستقر در شنژن، یک اکوسیستم کاملاً یکپارچه را از تولید تا مصرف نهایی ایجاد کرده است که سطحی بی‌سابقه از کنترل و نفوذ را در صنعت ورزش‌های الکترونیک جهانی در اختیار دارد.

◀ مالکیت و انتشار جهانی بازی‌ها

سلطه Tencent از نقطه آغاز، یعنی مالکیت فکری و توسعه بازی‌ها، آغاز می‌شود. این شرکت مالک صددرصدی Riot Games است؛ شرکتی که توسعه‌دهنده بازی‌های پرطرفداری همچون *League of Legends* و *VALORANT* است. این دو عنوان در سطح جهانی، از پرمخاطب‌ترین بازی‌های ورزشی الکترونیک محسوب می‌شوند. همچنین Tencent مالک بخشی از سهام شرکت Epic Games، سازنده بازی *Fortnite* نیز هست (Tencent, n.d). علاوه بر این، بازی‌های داخلی این شرکت مانند *Honor of Kings* به طور مداوم در فهرست پردرآمدترین بازی‌های موبایلی تاریخ قرار دارند (Chinese companies face growth limits in world's biggest esports market, n.d). این استراتژی مالکیت، به Tencent امکان می‌دهد تا به طور مستقیم بر محتوای

اصلی و جریان درآمدی بخش بزرگی از صنعت نظارت داشته باشد.

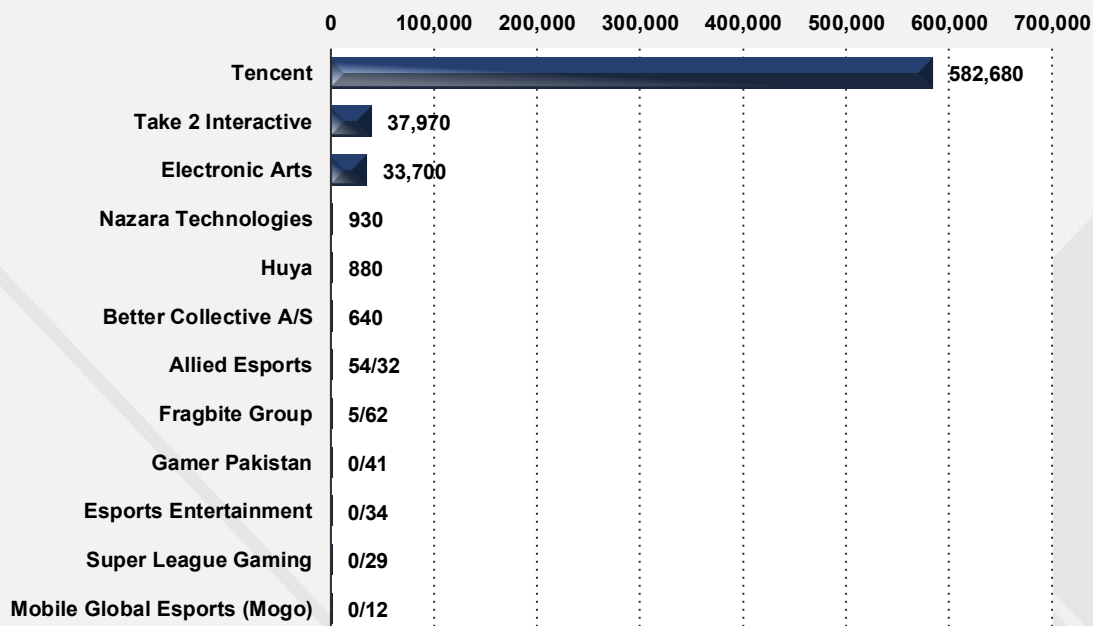
◀ مدیریت لیگ‌ها و رقابت‌ها

Tencent نه تنها مالک بازی‌ها است، بلکه کنترل مستقیم بر اکوسیستم رقابتی بازی‌های تحت مالکیت خود نیز دارد. در سال ۲۰۱۹، این شرکت با همکاری Riot Games، شرکت **TJ Sports** را راه‌اندازی کرد تا تمامی امور مربوط به **League of Legends Pro League (LPL)**، یعنی لیگ حرفه‌ای برتر چین، را مدیریت کند؛ از سازماندهی مسابقات گرفته تا مدیریت استعدادها و عملیات اجرایی محل برگزاری (League of Legends Pro League, n.d). این مدل کنترل متمرکز، به شرکت امکان می‌دهد تا از تجربه بازیکنان و بینندگان، حداکثر بهره‌برداری را داشته باشد و استانداردهای خود را در سراسر اکوسیستم اعمال کند.

◀ شراکت‌های راهبردی جهانی

شاخه تخصصی ورزش‌های الکترونیکی Tencent که از سال ۲۰۱۶ راه‌اندازی شده، به دنبال توسعه نفوذ جهانی است. این شرکت شریک بنیان‌گذار جهانی **فدراسیون جهانی ورزش‌های الکترونیکی (GEF)** است و با بنیاد **جام جهانی Esports** که با حمایت عربستان سعودی فعالیت می‌کند، شراکتی راهبردی برای ادغام بازار چین در بزرگ‌ترین رویداد رقابتی جهان برقرار کرده است (Tencent Partners with the Newly Established Global Esports Federation (GEF), n.d.; Esports World Cup Foundation Forms Strategic Partnership with Tencent, n.d). این شبکه از مالکیت‌ها و شراکت‌ها به Tencent این امکان را می‌دهد که نه تنها بر بازار داخلی، بلکه بر سیاست‌گذاری‌ها و روندهای رقابت جهانی در e-sports نیز اثرگذار باشد.

نمودار ۸ بزرگ‌ترین شرکت‌های ورزش‌های الکترونیکی جهان بر اساس ارزش بازار



(فوریه ۲۰۲۵)

نمودار ۸ سلطه مطلق شرکت **Tencent** را با ارزش بازار حدود **۵۸۲.۶۸ میلیارد دلار** به تصویر می‌کشد که به تنهایی بر کل صنعت ورزش‌های الکترونیکی حاکم است. پس از آن، شرکت‌های بزرگ بازی‌سازی مانند **Take-Two Interactive** با **۳۷.۹۷ میلیارد دلار** و **Electronic Arts** با **۳۳.۷ میلیارد دلار**، با فاصله‌ای بسیار زیاد در رده‌های بعدی قرار می‌گیرند. در نهایت، سایر شرکت‌های فهرست که بیشتر به صورت تخصصی در حوزه ورزش‌های الکترونیکی فعالیت می‌کنند، ارزش بازاری به مراتب کمتر دارند که این شکاف عظیم و **تمرکز بازار در دستان چند غول فناوری** را به وضوح نشان می‌دهد. این ساختار بازار متمرکز، ضمن ایجاد ثبات در برخی بخش‌ها، پتانسیل چالش‌هایی را در زمینه رقابت‌پذیری و تنوع در صنعت به همراه دارد.

۱-۳ لیگ LPL چین: نماد وسعت و رقابت‌پذیری

لیگ **LPL** چین، نمادی از وسعت و شدت رقابت در اکوسیستم ورزش‌های الکترونیکی این کشور است. این لیگ به عنوان بزرگ‌ترین لیگ حرفه‌ای e-sports در جهان شناخته می‌شود که شامل **۱۷ تیم فرنچایزی** است و در یک فصل چندمرحله‌ای و پرچالش به رقابت می‌پردازند (League of

Legends Pro League, n.d). سبک بازی در این لیگ بسیار **تهاجمی و مهارتی** است و اغلب با واژه‌هایی مانند «بی‌باک» و «آشفته» توصیف می‌شود؛ سبکی که باعث به‌وجود آمدن چندین قهرمان جهان در این حوزه شده است (LPL Explained, n.d).

زیرساخت‌های لیگ بسیار گسترده است و تیم‌ها دارای **آرناهای اختصاصی** در نقاط مختلف کشور هستند. علاوه بر این، یک سیستم **چندلایه و عمیق توسعه استعداد** وجود دارد که به شناسایی و پرورش نسل بعدی بازیکنان نخبه می‌پردازد و به این ترتیب جریان مداومی از بازیکنان حرفه‌ای را برای لیگ فراهم می‌کند (LPL Explained, n.d). این ساختار جامع، LPL را به نمونه‌ای بارز از حرفه‌ای‌سازی و سازماندهی در سطح جهانی تبدیل کرده است.

۱-۱۷ نقش دوگانه دولت چین: حمایت و کنترل

روابط دولت چین با صنعت ورزش‌های الکترونیکی، نمونه‌ای از **تضادها و پیچیدگی‌ها** است. از یک سو، دولت حمایت‌های نهادی و گسترده‌ای فراهم می‌کند که برای رشد صنعت حیاتی بوده است. چین از نخستین کشورهایی بود که در سال ۲۰۰۳ به طور رسمی ورزش‌های الکترونیکی را به عنوان یک ورزش به رسمیت شناخت و از آن زمان، فعالیت‌های مرتبط با e-sports را به عنوان مشاغل دارای مجوز اعلام کرده است (The Role of Gaming and Esports in China's Innovation Strategy, n.d). همچنین ورزش‌های الکترونیکی در برنامه‌های استراتژیک ملی مانند **برنامه پنج‌ساله چهاردهم** جایگاه ویژه‌ای دارند و شهرهای بزرگی مانند شانگهای و پکن از حمایت دولت برای تبدیل شدن به مراکز جهانی e-sports برخوردارند (The Role of Gaming and Esports in China's Innovation Strategy, n.d).

اما در سوی دیگر، این حمایت با اعمال **مقررات سختگیرانه و گاه غیرقابل پیش‌بینی** همراه است. نگرانی‌ها از اعتیاد بازی در میان جوانان—که رسانه‌های دولتی آن را «افیون روحی» توصیف کرده‌اند—دولت را وادار به وضع برخی از سخت‌گیرانه‌ترین قوانین جهان کرده است (China's Tumultuous Relationship with Gaming, n.d). از جمله این مقررات می‌توان به موارد زیر

اشاره کرد:

محدودیت زمان بازی: افراد زیر ۱۸ سال مجاز به بازی آنلاین بیش از سه ساعت در هفته نیستند و در روزهای جمعه، آخر هفته و تعطیلات رسمی، این زمان به یک ساعت در روز محدود می‌شود (China Proposes New Regulations for Online Gaming, 2024). این مقررات به شدت بر پایگاه بازیکنان جوان و مصرف محتوای بازی تأثیر می‌گذارد.

تعليق صدور مجوزها: اداره ملی مطبوعات و انتشارات (NPPA) گاهی صدور مجوزهای جدید بازی را برای ماه‌ها متوقف می‌کند که باعث توقف کامل بازار داخلی و ورشکستگی هزاران استودیوی کوچک شده است (China's Tumultuous Relationship with Gaming, n.d).

محدودیت‌های هزینه‌ای: در اواخر سال ۲۰۲۳، مقرراتی به صورت پیش‌نویس برای محدود کردن هزینه‌های درون‌برنامه‌ای ارائه شد که شامل ممنوعیت پاداش برای ورود مکرر به بازی و محدودیت شارژ کیف پول دیجیتال بود (China Proposes New Regulations for Online Gaming, 2024).

این وضعیت پرنوسان و پرریسک، فضای کسب‌وکار را بسیار حساس کرده است. به عنوان مثال، اعلام پیش‌نویس محدودیت‌های هزینه‌ای در دسامبر ۲۰۲۳ باعث کاهش ارزش بازار Tencent و NetEase به میزان تقریبی ۸۰ میلیارد دلار در یک روز شد (China Proposes New Regulations for Online Gaming, 2024). این پارادوکس بنیادی را به وجود آورده که دولت چین هم بزرگ‌ترین محرک رشد این صنعت است و هم بزرگ‌ترین تهدید برای بقای آن؛ وضعیتی که منجر به شکنندگی ذاتی موقعیت قدرتمند این کشور در حوزه e-sports شده است.



۱-۱۸ کره جنوبی: مهد فرهنگی ورزش‌های الکترونیکی و الگوی حرفه‌ای‌سازی

کره جنوبی جایگاهی ویژه و خاص در اکوسیستم جهانی ورزش‌های الکترونیکی دارد. این کشور به عنوان مهد بازی‌های رقابتی حرفه‌ای مدرن شناخته می‌شود و پایه‌گذار زیرساخت‌ها، فرهنگ و حرفه‌ای‌سازی‌ای است که امروز صنعت e-sports در سراسر جهان بر اساس آن شکل گرفته است (Esports Around The World: South Korea, 2023). اگرچه کره جنوبی ممکن است از نظر درآمد بازار یا تعداد مخاطب در صدر نباشد، اما تأثیر آن عمیق و پایدار است. این تأثیر ناشی از ادغام بی‌نظیر فرهنگی بازی‌های ویدئویی در جامعه و سیستم بسیار کارآمدی است که به طور مستمر استعدادهای درجه یک جهان را پرورش می‌دهد. رهبری این کشور در حوزه e-sports مبتنی بر اندازه اقتصادی یا جمعیتی نیست، بلکه بر سرمایه فرهنگی و اکوسیستم خودپایداری استوار است که همواره معیار جهانی کیفیت و رقابت حرفه‌ای بوده است.

۱-۱۸-۱ زادگاه ورزش‌های الکترونیکی مدرن: ترکیب زیرساخت، جامعه و یک بازی کلیدی

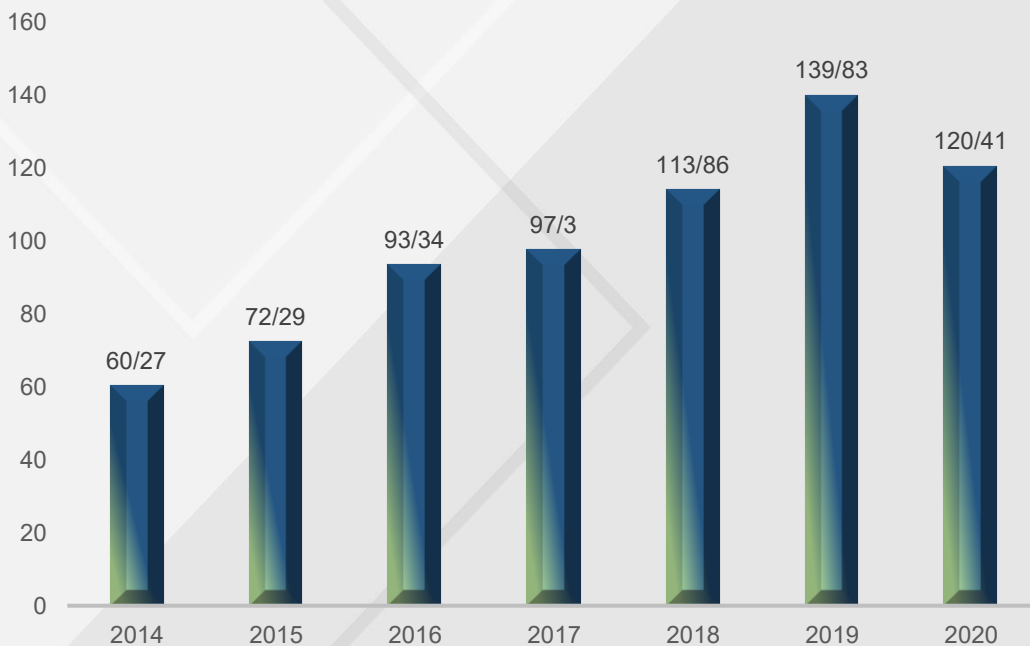
سفر کره جنوبی به عنوان قدرت برتر در ورزش‌های الکترونیکی در اواخر دهه ۱۹۹۰ آغاز شد و توسط ترکیبی از سیاست‌های دولتی، پذیرش فناوری و عرضه یک بازی کلیدی شکل گرفت.

❖ **بنیان زیرساختی:** نخستین گام مهم، تصمیم راهبردی دولت کره جنوبی برای سرمایه‌گذاری گسترده در شبکه ملی پهن‌بند بود. این اقدام دسترسی به اینترنت پرسرعت و کم‌تأخیر را فراهم کرد که برای رشد بازی‌های آنلاین در مقیاس وسیع ضروری بود (Esports Around The World: South Korea, 2023).

❖ **ظهور کافه‌های اینترنتی PC Bang:** این زیرساخت فناوری منجر به شکل‌گیری پدیده اجتماعی «پی‌سی بنگ‌ها» (PC Bang) شد؛ کافه‌های بازی اینترنتی که به مراکز مهم فرهنگ جوانان تبدیل شدند. با پرداخت هزینه اندک ساعتی، بازیکنان به تجهیزات بازی پیشرفته و فضایی اجتماعی برای رقابت با دوستان و سایر بازیکنان دسترسی پیدا می‌کردند. این کافه‌ها نقش اساسی در شکل‌گیری جامعه‌ای رقابتی و مردمی داشتند (Esports Around The World: South Korea, 2023).

(Korea, 2023)

❖ **کاتالیزور StarCraft**: عرضه بازی *StarCraft: Brood War* توسط شرکت Blizzard Entertainment در سال ۱۹۹۸، جرقه انفجاری بود که آغازگر این مسیر شد. عمق استراتژیک و سطح مهارت بالای این بازی برای رقابت حرفه‌ای بسیار مناسب بود و به سرعت به یک پدیده ملی تبدیل شد (Esports Around The World: South Korea, 2023). محبوبیت بازی به حدی رسید که کانال‌های تلویزیونی کابلی شروع به پخش مسابقات کردند و بازی‌های ویدئویی را از یک سرگرمی فردی به یک ورزش تماشاگرانه واقعی تبدیل کردند. در سال ۲۰۰۴، فینال لیگ حرفه‌ای *StarCraft* بیش از ۱۰۰ هزار تماشاگر را به ساحل گوانگ‌آلی در بوسان جذب کرد (South Korea's Esports Evolution, n.d).



نمودار ۹ اندازه صنعت ورزش‌های الکترونیک کره جنوبی از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۰ (میلیارد وون)

نمودار ۹ (منبع: Korea Creative Content Agency) رشد مستمر و قدرتمند صنعت e-sports در کره جنوبی را نشان می‌دهد. اندازه بازار که در سال ۲۰۱۴ حدود ۶۰.۲۷ میلیارد وون بود، تا سال ۲۰۱۹ به ۱۳۹.۸۳ میلیارد وون رسید که بیانگر رشد بیش از دو برابری است. در سال ۲۰۲۰، با وجود کاهش در تعداد مسابقات حضوری به دلیل همه‌گیری، پوشش آنلاین به جبران این کاهش

کمک کرد و اندازه بازار در سطح بالای ۱۲۰.۴۱ میلیارد وون باقی ماند. این ثبات در دوران بحران، نشان‌دهنده انعطاف‌پذیری و سلامت بنیادین این صنعت است.

۱-۱۸-۲ KeSPA؛ پیشرو در مسیر حرفه‌ای‌سازی ورزش‌های الکترونیکی

با درک پتانسیل این حرکت فرهنگی، دولت کره جنوبی اقدام به رسمی‌سازی و مشروعیت‌بخشی به این حوزه کرد. در سال ۲۰۰۰، وزارت فرهنگ، ورزش و گردشگری کره موافقت خود را با تأسیس انجمن ورزش‌های الکترونیکی کره (KeSPA) اعلام کرد؛ نخستین نهاد رسمی حاکم بر ورزش‌های الکترونیکی در جهان (Korea e-Sports Association, n.d). نقش KeSPA تحولی بود:

◀ **مدیریت و تصویب لیگ‌های حرفه‌ای و ایجاد تقویم رقابتی منظم** مشابه ورزش‌های سنتی (Crafting Stars, n.d).

◀ **تنظیم حقوق پخش و تضمین تولیدات با کیفیت** بالا برای مخاطبان تلویزیونی (Korea e-Sports Association, n.d).

◀ **ایجاد سیستم صدور مجوز برای بازیکنان حرفه‌ای و تعیین حداقل دستمزد**، با نگاه به آن‌ها به عنوان ورزشکاران حرفه‌ای و فراهم کردن مسیر شغلی پایدار (Korea e-Sports Association, n.d).

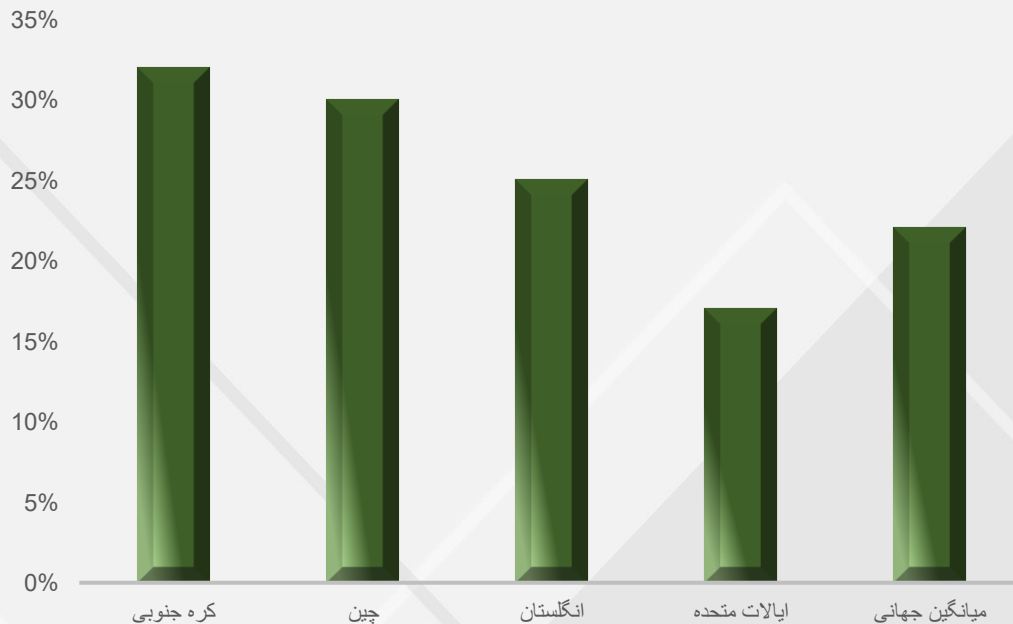
از طریق تلاش‌های KeSPA، کره جنوبی الگویی برای اکوسیستم حرفه‌ای e-sports ساخت که بعدها در سراسر جهان مورد اقتباس و تطبیق قرار گرفت.

۱-۱۸-۳ هم‌گرایی فرهنگی و پرورش انبوه استعدادها

در کره جنوبی، ورزش‌های الکترونیکی تنها یک زیرفرهنگ محدود نیست؛ بلکه یکی از ستون‌های اصلی تفریحات جوانان و یک حرفه مورد احترام محسوب می‌شود. بازیکنان حرفه‌ای برجسته، مانند اسطوره *League of Legends* لی «Faker» سانگ-هیوک، به سلبریتی‌های ملی تبدیل شده‌اند که از شهرت و محبوبیتی برابر با ورزشکاران بزرگ و ستارگان موسیقی برخوردارند (Esports

(Around The World: South Korea, 2023). این پذیرش عمیق فرهنگی، محیطی بسیار رقابتی

ایجاد کرده است که به مثابه یک کارخانه بی‌همتا برای تولید استعدادها عمل می‌کند.



نمودار ۱۰ سهم زنان طرفدار ورزش‌های الکترونیکی در جهان در سال ۲۰۱۹، به تفکیک کشور

نمودار ۱۰ (منبع: Footwear News; Newzoo) سهم زنان طرفدار e-sports را در کشورهای مختلف نشان می‌دهد. با میانگین جهانی ۲۲٪، کره جنوبی با ۳۲٪ بالاترین سهم را در میان قدرت‌های بزرگ e-sports مانند چین (۳۰٪) و ایالات متحده (۱۷٪) دارد. این آمار نشان‌دهنده پذیرش فرهنگی گسترده‌تر در کره جنوبی است که حتی در میان زنان نیز نفوذ بیشتری دارد.

با وجود جمعیت نسبتاً کوچک حدود ۵۲ میلیون نفر، کره جنوبی به طور مداوم سهم بسیار بالایی از بهترین بازیکنان جهان را تولید می‌کند. بر اساس داده‌های «بیشترین درآمدها بر اساس کشور» (جدول ۵)، این کشور با مجموع جوایز ۱۵۶.۵۷ میلیون دلار، در جایگاه سوم جهانی قرار دارد، و بخش عمده‌ای از این درآمد (۲۶.۶٪) از بازی *League of Legends* کسب شده است. همچنین، با ۵,۹۵۴ بازیکن ثبت‌شده، کره جنوبی از نظر تعداد بازیکنان فعال در جایگاه چهارم جهان قرار دارد.

جدول ۵ بیشترین جوایز دریافتی بر اساس کشور

رتبه	کشور	مجموع جوایز	تعداد بازیکن	بازی اصلی
۱	چین	۳۲۶,۶۶۷,۴۲۰ دلار	۹,۲۵۶	Dota 2
۲	ایالات متحده	۲۹۵,۵۱۹,۳۹۶ دلار	۲۹,۰۳۵	Fortnite
۳	کره جنوبی	۱۵۶,۵۶۷,۷۷۶ دلار	۵,۹۵۴	League of Legends

پرورش استعدادها در کره جنوبی توسط یک ساختار لیگ سلسله‌مراتبی و پیشرفته پشتیبانی می‌شود. به عنوان مثال، در بازی *League of Legends*، این اکوسیستم شامل لیگ حرفه‌ای **League of Legends Champions Korea (LCK)**، لیگ نیمه حرفه‌ای **LCK Challengers**، **League (LCK CL)** و سری آماتوری **LCK Academy Series (LCK AS)** است که مسیر روشن و سازمان‌یافته‌ای از سطح پایه تا صحنه جهانی فراهم می‌آورد (Korean Esports: Everything You Need to Know, n.d). این سیستم با زیرساخت‌های اختصاصی ورزش‌های الکترونیکی، مانند استادیوم تخصصی **LoL Park** در سئول، و سابقه طولانی میزبانی رویدادهای بین‌المللی بزرگ مانند قهرمانی جهانی *League of Legends* تکمیل می‌شود (Esports Tournaments, n.d). این چرخه خودپایدار از اهمیت فرهنگی، حمایت نهادی و توسعه ساختاری تضمین می‌کند که کره جنوبی همچنان منبع اصلی و بی‌بدیل استعدادهای نخبه ورزش‌های الکترونیکی در جهان باقی بماند.



۱-۹ پیش‌تازان اروپا: شبکه‌ای از متخصصان در اکوسیستم ورزش‌های الکترونیکی

چهره ورزش‌های الکترونیکی در اروپا با یک شبکه غیرمتمرکز اما بسیار تأثیرگذار از کشورهای مختلف تعریف می‌شود که هر یک به نحوی تخصصی در اکوسیستم جهانی ایفای نقش می‌کنند. برخلاف مقیاس بی‌چون و چرای بازار چین یا تسلط تجاری ایالات متحده، قدرت اروپا در **تنوع و کیفیت متمرکز** آن نهفته است. آلمان به عنوان **هاب اساسی زیرساختی و لجستیکی** قاره شناخته می‌شود و

میزبان معتبرترین رویدادهای اروپاست. در همین حال، کشورهای حوزه اسکاندیناوی، به ویژه دانمارک و سوئد، به کارخانه‌های بی‌نظیر تولید استعدادهای حرفه‌ای بدل شده‌اند، به گونه‌ای که تراکم بازیکنان نخبه آن‌ها بسیار فراتر از اندازه جمعیت‌شان است. این کشورها با تکیه بر تخصص‌های خاص، جایگاه پیشرو در رقابت‌های جهانی را به دست آورده‌اند.



۱-۲۰ آلمان: هاب قاره‌ای و زیرساخت میزبانی

نقش رهبری آلمان در صنعت جهانی ورزش‌های الکترونیکی عمدتاً در حوزه زیرساخت و سازماندهی است. این کشور به سیستم عصبی مرکزی ورزش‌های الکترونیکی اروپا تبدیل شده و میزبان دفتر مرکزی برگزارکنندگان بزرگ مسابقات، استودیوهای لیگ‌های برتر و برخی از نمادین‌ترین رویدادهای سالانه جهان است. این جایگاه استراتژیک بر پایه اقتصاد قوی، موقعیت جغرافیایی مرکزی و چارچوب نهادی پشتیبان اما پیچیده آلمان استوار است.

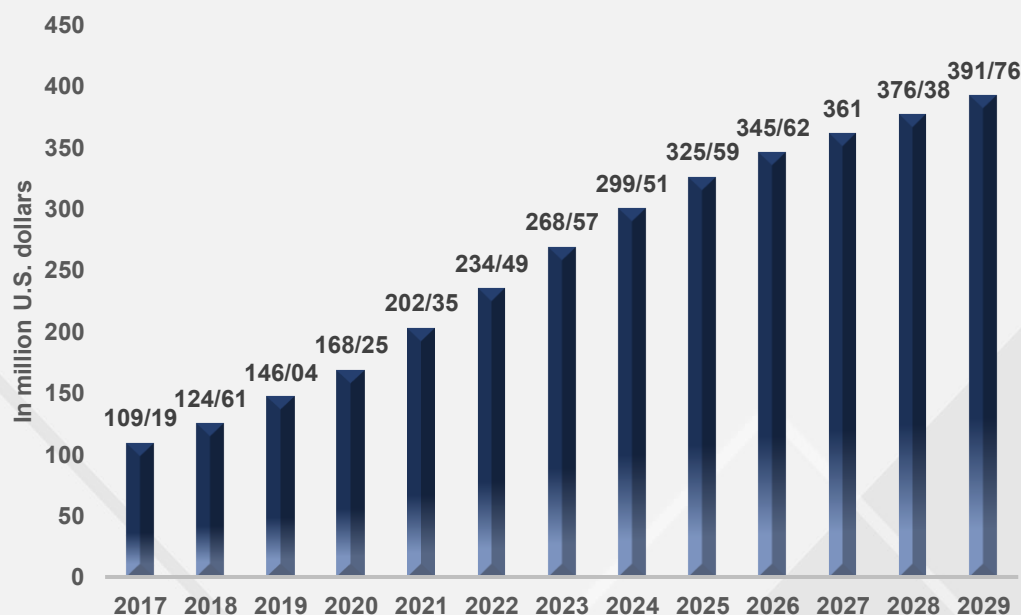
◀ **زیرساخت و میزبانی رویدادها:** آلمان مقصد اصلی رقابت‌های سطح بالا در منطقه EMEA (اروپا، خاورمیانه و آفریقا) به شمار می‌رود.

برلین؛ پایتخت League of Legends: پایتخت آلمان محل برگزاری مسابقات لیگ *League of Legends EMEA Championship (LEC)* در استودیوی پیشرفته Riot Games Arena است که تمامی مسابقات این لیگ در آن انجام و پخش می‌شود (Esports Around The World: Germany, 2023). لیگ LEC همواره جزو چهار لیگ برتر حرفه‌ای *League of Legends* در جهان به شمار می‌رود و برلین به کانون هفتگی طرفداران گسترده این بازی در اروپا بدل شده است. همچنین، دفتر مرکزی e-sports منطقه EMEA متعلق به Riot Games در همین شهر قرار دارد که اکوسیستم قدرتمندی از ۱۱ لیگ منطقه‌ای در سراسر قاره را مدیریت می‌کند (EMEA Esports HQ, n.d).

کلن؛ کلیسای Counter-Strike؛ شهر کلن جایگاهی افسانه‌ای در جامعه بازی Counter-Strike دارد. این شهر مقر اصلی شرکت ESL (که سابقاً Electronic Sports League نام داشت) است، قدیمی‌ترین و یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های فعال در حوزه ورزش‌های الکترونیکی که در سال ۲۰۰۰ در این شهر تأسیس شده است (Esports in Germany, n.d). کلن میزبان رویداد سالانه Intel Extreme Masters (IEM) Cologne Esports Around The World: (Counter-Strike) خوانده می‌شود (Germany, 2023). برای بسیاری از بازیکنان، پیروزی در کلن به اندازه قهرمانی در یک تورنمنت Major اهمیت دارد. این شهر سه دوره از مسابقات رسمی Major حمایت‌شده توسط شرکت Valve را برگزار کرده است که نشان‌دهنده جایگاه محوری آن در تاریخ رقابت‌های این بازی است (Counter-Strike's legacy in Cologne, n.d).

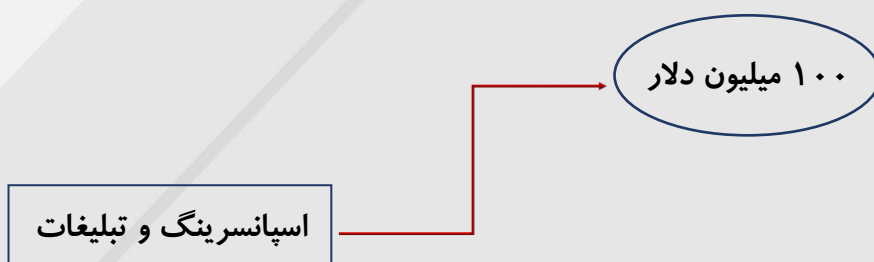
۱-۲۰-۱ چشم‌انداز اقتصادی و نهادی در آلمان

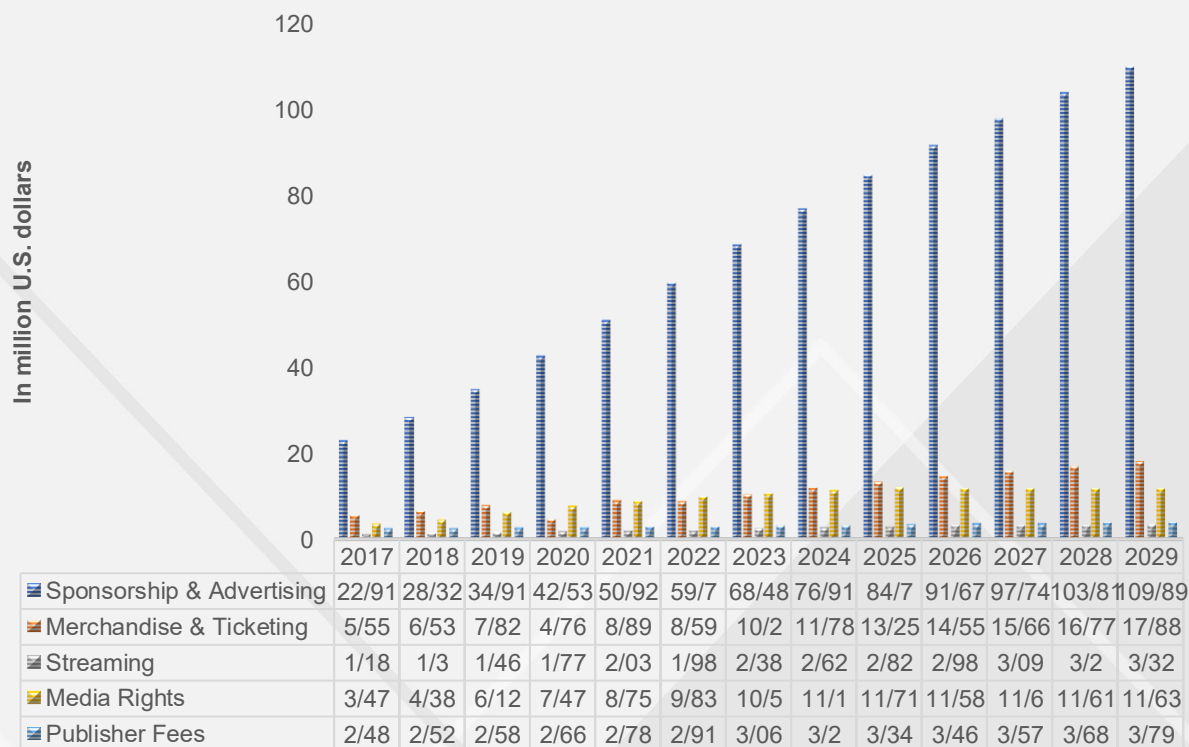
بازار ورزش‌های الکترونیکی آلمان، بزرگ‌ترین بازار اروپا به شمار می‌رود. بر اساس نمودار ۱۱ که درآمد این بازار را از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹ (به میلیون دلار) نشان می‌دهد، آلمان با حدود ۲۹۹.۵ میلیون دلار در سال ۲۰۲۴، جایگاه سوم جهانی را پس از ایالات متحده و چین به خود اختصاص داده است (eSports Viewership Statistics 2025, n.d). این بازار که با حدود ۱۰۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۷ کار خود را آغاز کرده، با رشدی بیش از سه برابری، به درآمد پیش‌بینی‌شده حدود ۳۹۲ میلیون دلار در سال ۲۰۲۹ دست خواهد یافت. این روند رشد در دوره همه‌گیری کرونا (۲۰۲۰-۲۰۲۲) شتاب قابل توجهی گرفت اما در سال‌های آینده وارد مرحله «بلوغ» خواهد شد. این به معنای کاهش طبیعی نرخ رشد سالانه است، در حالی که درآمد کل همچنان افزایش می‌یابد. این روند نشان‌دهنده یک صنعت سالم و قوی است که از مرحله رشد انفجاری عبور کرده و به یک فاز رشد پایدار و باثبات رسیده است.



نمودار ۱۱ درآمد بازار ورزش‌های الکترونیک در آلمان از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹ (به میلیون دلار آمریکا)

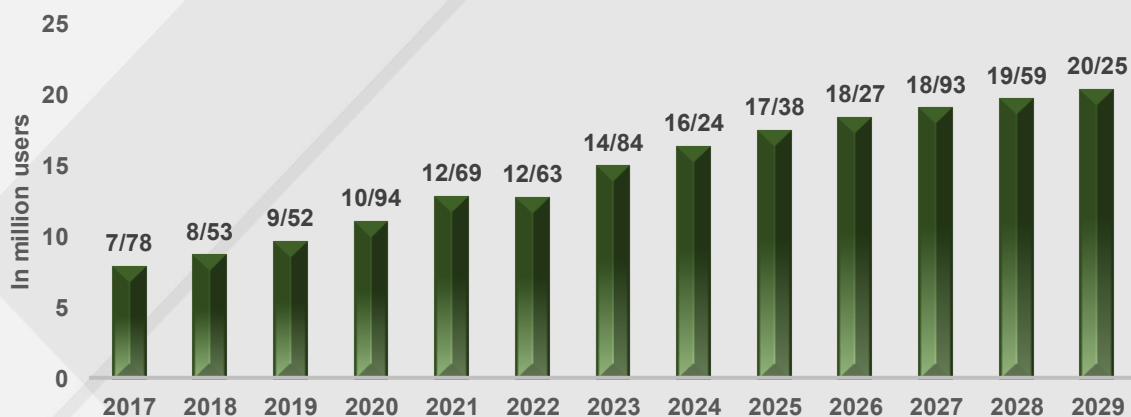
با توجه به نمودار ۱۲ که درآمد بازار را به تفکیک بخش‌ها نشان می‌دهد، سهم اصلی درآمد از اسپانسرینگ و تبلیغات حاصل می‌شود و در سال‌های پیش رو به بیش از ۱۰۰ میلیون دلار خواهد رسید. این موضوع نشان می‌دهد که برندهای بزرگ، ورزش‌های الکترونیک را به عنوان یک بستر تبلیغاتی کلیدی در نظر گرفته‌اند.





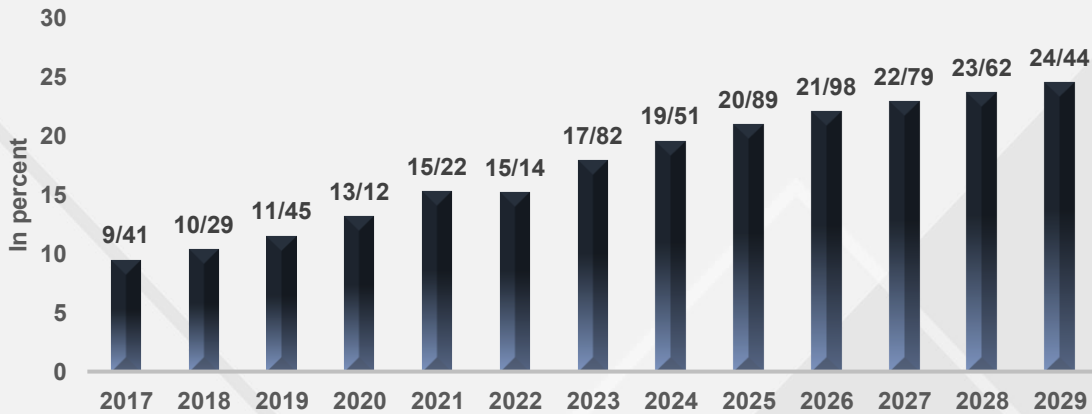
نمودار ۱۲ درآمد بازار ورزش‌های الکترونیک در آلمان از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹، به تفکیک بخش (به میلیون دلار آمریکا)

همچنین، نمودار ۱۳ و نمودار ۱۴، رشد تعداد کاربران و نرخ نفوذ e-sports در آلمان را تأیید می‌کنند. تعداد کاربران از ۷.۷۸ میلیون نفر در سال ۲۰۱۷ به ۲۹۹.۵ میلیون نفر در سال ۲۰۲۴ رسیده و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۹ به ۲۰.۲۵ میلیون نفر برسد.



نمودار ۱۳ تعداد کاربران ورزش‌های الکترونیک در آلمان از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹ (به میلیون نفر)

نرخ نفوذ نیز از ۹.۴۱ درصد به ۱۹.۵۱ درصد در سال ۲۰۲۴ رسیده و تا سال ۲۰۲۹ به ۲۴.۴۴ درصد افزایش خواهد یافت. این آمار نشان‌دهنده پذیرش گسترده اجتماعی است، به طوری که بیش از ۷۶٪ جمعیت آلمان با مفهوم ورزش‌های الکترونیکی آشنا هستند.



نمودار ۱۴ نرخ نفوذ ورزش‌های الکترونیکی در آلمان از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۹

فضای نهادی نیز عموماً مثبت است. در توافقنامه ائتلافی سال ۲۰۱۸، دولت فدرال آلمان به صورت رسمی «اهمیت رو به رشد چشم‌انداز ورزش‌های الکترونیکی» را به رسمیت شناخت و فرآیند صدور ویزا برای بازیکنان حرفه‌ای غیر اروپایی را با دسته‌بندی ورزش‌های الکترونیکی به عنوان «رویدادی با ماهیت ورزشی» تسهیل کرد (Esports Around The World: Germany, 2023). این سیاست نقش مهمی در میزبانی آلمان برای لیگ‌ها و مسابقات بین‌المللی با حضور بازیکنان جهانی ایفا کرده است. با این حال، چالشی میان دولت و فدراسیون المپیک آلمان (DOSB) وجود دارد که تا کنون از اعطای جایگاه رسمی ورزش به ورزش‌های الکترونیکی خودداری کرده است (Esports Around The World: Germany, 2023). نهادهای صنعتی مانند انجمن بازی‌های آلمان (GAME) به طور فعال در حال تلاش برای تبدیل آلمان به «بهترین مقصد ورزش‌های الکترونیکی» هستند و خواهان افزایش بودجه و اعطای وضعیت غیرانتفاعی به باشگاه‌های این حوزه‌اند (Esports in Germany, n.d.). این ترکیب از برگزاری لیگ‌های سطح بالا، میزبانی رویدادهای نمادین، بازار داخلی بزرگ و محیط سیاست‌گذاری حمایتی، جایگاه آلمان را نه به عنوان تولیدکننده تیم‌های غالب، بلکه به عنوان مهم‌ترین تسهیل‌کننده رقابت‌ها در منطقه EMEA تثبیت می‌کند.



۱-۲۱ کارخانه‌های استعداد اسکاندیناوی، دانمارک و سوئد به عنوان پیشتازان جهانی

منطقه اسکاندیناوی، به ویژه کشورهای دانمارک و سوئد، یک مدل منحصر به فرد از رهبری در ورزش‌های الکترونیکی را ارائه می‌دهد که بر بهره‌وری فوق‌العاده در تولید استعداد مبتنی است. با وجود جمعیت نسبتاً کم، این کشورها به طور مداوم تعداد قابل توجهی از ماهرترین و موفق‌ترین بازیکنان حرفه‌ای جهان را تولید کرده‌اند، به ویژه در بازی‌های تاکتیکی اول شخص مانند *Counter-Strike*. این موفقیت چشمگیر ناشی از ترکیب قدرتمندی از پذیرش زودهنگام فناوری، فرهنگ قوی باشگاه‌های محلی که از ورزش‌های سنتی به ارث رسیده، و حمایت نهادی فعال است.

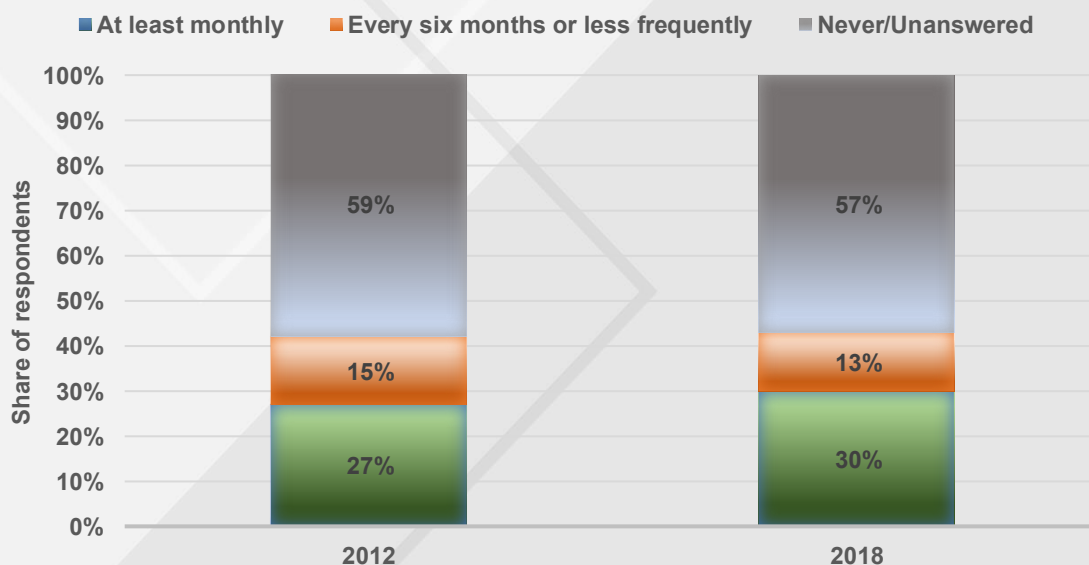
۱-۲۱-۱ تولید بی‌نظیر استعداد به ازای هر نفر

شواهد آماری از تسلط منطقه اسکاندیناوی بر تولید استعداد های ورزش‌های الکترونیکی بسیار چشمگیر است. **دانمارک** در سطح جهان از نظر تعداد بازیکنان حرفه‌ای برنده جوایز نسبت به جمعیت، **رتبه نخست** را دارد و با ۳۵.۶ بازیکن حرفه‌ای به ازای هر ۱۰۰ هزار نفر، نرخ آن بیش از چهار برابر ایالات متحده است (Pro Players in Each Country per Capita, n.d). **سوئد** نیز به طور مشابه در جایگاه **سوم جهانی** از نظر تولید استعداد به ازای هر نفر و هشتمین رتبه در میزان کل جوایز کسب‌شده توسط بازیکنانش قرار دارد، با بیش از ۵۸ میلیون دلار جایزه در بین بیش از ۳۳۰۰ بازیکن حرفه‌ای (INFOGRAPHIC: The Top Gaming Countries, 2025). این بازدهی بالا نشان‌دهنده وجود سیستمی عمیق و مؤثر برای شناسایی و پرورش پتانسیل رقابتی در این کشورها است.



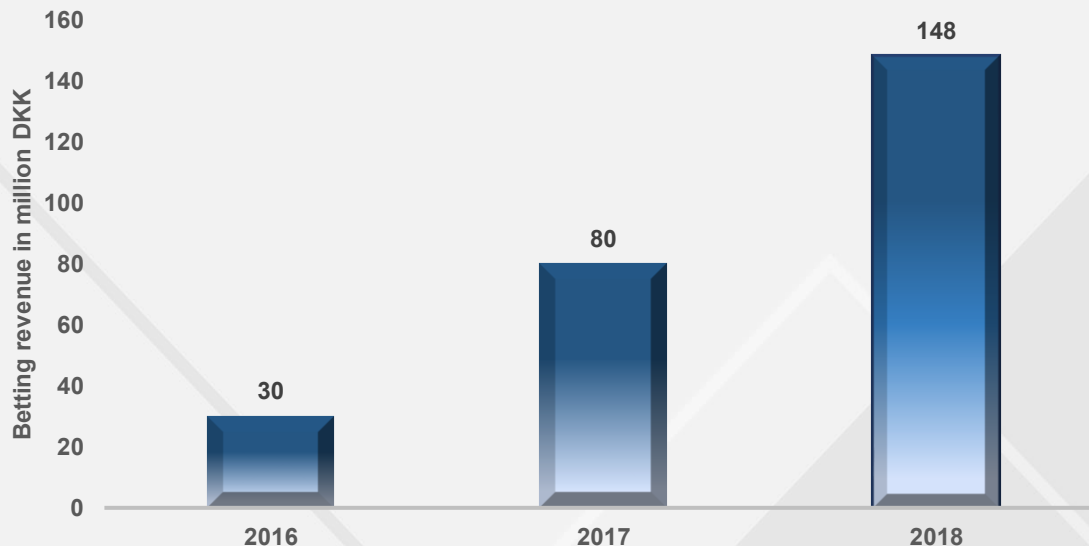
میراث **Counter-Strike** در دانمارک؛ تاریخ دانمارک در بازی *Counter-Strike* بسیار برجسته است و این کشور به طور مداوم بازیکنان و تیم‌های افسانه‌ای را تولید کرده است (Counter-Strike in esports, n.d). این میراث در دوره «عصر استرالیس» (۲۰۱۸ تا ۲۰۲۰) به اوج خود رسید. سازمان دانمارکی **Astralis** با معرفی استانداردهای نوین حرفه‌ای‌گری، شامل توجه ویژه به سلامت جسمانی و روانی بازیکنان، برنامه‌های تمرینی ساختارمند و آماده‌سازی تاکتیکی پیشرفته، صحنه حرفه‌ای این بازی را متحول کرد. این رویکرد منجر به کسب چهار قهرمانی Major، از جمله سه عنوان پی‌پی، شد و استرالیس را به یکی از مقتدرترین تیم‌های تاریخ ورزش‌های الکترونیکی تبدیل و جایگاه دانمارک را به عنوان یک ابرقدرت جهانی تثبیت نمود (Astralis, n.d).

۱-۲۱-۲ تحلیل آماری روند رشد در دانمارک



نمودار ۱۵ سهم افراد شرکت‌کننده در بازی‌های آنلاین در دانمارک در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۸ نشان می‌دهد که بین سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۸، عادت به بازی‌های آنلاین در دانمارک به طور قابل توجهی تغییر کرده است. در این دوره شش ساله، سهم بازیکنان فعال که حداقل ماهانه بازی می‌کنند، از ۲۷٪ به ۳۰٪ افزایش یافت، در حالی که درصد افرادی که به ندرت بازی می‌کردند یا اصلاً بازی نمی‌کردند، به ترتیب از ۱۵٪ به ۱۳٪ و از ۵۹٪ به ۵۷٪ کاهش یافت. این آمار در

مجموع بیانگر این است که بازی‌های آنلاین در دانمارک از یک سرگرمی پراکنده به یک فعالیت منظم‌تر و رایج‌تر در میان جمعیت تبدیل شده است.



نمودار ۱۶ درآمد شرط‌بندی ورزش‌های الکترونیکی در شرکت Danske Spil از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ (به میلیون کرون دانمارک)

نمودار ۱۶، رشد انفجاری درآمد شرکت دانمارکی **Danske Spil** را از محل شرط‌بندی بر روی ورزش‌های الکترونیکی بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ به تصویر می‌کشد. درآمد این شرکت که در سال ۲۰۱۶ تنها **۳۰ میلیون کرون دانمارک** بود، با جهشی چشمگیر در سال ۲۰۱۷ به **۸۰ میلیون کرون** رسید و این روند صعودی قدرتمند در سال ۲۰۱۸ با رسیدن به درآمد **۱۴۸ میلیون کرون** ادامه یافت. در مجموع، این داده‌ها نشان‌دهنده یک **رشد تقریباً پنج برابری طی فقط دو سال** است که ثابت می‌کند شرط‌بندی روی ورزش‌های الکترونیکی به یک بازار بسیار سودآور و به سرعت در حال گسترش برای این شرکت تبدیل شده است. این روند، پذیرش گسترده فرهنگی و نهادی ورزش‌های الکترونیکی در دانمارک را تأیید می‌کند.

این موفقیت اسکاندیناوی در تولید استعداد و ادغام فرهنگی، الگویی متفاوت از سایر قطب‌های جهانی ارائه می‌دهد؛ الگویی که بر کیفیت، تخصص و پایداری فرهنگی متکی است، نه صرفاً مقیاس و حجم بازار.

۱-۲۱ نقش بنیادین سوئد در ورزش‌های الکترونیکی

تأثیر سوئد در تاریخ ورزش‌های الکترونیکی بسیار عمیق است. این کشور میزبان **DreamHack** است، رویدادی که از دهه ۱۹۹۰ آغاز شد و به بزرگ‌ترین گردهمایی LAN و جشنواره دیجیتال جهان تبدیل شد. DreamHack نقش مهمی در شکل‌گیری فرهنگ رقابت‌های اولیه بازی‌های ویدئویی داشت (Esports Around The World: Sweden, 2023). تیم‌های سوئدی مانند **Ninjas in Pyjamas (NiP)** در دوره‌های ابتدایی بازی‌های *Counter-Strike*، *CS:GO* و *Dota 1.6*، قدرت غالب بودند. بازیکنان سوئدی همچنین موفقیت‌های بزرگی در بازی *Dota 2* کسب کرده‌اند؛ به طوری که تیم **Alliance** در سال ۲۰۱۳ قهرمان مسابقات *The International* شد (Sweden and the Esports History, n.d). این تاریخچه غنی، سوئد را به عنوان یک نیروگاه تولید استعداد و یک پیشرو فرهنگی در عرصه e-sports تثبیت کرده است.

۱-۲۴ حمایت نهادی و مردمی: مدل موفقیت اسکاندیناوی

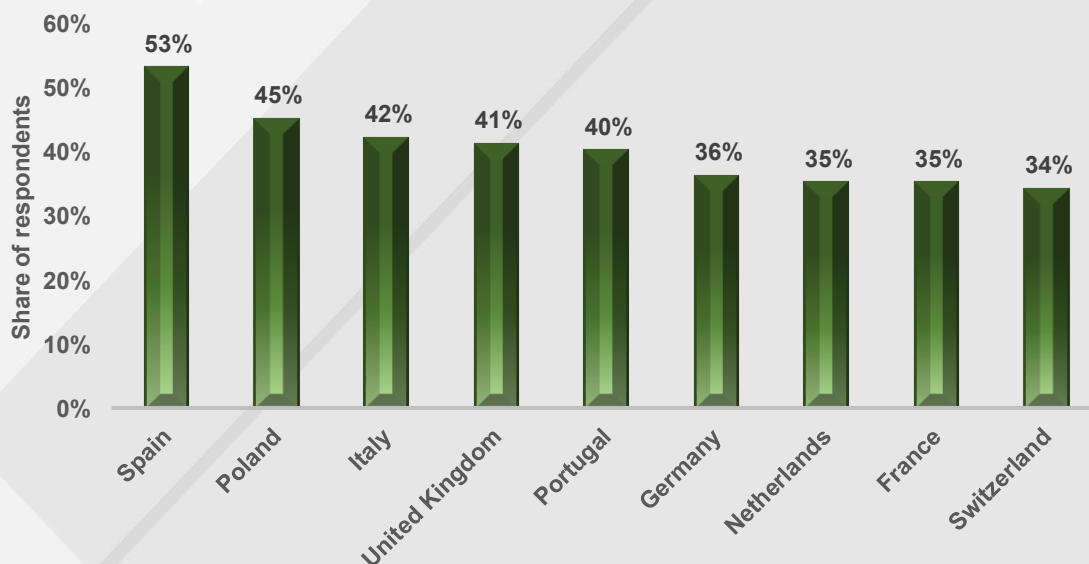
مدل موفقیت منطقه اسکاندیناوی بر پایه حمایت قوی اجتماعی و دولتی بنا شده است. این حمایت نهادی، به خصوص در دانمارک و سوئد، نقش حیاتی در توسعه این صنعت ایفا کرده است.

❖ **دانمارک:** دولت دانمارک از پیشگامان جهانی در به رسمیت شناختن پتانسیل ورزش‌های الکترونیکی است و اولین کشوری بود که یک استراتژی ملی رسمی برای e-sports تدوین کرد. این استراتژی شامل بودجه‌ای ۱۰ میلیون کرون دانمارک (حدود ۱.۱۳ میلیون پوند) برای تقویت جایگاه کشور به عنوان یک قدرت پیشرو بود (Esports Around The World: Denmark, 2023). علاوه بر این، ورزش‌های الکترونیکی در نظام آموزشی کشور ادغام شده و برنامه‌های آموزشی اختصاصی از سطح دبیرستان به بالا ارائه می‌شود که مسیر رسمی توسعه استعداد را فراهم می‌آورد (Esports Around The World: Denmark, 2023). سازمان مالیاتی دانمارک نیز e-sports را به عنوان یک ورزش پایه به رسمیت شناخته و به انجمن‌های محلی این حوزه وضعیت معافیت مالیاتی اعطا کرده است (Esports Around The World: Denmark, 2023).

سوئد: پس از سال‌ها بحث و بررسی، کنفدراسیون ملی ورزش سوئد در ماه می ۲۰۲۳ رسماً انجمن ورزش‌های الکترونیکی سوئد را به عضویت پذیرفت (Esports Around The World: Sweden, 2023). این تصمیم تاریخی باعث شد انجمن مذکور واجد شرایط دریافت بودجه دولتی شود و سطح جدیدی از مشروعیت و حمایت نهادی به دست آورد. این اقدام گامی حیاتی بود، به ویژه پس از مشکلات ویزا که به دلیل عدم اعطای وضعیت رسمی ورزشی به e-sports باعث شد تورنمنت معتبر *Dota 2* یعنی *The International 2021* از سوئد به مکان دیگری منتقل شود (Esports Around The World: Sweden, 2023).

این همگرایی منحصر به فرد از پذیرش زودهنگام اینترنت، ساختار اجتماعی حمایت‌گر از باشگاه‌های محلی، گرایش فرهنگی به بازی‌های خاص رقابتی، و تأیید فعال دولت، مدل اسکاندیناوی را به نمونه‌ای برجسته از برتری در ورزش‌های الکترونیکی تبدیل کرده است. این مدل نشان می‌دهد که تخصص استراتژیک و توسعه کارآمد استعدادها می‌تواند برتری رقابتی جهانی را فراتر از صرف بزرگی بازار یا جمعیت ایجاد کند.

۱-۲۱ سهم تماشاگران ورزش‌های الکترونیکی در کشورهای منتخب اروپایی (۲۰۲۴)



نمودار ۱۷ سهم افرادی که در کشورهای منتخب اروپایی در سال ۲۰۲۴ ورزش‌های الکترونیکی تماشا می‌کنند

نمودار ۱۷، تفاوت قابل توجه در میزان محبوبیت ورزش‌های الکترونیکی را در میان کشورهای منتخب اروپایی در سال ۲۰۲۴ به تصویر می‌کشد و نشان می‌دهد که بازار اروپا یکپارچه نیست. اسپانیا با ۵۳٪ به طور واضح پیشتاز است و بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان در این کشور بیننده ورزش‌های الکترونیکی هستند. پس از آن، گروهی از کشورها شامل لهستان (۴۵٪)، ایتالیا (۴۲٪)، بریتانیا (۴۱٪) و پرتغال (۴۰٪) با نرخ پذیرش بالا قرار دارند. در مقابل، قدرت‌های اقتصادی بزرگ‌تری مانند آلمان (۳۶٪) و فرانسه (۳۵٪)، در کنار هلند و سوئیس، با وجود داشتن مخاطب قابل توجه، نرخ نفوذ پایین‌تری را نشان می‌دهند که حاکی از سطح بلوغ متفاوت بازار در مناطق مختلف این قاره است.



۲۲-۱ قدرت‌های نوظهور: بازتعریف نقشه جهانی ورزش‌های الکترونیکی

در حالی که قطب‌های سنتی ورزش‌های الکترونیکی شامل آمریکای شمالی، چین و کره جنوبی همچنان بخش عمده‌ای از این عرصه را شکل می‌دهند، مجموعه‌ای از قدرت‌های نوظهور در حال ظهور هستند که پتانسیل بازتعریف اساسی توزیع جهانی نفوذ و سرمایه را دارا می‌باشند. منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA)، به رهبری موجی بی‌سابقه از سرمایه‌گذاری ثروت‌های دولتی عربستان سعودی، در حال اجرای استراتژی‌ای هدفمند و از بالا به پایین است تا به مرکز جدید دنیای رقابت‌های بازی‌های ویدئویی تبدیل شود. همزمان، ترکیه نیز به عنوان یک هاب استراتژیک در تقاطع اروپا و آسیا ظهور کرده و با بهره‌گیری از صنعت توسعه بازی‌های با استاندارد جهانی، اکوسیستمی هم‌افزا و به سرعت در حال گسترش در حوزه ورزش‌های الکترونیکی ایجاد می‌کند. این مناطق نمایانگر پویاترین و مخرب‌ترین نیروها در صنعت معاصر ورزش‌های الکترونیکی هستند.

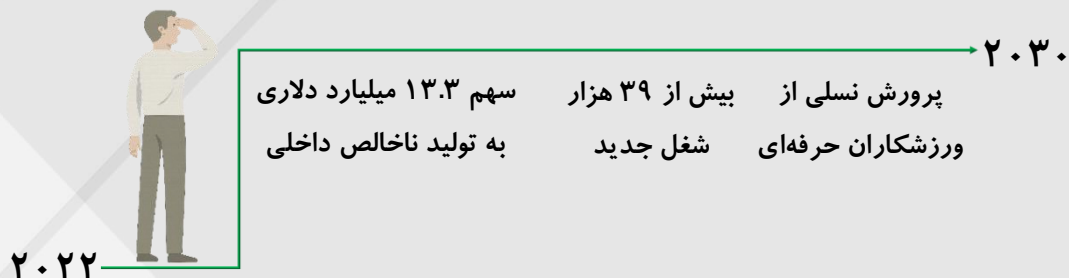


۱-۲۲-۱ منطقه MENA: انقلاب ۳۸ میلیارد دلاری و تغییر معادلات جهانی

منطقه MENA، با عربستان سعودی در مرکز آن، یک کمپین تاریخی، بلندپروازانه و سرمایه‌بر را برای تبدیل خود به یک رهبر جهانی ورزش‌های الکترونیکی آغاز کرده است. این استراتژی بر پایه رشد ارگانیک و از پایین به بالا نیست، بلکه بر پایه تغییرات ساختاری از بالا به پایین و تغذیه شده توسط ثروت‌های دولتی بنا شده است. صندوق سرمایه‌گذاری عمومی عربستان سعودی (PIF) مبلغی شگفت‌آور معادل ۳۸ میلیارد دلار را از طریق شرکت تابعه خود، گروه Savvy Games، به بخش بازی و ورزش‌های الکترونیکی اختصاص داده است (Middle East Investment Driving). این ابتکار جزئی اساسی از برنامه ملی «چشم‌انداز ۲۰۳۰» عربستان سعودی است که هدف آن تنوع‌بخشی اقتصادی فراتر از نفت، جذب جوانان کشور و افزایش نفوذ نرم در سطح جهانی می‌باشد.

۱-۲۲-۲ استراتژی ملی بازی و ورزش‌های الکترونیکی (NGES)

طرح راهبردی این تحول، استراتژی ملی بازی و ورزش‌های الکترونیکی است که در سال ۲۰۲۲ رونمایی شد. اهداف این استراتژی مشخص و گسترده است: تا سال ۲۰۳۰، هدف این است که عربستان سعودی به یک مرکز جهانی این صنعت تبدیل شود، با سهم ۱۳.۳ میلیارد دلاری به تولید ناخالص داخلی داخلی کشور، ایجاد بیش از ۳۹ هزار شغل جدید، و پرورش نسلی از ورزشکاران حرفه‌ای سعودی که توان رقابت در بالاترین سطوح جهانی را داشته باشند (Saudi Arabia's economic potential of Gaming and Esports, n.d). این برنامه صرفاً برای حضور در اکوسیستم موجود نیست، بلکه قصد دارد ساختار آن را به طور بنیادی تغییر داده و مرکز آن را در خود کشور قرار دهد.



۱-۲۲-۳ استراتژی تملک و تمرکز

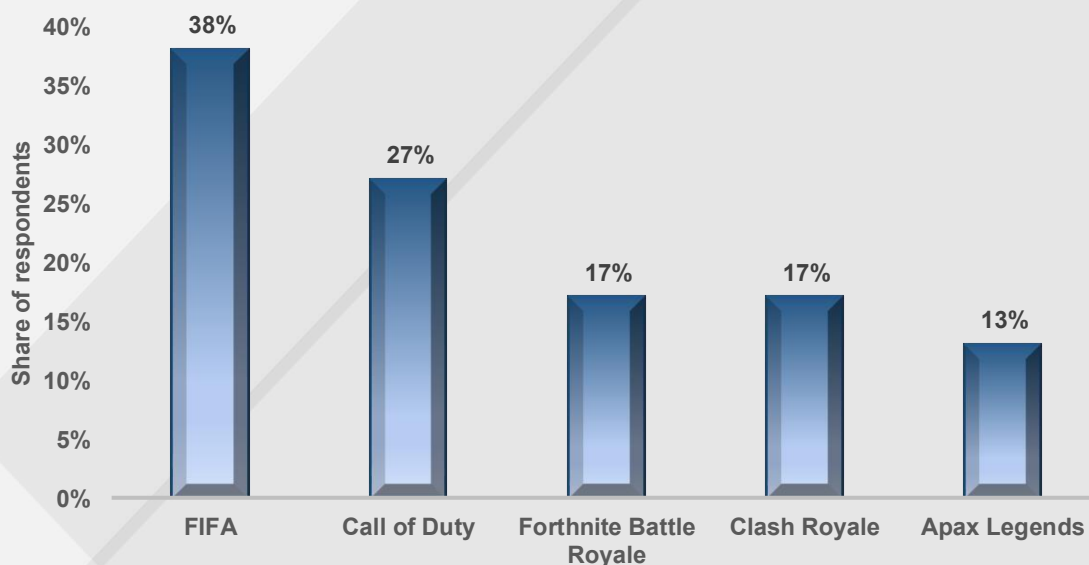
مدل منطقه MENA با استراتژی تهاجمی در تملک دارایی‌های کلیدی جهانی و تمرکز تقویم رقابت‌ها شناخته می‌شود.

تملک زیرساخت‌های جهانی: در حرکتی که صنعت را تکان داد، گروه Savvy Games سازمان‌های مستقل برگزارکننده تورنمنت‌های جهانی، ESL (مستقر در آلمان) و FACEIT (مستقر در بریتانیا) را به مبلغ ترکیبی ۱.۵ میلیارد دلار خریداری کرد. این دو سازمان در ادامه با هم ادغام شده و گروه ESL FACEIT را شکل دادند که بزرگ‌ترین شرکت بازی‌های رقابتی در جهان است و اکنون تحت مالکیت عربستان سعودی قرار دارد (Esports Around The World: Sweden, 2023). این معامله یکپارچه به کشور عربستان کنترل وسیعی بر مجموعه‌ای از معتبرترین تورنمنت‌های غیرمستقیم بازی‌هایی چون Counter-Strike و Dota 2 را اعطا کرده است.

جام جهانی ورزش‌های الکترونیکی (EWC): ستون استراتژی رویدادی عربستان سعودی، جام جهانی ورزش‌های الکترونیکی است که به صورت سالانه و چندبازی‌ای در ریاض برگزار می‌شود. این تورنمنت که به عنوان نقطه اوج فصل رقابت‌ها طراحی شده، نخستین دوره خود را در سال ۲۰۲۴ با مجموع جوایزی بیش از ۶۰ میلیون دلار آغاز کرد و در سال ۲۰۲۵ این مبلغ به بیش از ۷۰ میلیون دلار افزایش یافت که بزرگ‌ترین جایزه تاریخ ورزش‌های الکترونیکی است (Countries that are going all in on esports, 2025). با ارائه مبالغی تحول‌آفرین که سایر تورنمنت‌های بزرگ را به شدت پشت سر می‌گذارد، EWC نیروی جاذبه‌ای غیرقابل مقاومت ایجاد کرده و تیم‌ها، بازیکنان و حتی ناشران بزرگ بازی‌ها را به مشارکت وادار می‌دارد و عملاً اوج رقابت جهانی را در ریاض متمرکز می‌سازد.

۴-۲۲-۱ رشد منطقه‌ای و جمعیت‌شناسی

سرمایه‌گذاری گسترده در منطقه MENA بر پایه بازاری حاصل‌خیز و پویا استوار است. این منطقه یکی از جوان‌ترین و به‌طور دیجیتالی متصل‌ترین جمعیت‌های جهان را داراست، به گونه‌ای که بیش از ۶۰٪ جمعیت آن زیر ۳۰ سال سن دارند (Gaming: A Catalyst for Transformation in the MENA Region, n.d). در بازارهای کلیدی منطقه شامل عربستان سعودی، امارات متحده عربی و مصر (که با هم به عنوان MENA-3 شناخته می‌شوند)، پیش‌بینی می‌شود تعداد گیمرها از ۷۲ میلیون در سال ۲۰۲۴ به ۸۴.۳ میلیون در سال ۲۰۲۹ افزایش یابد و درآمد بازار نیز به ۲.۸ میلیارد دلار برسد (Middle East Governments Leverage Gaming Industry's Growth To Boost Economy, 2025 Saudi Arabia's economic potential of Gaming and Esports, n.d). این پایه مصرف‌کننده بزرگ و پرشور، زیرساختی قوی برای تحقق اهداف جهانی دولت فراهم می‌کند. علاوه بر این، اکوسیستم رو به رشدی از لیگ‌ها و تورنمنت‌های منطقه‌ای، مانند لیگ الکترونیکی سعودی (Saudi eLeague) و مدارهای مختلف VALORANT Challengers، برای پرورش استعدادها محلی در حال شکل‌گیری است (Valorant esports Events and Tournaments, n.d).



نمودار ۱۸ محبوب‌ترین بازی‌ها برای ورزش‌های الکترونیکی در عربستان سعودی در سال ۲۰۲۲

نمودار ۱۸ سهم پاسخ‌دهندگان در عربستان سعودی را که محبوب‌ترین بازی‌های e-sports خود را مشخص کرده‌اند، به تصویر می‌کشد. بازی‌های FIFA (با ۳۸٪) و Call of Duty (با ۲۷٪) به وضوح محبوب‌ترین عناوین هستند. بازی‌های دیگر مانند Fortnite Battle Royale و Clash Royale با سهم ۱۷٪ در رده‌های بعدی قرار دارند، در حالی که Apex Legends با ۱۳٪ در پایین‌ترین رتبه قرار دارد. این داده‌ها نشان می‌دهد که بازی‌های ورزشی شبیه‌سازی و تیراندازی، نقش اصلی را در اکوسیستم ورزش‌های الکترونیکی عربستان سعودی ایفا می‌کنند.

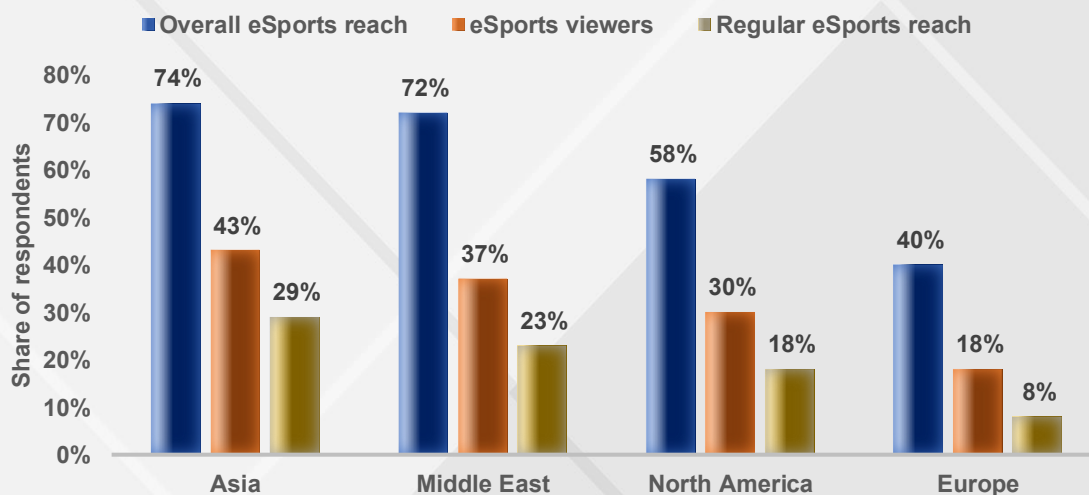
رویکرد منطقه MENA نمونه‌ای نوین در حوزه ورزش‌های الکترونیکی است که در آن سرمایه‌گذاری استراتژیک دولتی به عنوان ابزار اصلی برای بازسازی یک صنعت جهانی به کار گرفته می‌شود. این امر به چشم‌انداز رقابتی، بعد ژئوپولیتیکی تازه‌ای می‌بخشد و منافع اقتصادی و فرهنگی ملی را به عنوان نیروی محرکه‌ای هم‌سنگ با ناشران بازی‌ها و شرکت‌های خصوصی مطرح می‌کند.



۱-۲۲-۵ تحلیل آماری نقش منطقه MENA در اکوسیستم جهانی ورزش‌های الکترونیک

بررسی داده‌های آماری، ابعاد مختلف استراتژی و پویایی بازار منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA) در صنعت ورزش‌های الکترونیک را آشکار می‌سازد. نمودارهای ارائه شده، تصویری جامع از رشد مخاطبان، توزیع درآمد منطقه‌ای و جایگاه جهانی این منطقه در حوزه رویدادهای مربوط به ورزش‌های الکترونیک بانوان ارائه می‌دهند.

۱-۲۲-۶ نفوذ و سهم مخاطبان در منطقه MENA در سطح جهانی

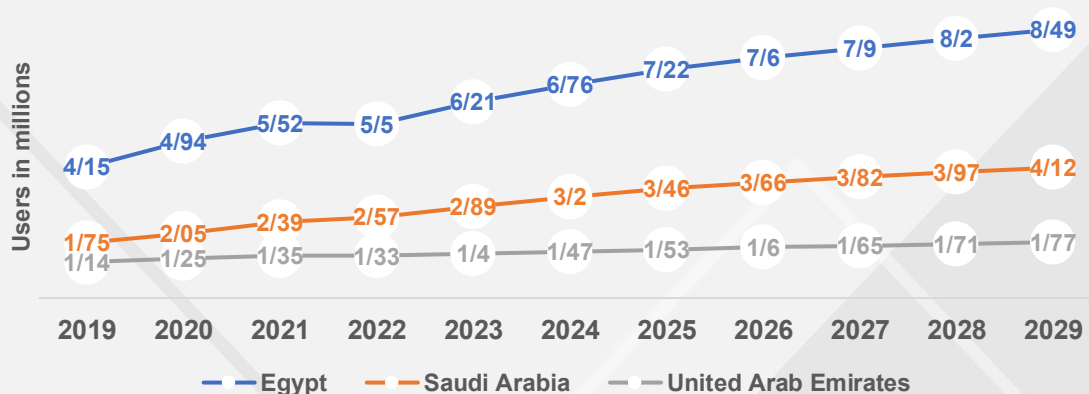


نمودار ۱۹ سهم مصرف‌کنندگان جهانی که تا تابستان ۲۰۲۴ با ورزش‌های الکترونیک درگیر بوده‌اند، به تفکیک منطقه

نمودار ۱۹ به مقایسه میزان نفوذ ورزش‌های الکترونیک در میان مصرف‌کنندگان جهانی می‌پردازد. داده‌ها نشان می‌دهند که منطقه خاورمیانه (Middle East) با سهم ۷۲٪ از کل پاسخ‌دهندگان، پس از آسیا، بالاترین میزان «دسترسی کلی ورزش‌های الکترونیک» (Overall eSports reach) را به خود اختصاص داده است. این امر نشان‌دهنده میزان بالای آشنایی و درگیری عمومی با این پدیده در منطقه است. علاوه بر این، ۳۷٪ از پاسخ‌دهندگان در خاورمیانه به عنوان «بینندگان ورزش‌های الکترونیک» (eSports viewers) و ۲۳٪ به عنوان «مخاطبان منظم» (Regular eSports reach) شناسایی شده‌اند که این ارقام، منطقه را در رتبه دوم جهانی، پس از آسیا، قرار می‌دهد. این آمار تأیید می‌کند که سرمایه‌گذاری‌های عظیم عربستان سعودی بر روی یک بستر اجتماعی آماده و

جامعه‌ای بزرگ از علاقه‌مندان بنا شده است.

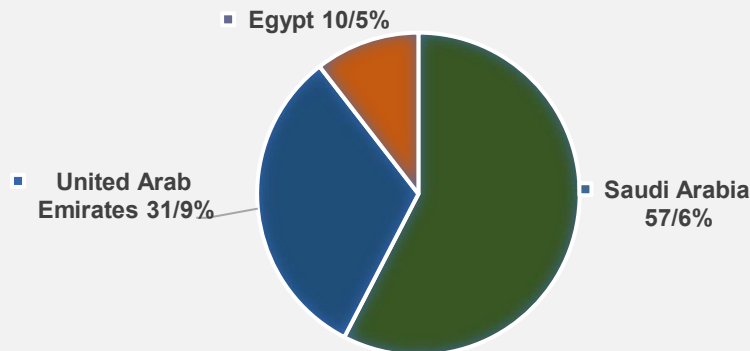
۱-۲۲-۷ توزیع کاربران و درآمد در بازارهای کلیدی منطقه MENA



نمودار ۲۰ تعداد پیش‌بینی شده کاربران ورزش‌های الکترونیک در کشورهای منتخب منطقه

خاورمیانه و شمال آفریقا از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۹ (به میلیون نفر)

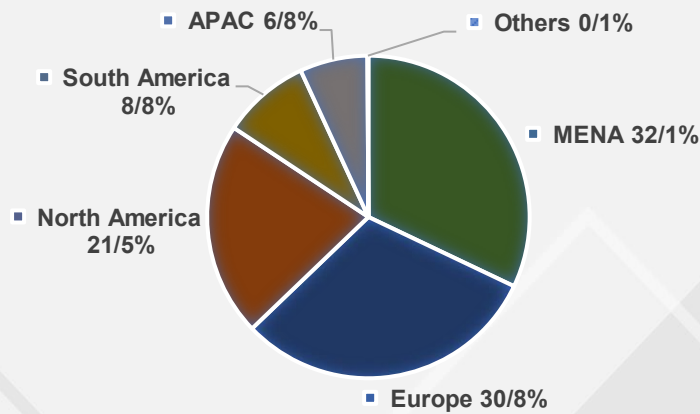
نمودار ۲۰ رشد پیش‌بینی شده تعداد کاربران ورزش‌های الکترونیک را در سه کشور کلیدی منطقه MENA (مصر، عربستان سعودی و امارات متحده عربی) نشان می‌دهد. داده‌ها بیانگر یک رشد مستمر و قدرتمند در هر سه کشور هستند. مصر با رشد از ۴.۱۵ میلیون کاربر در سال ۲۰۱۹ به ۸.۴۹ میلیون در سال ۲۰۲۹، بیشترین تعداد کاربران را خواهد داشت. این در حالی است که عربستان سعودی نیز با رشدی قابل توجه از ۱.۷۵ میلیون به ۴.۱۲ میلیون کاربر، و امارات متحده عربی از ۱.۱۴ میلیون به ۱.۷۷ میلیون کاربر خواهد رسید. این روند رشد قوی، بر پویایی جمعیت جوان و افزایش دسترسی به اینترنت در منطقه MENA تأکید می‌کند.



نمودار ۲۱ توزیع درآمد بازی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا در سال ۲۰۲۳، به تفکیک کشور منتخب

نمودار ۲۱ توزیع درآمد بازی را در میان سه کشور کلیدی منطقه در سال ۲۰۲۳ نشان می‌دهد و بر سلطه اقتصادی عربستان سعودی تأکید دارد. **عربستان سعودی** با سهم ۵۷.۵٪ از کل درآمد، به وضوح بر بازار تسلط دارد. این رقم نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری‌های سنگین دولت سعودی، تأثیر مستقیم و قابل اندازه‌گیری بر بازار داخلی داشته است. امارات متحده عربی با سهم ۳۱.۹٪ در جایگاه دوم قرار دارد و مصر با ۱۰.۵٪ در رتبه سوم قرار می‌گیرد. این توزیع درآمدی، عربستان سعودی را نه تنها به عنوان یک نیروی پیشران در جذب مخاطب، بلکه به عنوان مرکز اقتصادی اصلی اکوسیستم بازی در منطقه MENA تثبیت می‌کند.

۸-۲۲-۱ جایگاه منطقه MENA در رقابت‌های ورزش‌های الکترونیکی بانوان نمودار:



نمودار ۲۲ سهم کل صندوق جایزه رویدادهای ورزش‌های الکترونیکی بانوان در جهان در سال ۲۰۲۴، به تفکیک منطقه

نمودار ۲۲ سهم هر منطقه از مجموع جوایز رویدادهای e-sports بانوان در سال ۲۰۲۴ را نشان می‌دهد. داده‌ها گویای یک واقعیت شگفت‌انگیز و نوین هستند: **منطقه MENA** با سهم ۳۲.۱٪، بالاترین سهم را از مجموع جوایز این رویدادها در سطح جهان به خود اختصاص داده است. این رقم بالاتر از سهم اروپا (۳۰.۹٪) و آمریکای شمالی (۲۱.۵٪) قرار می‌گیرد. این برتری، تأکید ویژه‌ای بر بخش رو به رشد ورزش‌های الکترونیکی بانوان در منطقه MENA دارد. این آمار نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری‌ها و رویدادهای اخیر در منطقه، به‌ویژه در عربستان سعودی، به طور هدفمند بر روی رشد و توسعه رقابت‌های ورزش‌های الکترونیکی بانوان متمرکز شده‌اند، که این امر به سرعت جایگاه منطقه را در یک بخش حیاتی و در حال توسعه از اکوسیستم جهانی ارتقا داده است.

فصل پنجم

چارچوب‌های حاکمیتی و قانونی
در ورزش‌های الکترونیکی

رشد سریع ورزش‌های الکترونیکی حرفه‌ای منجر به شکل‌گیری نهادهای حاکمیتی بین‌المللی شده است؛ چشم‌اندازی که تحت سلطه دو سازمان رقیب قرار دارد: **فدراسیون بین‌المللی ورزش‌های الکترونیک (IESF)** و **فدراسیون جهانی ورزش‌های الکترونیک (GEF)**. این فدراسیون‌ها با فلسفه‌های تأسیسی متفاوت، از دیرباز در یک رقابت بر سر استانداردسازی و نمایندگی جهانی ورزش‌های الکترونیکی بوده‌اند.



۱-۲۳ فدراسیون‌های بین‌المللی: رقابت بر سر مشروعیت و نفوذ

۱-۲۳-۱ فدراسیون بین‌المللی ورزش‌های الکترونیک (IESF)

این فدراسیون در ۱۱ اوت ۲۰۰۸ توسط ۹ انجمن ملی ورزش‌های الکترونیک با مأموریت اصلی به رسمیت شناختن ورزش‌های الکترونیک به عنوان یک ورزش مشروع بنیان‌گذاری شد (IESF, n.d.-a). IESF که مقر آن در بوسان، کره جنوبی قرار دارد، ساختار غیرانتفاعی خود را بر اساس الگوی نهادهای ورزشی سنتی مانند فیفا طراحی کرده است. این فدراسیون دارای مجمع عمومی و هیئت‌مدیره است و عضویت آن به صورت انحصاری از یک نهاد حاکم ملی برای هر کشور عضو تشکیل شده است (IESF, n.d.-a). این رویکرد ملت‌محور و «از پایین به بالا»، هسته راهبرد IESF برای کسب مشروعیت در جامعه ورزش سنتی است. این فدراسیون رشد قابل توجهی داشته و از نه عضو مؤسس خود به ۱۵۱ کشور عضو تا مارس ۲۰۲۵ رسیده است (IESF, n.d.-b). رویداد اصلی آن، قهرمانی جهانی ورزش‌های الکترونیک (WEC)، یک تورنمنت چندعنوانی است که در آن ورزشکاران نه به نمایندگی از تیم‌های حرفه‌ای، بلکه از کشورهای خود رقابت می‌کنند. برای مدیریت روابط با ناشران بازی که دارای مالکیت فکری هستند، IESF در ژوئیه ۲۰۲۳ کمیسیون ناشران را تأسیس کرد (IESF, 2023).

۱-۲۳-۲ فدراسیون جهانی ورزش‌های الکترونیک (GEF)

این فدراسیون بیش از یک دهه بعد، در ۱۶ دسامبر ۲۰۱۹ تأسیس شد. GEF که مقر آن در

سنگاپور است، با هدف اتصال ورزشکاران، رهبران صنعت و ناشران بازی در یک پلتفرم مشترک آغاز به کار کرد (GEF, n.d.-a). برخلاف IESF، GEF با یک مدل «از بالا به پایین» و شامل ناشران بنیان‌گذاری شد و از همان ابتدا با غول بازی‌سازی چینی، Tencent، به عنوان «شریک جهانی مؤسس» همکاری کرد. این ساختار، نقش محوری دارندگان مالکیت معنوی بازی‌ها را از ابتدا به رسمیت می‌شناسد. از آن زمان، GEF ناشران بزرگ دیگری مانند Capcom و Sega را نیز به «شورای مشورتی ناشران و توسعه‌دهندگان» خود افزوده است (GEF, n.d.-b). دو سری رویداد اصلی را برگزار می‌کند: بازی‌های جهانی ورزش‌های الکترونیک (GEG)، که رقابتی ملت‌محور است، و تور جهانی ورزش‌های الکترونیک (GET)، که یک چرخه حرفه‌ای برای تیم‌های باشگاهی محسوب می‌شود.

۱-۲۳-۳ همگرایی راهبردی و پایان «جنگ سرد»

برای سال‌ها، تفاوت در فلسفه‌های IESF (ملت‌محور) و GEF (مبتنی بر ناشر) موجب یک رقابت طولانی‌مدت شد که اغلب با عنوان «جنگ سرد ورزش‌های الکترونیک» توصیف می‌شد (SportsPro, 2025). ساختار IESF به صورت طبیعی‌تر با نهادهایی مانند کمیته بین‌المللی المپیک (IOC) هم‌راستا است، در حالی که مدل GEF به طور مستقیم به واقعیت منحصربه‌فرد بازی‌های دارای مالکیت خصوصی می‌پردازد (SportsPro, 2025). با این حال، این شکاف به یک نقطه ضعف تبدیل شده بود. در یک تغییر راهبردی مهم، این دو فدراسیون در دسامبر ۲۰۲۳ تفاهم‌نامه‌ای (MoU) را برای بررسی همکاری‌های مشترک امضا کردند (SportsPro, 2025). این حرکت به سوی تنش‌زدایی تحت تأثیر فشارهای خارجی شدید بود. یکی از عوامل کلیدی، الزام IOC به وجود تنها یک فدراسیون بین‌المللی به رسمیت شناخته‌شده برای بررسی پذیرش یک ورزش در المپیک است. از سوی دیگر، ظهور نیروهای تجاری قدرتمند مانند جام جهانی ورزش‌های الکترونیک با حمایت مالی عربستان، فدراسیون‌ها را به تشکیل جبهه‌ای یکپارچه برای مذاکرات سوق داده است (SportsPro, 2025). مدیرعامل GEF این همکاری را «گام نخست» توصیف کرده و اشاره کرده است که این حرکت می‌تواند در آینده به ادغام کامل دو فدراسیون منجر شود، چراکه این دو نهاد از رقابت به سمت همگرایی راهبردی پیش می‌روند (SportsPro, 2025).

۱-۲۴ فدراسیون‌های ملی: ستون فقرات حاکمیت جهانی

فدراسیون‌های ملی (NFs) ستون فقرات حاکمیت جهانی ورزش‌های الکترونیک هستند که به عنوان حلقه اتصال بین نهادهای بین‌المللی و جوامع محلی عمل می‌کنند (IESF, n.d.-a). وظایف اصلی آن‌ها شامل توسعه استعدادها، پایه، انتخاب تیم‌های ملی، لابی‌گری با دولت و اجرای مقررات برای تضمین سلامت رقابت‌ها است (IESF, n.d.-a). با این حال، ساختار و نفوذ این فدراسیون‌ها در کشورهای مختلف متفاوت است.

◀ کره جنوبی (KeSPA):

این فدراسیون که در سال ۲۰۰۰ تأسیس شده، نمونه یک مدل قدرتمند و متمرکز با حمایت کامل دولت و کمیته المپیک این کشور است (KeSPA, n.d.). KeSPA کل اکوسیستم، از ثبت‌نام بازیکنان گرفته تا برگزاری جام معتبر KeSPA را مدیریت می‌کند.

◀ آلمان (ESBD):

این فدراسیون که در سال ۲۰۱۷ تأسیس شد، یک ائتلاف از تیم‌های حرفه‌ای و آماتور است که بر حرفه‌ای‌سازی و ایجاد استانداردهای آموزشی تمرکز دارد (ESBD, n.d.). بزرگ‌ترین دستاورد آن لابی‌گری موفق برای ایجاد ویزای ویژه ورزش‌های الکترونیک در سال ۲۰۱۹ بود که آلمان را به یک قطب بین‌المللی تبدیل کرد.

◀ ایالات متحده:

این کشور یک مدل حاکمیتی تکه‌تکه و بازارمحور دارد. نهاد رسمی مورد تأیید IESF، فدراسیون ورزش‌های الکترونیک ایالات متحده (USEF.GG) است که وظیفه اصلی آن انتخاب تیم‌های ملی برای مسابقات IESF است (USEF.GG, n.d.). نهاد دیگری به نام UESA نیز که پیشتر نماینده آمریکا در GEF بود، اکنون بر توسعه داخلی تمرکز دارد (UESA, n.d.).

این تنوع در ساختار و رویکرد، نشان‌دهنده پیچیدگی حاکمیت در یک صنعت نوظهور و جهانی است که برای دستیابی به مشروعیت و پایداری بلندمدت، باید همچنان به تکامل ادامه دهد.



۲۵-۱ تلاش‌ها برای به رسمیت شناختن در رویدادهای چندرشته‌ای

تلاش صنعت ورزش‌های الکترونیکی برای ورود به المپیک و سایر رویدادهای بزرگ چندرشته‌ای، نمادی از کوشش این صنعت برای کسب مشروعیت جهانی است. این مسیر از یک سو با رویکرد محتاطانه کمیته بین‌المللی المپیک (IOC) و از سوی دیگر با استقبال گرم‌تر رویدادهای ورزشی در آسیا تعریف می‌شود. با وجود علاقه IOC به ورزش‌های الکترونیکی که به سال ۲۰۰۷ بازمی‌گردد، موانع جدی مانع از گنجاندن کامل آن در برنامه المپیک شده است.

الف. چالش‌های اصلی در مسیر المپیک

فقدان یک نهاد حاکم واحد: منشور المپیک وجود یک فدراسیون بین‌المللی واحد را الزامی می‌داند، اما رقابت تاریخی میان فدراسیون جهانی ورزش‌های الکترونیک (GEF) و فدراسیون بین‌المللی ورزش‌های الکترونیک (IESF) مانع از تحقق این شرط شده است.

محتوای خشنونت‌آمیز: IOC محتوای بازی‌های محبوبی مانند *League of Legends* را در تضاد با ارزش‌های المپیک می‌داند.

مالکیت فکری و تجاری‌سازی: بازی‌های ویدئویی برخلاف ورزش‌های سنتی، دارایی‌های فکری خصوصی و تجاری هستند. این موضوع با قوانین سخت‌گیرانه IOC در مورد ممنوعیت تبلیغات تجاری در رویدادهای المپیک در تضاد است و چالش‌های پیچیده‌ای در زمینه صدور مجوز ایجاد می‌کند (Entertainment Law, 2025 & Harvard Journal of Sports).

ب. رویکرد متفاوت کمیته بین‌المللی المپیک (IOC)

برای مدیریت این موانع، IOC رویکردی محتاطانه و کنترل‌شده را در پیش گرفته است. این استراتژی با «سری مجازی المپیک» در سال ۲۰۲۱ آغاز شد که یک رویداد آنلاین متمرکز بر شبیه‌سازهای ورزش‌های سنتی مانند Zwift (دوچرخه‌سواری) و Gran Turismo (اتومبیل‌رانی) بود. این رویکرد در «هفته ورزش‌های الکترونیک المپیک» در ژوئن ۲۰۲۳ در سنگاپور ادامه یافت، جایی که تمرکز بر روی بازی‌های شبیه‌ساز ورزشی مانند Virtual Taekwondo و Just Dance بود. این رویدادها که به جای مدال، تندیس اهدا می‌کردند، به طور آشکار از بازی‌های المپیک جدا نگه

داشته شدند و از سوی جامعه اصلی ورزش‌های الکترونیک به دلیل بی‌ارتباط بودن با اکوسیستم واقعی، مورد انتقاد قرار گرفتند. این مراحل آزمایشی در نهایت به یک تصمیم تاریخی منجر شد: در ژوئیه ۲۰۲۴، IOC به ایجاد یک رویداد مستقل تحت عنوان «بازی‌های المپیک ورزش‌های الکترونیک» رأی داد که کاملاً از بازی‌های المپیک سنتی جدا خواهد بود. در یک اقدام راهبردی دیگر، IOC یک شراکت ۱۲ ساله با عربستان سعودی برای میزبانی این رویداد اعلام کرد که اولین دوره آن به سال ۲۰۲۷ موکول شده است (International Olympic Committee, 2025).

ج. پذیرش کامل در رویدادهای آسیایی و کشورهای مشترک‌المنافع

برخلاف رویکرد محتاطانه IOC، سایر رویدادهای بزرگ چندرشته‌ای، ورزش‌های الکترونیک جریان اصلی را کاملاً پذیرفته‌اند. بازی‌های آسیایی، که زیر نظر شورای المپیک آسیا برگزار می‌شود، در دوره ۲۰۲۲ خود (که در سال ۲۰۲۳ برگزار شد)، ورزش‌های الکترونیک را به عنوان یک رشته رسمی با مدال کامل به رسمیت شناخت. نکته مهم این بود که این رقابت‌ها شامل بازی‌های تجاری محبوب و پرطرفدار با تم خشن مانند League of Legends و Dota 2 نیز می‌شد. به طور مشابه، مسابقات آزمایشی ورزش‌های الکترونیک کشورهای مشترک‌المنافع نیز همزمان با بازی‌های اصلی در سال ۲۰۲۲ برگزار شد. این رویداد که با همکاری فدراسیون جهانی ورزش‌های الکترونیک (GEF) سازماندهی شده بود، شامل عناوینی مانند Dota 2 و Rocket League بود (Esports Insider, 2025). این رویدادها به عنوان الگوهای موفق از یکپارچه‌سازی واقعی ورزش‌های الکترونیک عمل کرده و رویکرد محافظه‌کارانه و تفکیک‌شده IOC را به چالش کشیده‌اند.



۲۶-۱ چالش‌های حقوقی و نظارتی (مبارزه با دوپینگ، تقلب و حقوق بازیکنان)

برای تضمین بازی منصفانه، چارچوب‌های مقابله با دوپینگ و تقلب ایجاد شده‌اند، اما این مقررات همچنان پراکنده و تکه‌تکه هستند.

الف. دوپینگ و تقلب

نهاد اصلی در زمینه مبارزه با دوپینگ، کمیسیون تمامیت ورزش‌های الکترونیک (ESIC) است که کد ضد دوپینگ آن توسط برگزارکنندگان بزرگ به کار گرفته می‌شود (ESIC, 2025). این کد بر اساس اصل مسئولیت مطلق (Strict Liability) عمل می‌کند؛ به این معنا که هر بازیکن شخصاً و به طور کامل مسئول هرگونه ماده ممنوعه‌ای است که در بدن او یافت شود، صرف نظر از اینکه چگونه وارد بدنش شده است. در کنار دوپینگ، تقلب (Cheating) که شامل مواردی چون استفاده از نرم‌افزارهای کمکی، تبانی در مسابقات و سوءاستفاده از باگ‌های بازی می‌شود، تهدیدی مستقیم برای مشروعیت این ورزش است. با این حال، چشم‌انداز مقرراتی این حوزه همچنان پراکنده است و نهادهای مختلف (مانند ESIC, IESF, GEF و ناشران بازی‌ها) اغلب هر یک قوانین و سیستم‌های انضباطی مجزای خود را دارند که مانع از ایجاد استانداردهای یکپارچه در کل صنعت شده است (ResearchGate, 2025).



ب. حقوق و قراردادهای بازیکنان

صنعت ورزش‌های الکترونیکی با بحرانی جدی در زمینه حقوق و نمایندگی بازیکنان روبروست، زیرا چارچوب‌های قانونی نتوانسته‌اند با رشد تجاری سریع این حوزه همگام شوند (Co, 2025 & Clyde).

این شکاف منجر به دعاوی قراردادی مکرر شده است که در آن‌ها بازیکنان به قراردادهای یک‌سویه و استثماری اعتراض می‌کنند؛ قراردادهایی که سهم ناعادلانه‌ای از درآمد را به سازمان‌ها اختصاص داده و کنترل کاملی بر فعالیت‌های تجاری و برندینگ شخصی بازیکن اعمال می‌کنند. مشکلات رایج دیگر شامل عدم پرداخت حقوق، اختلافات بر سر مالکیت معنوی دارایی‌هایی مانند «گیمر تگ» و وجود بندهای محدودکننده برای فسخ یا انتقال قرارداد است (Co, 2025; Gordon & Clyde, 2025; Law, 2025). محور اصلی این چالش‌ها، وضعیت حقوقی نامشخص بازیکنان است:

آیا آن‌ها باید «کارمند» یا «پیمان‌کار مستقل» در نظر گرفته شوند؟ (ESPORTS, PLAYER POSITIONS, AND THE BENEFITS OF..., 2025). اگر بازیکنان به عنوان کارمند شناخته شوند، از حمایت‌های قانونی مهمی مانند حق تشکیل اتحادیه و مذاکره جمعی برخوردار خواهند شد. اما در حال حاضر، طبقه‌بندی آن‌ها به عنوان پیمان‌کار مستقل به سازمان‌ها اجازه داده است تا شرایط قراردادی یک‌جانبه‌ای را بر بازیکنان جوان و فاقد نماینده تحمیل کنند (Sewell, 2025; ESports, Player Positions, and the Benefits of..., 2025). در واکنش به این وضعیت، انجمن‌هایی مانند انجمن بازیکنان League of Legends (LoL) و انجمن بازیکنان حرفه‌ای Counter-Strike (CSPPA) ظهور کرده‌اند. با این حال، این نهادها معمولاً اتحادیه‌هایی با قدرت قانونی نیستند و نمی‌توانند کارفرمایان را به مذاکره وادار کنند (ESports, Player Positions, and the Benefits of..., 2025). مسیر تشکیل اتحادیه‌های واقعی نیز با موانع بزرگی از جمله ساختار پراکنده صنعت، عمر حرفه‌ای کوتاه بازیکنان و تفاوت در منافع آن‌ها در بازی‌ها و مناطق مختلف روبروست (ESports, Player Positions, and the Benefits of..., 2025).

فصل نهم

آینده ورزش الکترونیک و روندهای نوظهور

۲۷-۱ پیش‌بینی رشد اقتصادی و پویایی بازار

پیش‌بینی آینده اقتصادی ورزش‌های الکترونیک کاری پیچیده است، زیرا دامنه وسیعی از برآوردهای اندازه بازار توسط تحلیلگران برجسته صنعت وجود دارد. این تفاوت در برآوردها نه به دلیل تحلیل نادرست، بلکه نشان‌دهنده صنعتی در حال بلوغ است که هنوز فاقد یک استاندارد جهانی برای گزارش‌دهی مالی یا تعریف مرزهای بازار خود است. برخی گزارش‌ها تنها بر درآمدهای مستقیم مانند اسپانسرشیپ‌ها و حقوق رسانه‌ای تمرکز دارند، در حالی که برخی دیگر دید وسیع‌تری دارند و جریان‌های درآمدی جانبی مانند فروش سخت‌افزار، کالاهای تبلیغاتی (Merchandise) و بازار در حال رشد شرط‌بندی را نیز در نظر می‌گیرند (Stellar MR, 2025). این ناهمگونی در روش‌شناسی، تصویری پراکنده ولی آگاهی‌بخش از چشم‌انداز مالی این صنعت ارائه می‌دهد.

جدول ۶ پیش‌بینی‌های مختلف از اندازه بازار جهانی ورزش‌های الکترونیک

منبع	پیش‌بینی اندازه بازار	سال هدف	نرخ رشد سالانه مرکب (CAGR)
Precedence Research	۴۸.۰۹ میلیارد دلار	۲۰۳۴	۲۱.۹۵٪
MarketingReport	۱۲.۴ میلیارد دلار	۲۰۳۰	۲۱.۹٪
MarketingReport	۱۸.۸۵ میلیارد دلار	۲۰۳۵	۱۹.۹۵٪
Stellar MR	۲.۰۷ میلیارد دلار	۲۰۳۲	۱۸٪
Stellar MR	۸.۲۸ میلیارد دلار	۲۰۳۲	۹.۰۴٪

پیش‌بینی‌های خوش‌بینانه، رشد عظیمی را متصور هستند؛ به عنوان مثال، یک گزارش تخمین می‌زند که بازار جهانی تا سال ۲۰۳۴ به ۴۸.۰۹ میلیارد دلار خواهد رسید و با نرخ رشد سالانه مرکب (CAGR) ۲۱.۹۵٪ گسترش خواهد یافت (Precedence Research, 2025). در مقابل، برآوردهای محافظه‌کارانه‌تر که احتمالاً بر تعریف محدودتری از درآمدهای اصلی تمرکز دارند، ارقامی مانند ۲.۰۷ میلیارد دلار تا سال ۲۰۳۲ (CAGR ۱۸٪) و ۸.۲۸ میلیارد دلار تا همان سال (CAGR ۹.۰۴٪) ارائه می‌دهند.

۹۰۴٪) ارائه داده‌اند (Stellar MR, 2025). این دامنه گسترده نشانگر یک نکته کلیدی برای سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان است: تصور از اندازه بازار ورزش‌های الکترونیک تا حد زیادی به آنچه که اندازه‌گیری می‌شود، وابسته است. این ابهام می‌تواند مزیتی راهبردی باشد، زیرا به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا بازار کل قابل دسترس (Total Addressable Market) بزرگی را برای جذب سرمایه‌گذاری به نمایش بگذارند، اما همچنین نیازمند بررسی عمیق‌تری برای درک ارزش واقعی دارایی‌ها و فرصت‌های خاص است. با وجود تفاوت‌ها در اندازه کل بازار، در مورد عوامل اصلی درآمدزایی توافق روشنی وجود دارد. اقتصاد ورزش‌های الکترونیک عمدتاً بر سه جریان اصلی متکی است: اسپانسرشیپ، تبلیغات و حقوق رسانه‌ای (MarketsandMarkets, 2025).



۱-۲۸ پویایی مخاطبان و روندهای جمعیتی

موفقیت اقتصادی ورزش الکترونیک (eSports) به واسطه یک مخاطب جهانی گسترده و رو به رشد حاصل شده است که پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۵ از ۶۴۰ میلیون نفر فراتر رود. این جمعیت شامل «طرفداران وفادار ورزش‌های الکترونیک» (۳۱۸ میلیون نفر) و بینندگان غیررسمی یا گاه‌به‌گاه (۳۲۲ میلیون نفر) است (Demand Sage, 2025). با آن‌که این مخاطبان گروهی همگون نیستند، اما روندهای دموگرافیک و منطقه‌ای مشخصی را نشان می‌دهند که آینده این صنعت را شکل خواهند داد. جمعیت اصلی علاقه‌مندان به eSports هنوز جوان، دیجیتال‌محور و عمدتاً مرد است، به‌طوری که ۳۱٪ از افراد ۱۸ تا ۲۹ ساله علاقه‌مند به eSports هستند (Esports Insider, 2025a). حدود ۷۰ تا ۷۲٪ از طرفداران ورزش‌های الکترونیک را مردان زیر ۳۵ سال تشکیل می‌دهند؛ گروهی که از دیرباز به‌سختی از طریق رسانه‌های سنتی قابل دسترسی بوده و بنابراین eSports را به بستری بسیار ارزشمند برای تبلیغ‌کنندگان به‌ویژه در میان نسل Z و میلنیال‌ها تبدیل کرده است (MarketingReport, 2025).

یکی از روندهای نوظهور قابل توجه، رشد سریع مخاطبان زن است. امروزه ۳۲٪ از هواداران eSports را زنان تشکیل می‌دهند و زنان تقریباً ۴۵ تا ۴۷٪ از کل جمعیت گیمرها را شامل می‌شوند

(GWI, 2025). این رشد به‌ویژه در بازارهای نوظهور مانند آمریکای لاتین چشمگیر بوده است؛ به‌طوری که علاقه‌مندی زنان به بازی‌های رایانه‌ای از سال ۲۰۲۰ تاکنون ۱۷٪ افزایش داشته است (GWI, 2025). این تغییرات دموگرافیک، فرصتی تجاری قابل توجه و تا حد زیادی کشف‌نشده برای برندهایی ایجاد می‌کند که بتوانند با رویکردهای بازاریابی فراگیر، این گروه را هدف قرار دهند و از بازیکنان زن حمایت کنند (Mintel, 2025).



۱-۲۹ روندهای جغرافیایی و نوظهور در مناطق مختلف

از نظر جغرافیایی، آمریکای شمالی از نظر درآمد پیش‌تاز است و ۳۹٪ از سهم بازار جهانی در سال ۲۰۲۴ را در اختیار دارد؛ بازار ایالات متحده به تنهایی پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۳۰ از ۱.۸ میلیارد دلار فراتر رود (Precedence Research, 2025). با این حال، مرکز اصلی رشد مخاطبان در منطقه آسیا-اقیانوسیه (Asia-Pacific) است که ۵۷٪ از کل بینندگان eSports را در اختیار دارد و به عنوان سریع‌ترین بازار در حال رشد شناخته می‌شود (Precedence Research, 2025). این گسترش عمدتاً به واسطه جوامع عظیم بازی موبایلی در چین، هند و آسیای جنوب‌شرقی شکل گرفته است (Esports Trade Association, 2024). آمریکای لاتین نیز یکی دیگر از بازارهای نوظهور کلیدی است، که انتظار می‌رود بخش ورزش‌های الکترونیک آن با نرخ رشد سالانه مرکب (CAGR) ۲۰.۶٪ توسعه یافته و تا سال ۲۰۳۰ به ۱۷۰.۳ میلیون دلار برسد (Grand View Research, 2024a).



۱-۳۰ مشروعیت اجتماعی و کارکرد فرهنگی

فراتر از توسعه اقتصادی و دموگرافیک، eSports در حال دستیابی به مشروعیت فرهنگی از طریق ادغام با ساختارهای اجتماعی جریان اصلی است. یکی از شاخص‌های مهم این تغییر، رسمیت‌یافتن eSports در نظام آموزشی است. در حال حاضر بیش از ۳۰ دانشگاه و کالج در ایالات متحده بورسیه‌های تحصیلی eSports ارائه می‌دهند و «انجمن ملی ورزش‌های کالجی الکترونیکی» (NACE) تا کنون بیش از ۱۶ میلیون دلار کمک‌هزینه تحصیلی فراهم کرده است؛ این موضوع یک مسیر شغلی

مشابه ورزش‌های سنتی برای استعدادهای جوان ایجاد کرده است (ResearchGate, 2025; Unigo, 2025). این برنامه‌ها به مشروعیت بخشیدن به eSports به عنوان یک مسیر حرفه‌ای کمک می‌کنند و با تردیدهای قدیمی درباره بازی‌های ویدئویی مقابله می‌کنند (Biomedres, 2025).

علاوه بر این، تحقیقات دانشگاهی نیز در حال تأیید مزایای رشد فردی و ذهنی بازی‌های رقابتی هستند؛ مطالعات نشان می‌دهند که eSports مهارت‌هایی مانند حل مسئله استراتژیک، کار گروهی و ارتباط مؤثر را تقویت می‌کند (ResearchGate, 2025). این شناخت موجب تغییر دیدگاه عمومی نسبت به بازی‌های ویدئویی شده است. در نهایت، ورزش‌های الکترونیکی نقش مهمی به عنوان **بستر اجتماعی و ارتباطی** نسل دیجیتال ایفا می‌کنند. پلتفرم‌هایی مانند Twitch و Discord به عنوان مراکز اجتماعی جدید نسل دیجیتال عمل می‌کنند و حس تعلق و جامعه را ایجاد می‌نمایند (ResearchGate, 2025). این کارکرد اجتماعی به‌ویژه در دوران پاندمی کرونا مشهود بود، جایی که eSports به یکی از معدود فضاهای برقراری ارتباط و تعامل تبدیل شد و نقش فرهنگی و تاب‌آوری آن را اثبات کرد (Biomedres, 2025). زیرساخت این اکوسیستم حرفه‌ای بر پایه همین جوامع پرشور مردمی (grassroots) استوار است (International Sport and Culture Association, 2025).



۳۱-۱ فناوری‌های تحول‌آفرین و دگرگونی تجربه مخاطبان در ورزش‌های الکترونیکی

آینده ورزش‌های الکترونیکی (eSports) با یک تحول فناورانه عمیق تعریف خواهد شد؛ تحولی که با همگرایی واقعیت مجازی و افزوده (VR/AR)، شبکه‌های G5 و هوش مصنوعی (AI) هدایت می‌شود. این پشته فناوری درهم‌تنیده، قرار است تجربه‌های بازیکنان و تماشاگران را دگرگون کرده، شیوه‌های درآمدزایی صنعت را متحول کند و شکل جدیدی از اکوسیستم دیجیتال را بنیان گذارد.

۱-۳۱-۱ واقعیت مجازی و افزوده: بازتعریف تجربه eSports

واقعیت مجازی و افزوده در حال تبدیل شدن به بخش جدایی‌ناپذیری از تجربه ورزش‌های الکترونیک هستند. برای تماشاگران، این فناوری‌ها مرزهای صفحه‌نمایش را از میان برمی‌دارند و محیط‌های تماشای فراگیر ایجاد می‌کنند؛ نمونه‌هایی مانند جهان‌های مجازی در مسابقات جهانی *League of Legends* یا استادیوم‌های کاملاً مجازی نشانگر این روند هستند (AIXR, 2025). واقعیت افزوده (AR) نیز هم‌اکنون پخش‌های زنده را با اطلاعات آماری لحظه‌ای و گرافیک‌های سه‌بعدی روی تصویر بهبود می‌دهد (Pixotope, 2025). برای بازیکنان، واقعیت مجازی امکان استفاده از ابزارهای تمرینی پیشرفته و شبیه‌سازی سناریوهای رقابتی واقعی را فراهم کرده و به شکل‌گیری زیرشاخه‌هایی مانند «ورزش‌های الکترونیک مبتنی بر حرکت بدنی» یا VR eSports کمک می‌کند (Frontiers, 2022).

با این حال، موانعی نظیر هزینه‌های بالا، وزن زیاد هدست‌ها و مسائل فنی همچنان پابرجا هستند (Jabil, 2025). افزون بر آن، غوطه‌وری عمیق در دنیای مجازی پرسش‌های اخلاقی مهمی را مطرح می‌کند؛ مانند احتمال «کاهش حساسیت به خشونت، آسیب روانی، انزوای اجتماعی و خطرات مربوط به حریم خصوصی داده‌ها» (CISIN, 2025).

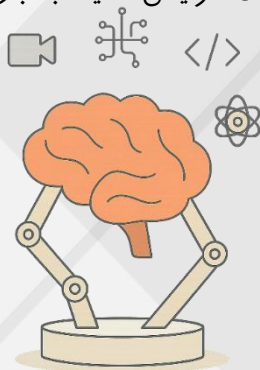
۲-۳۱-۱ 5G: زیرساخت حیاتی برای آینده eSports

زیرساخت اصلی تحقق این آینده فراگیر، شبکه نسل پنجم (G5) است. با تأخیر بسیار پایین (ultra-low latency) و پهنای باند بالا، G5 به یک نقطه عطف برای بازی رقابتی تبدیل شده

است 5G (Esports Trade Association, 2024). عامل اصلی رشد ورزش‌های الکترونیک موبایلی است؛ زیرا فاصله عملکردی بین تلفن‌های همراه و رایانه‌های پر قدرت را از بین می‌برد ویژگی‌ای حیاتی برای توسعه در بازارهای نوظهور که عمدتاً موبایل‌محور هستند (Esports Trade Association, 2024). پیش‌بینی می‌شود بازار eSports موبایلی از ۶۵۵.۱ میلیون دلار در سال ۲۰۲۴ به ۸.۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۳۴ برسد (Market.us, 2025). علاوه بر این، 5G زیرساخت اصلی برای گیمینگ ابری (Cloud Gaming) نیز هست. در این مدل، بازی‌ها از طریق سرورهای راه دور استریم می‌شوند و نیاز به سخت‌افزارهای گران‌قیمت از بین می‌رود، که در نتیجه دسترسی به بازی‌های سطح بالا برای عموم ممکن می‌شود. پیش‌بینی می‌شود بازار گیمینگ ابری تا سال ۲۰۲۵ از ۸ میلیارد دلار فراتر رود (Esports Trade Association, 2024).

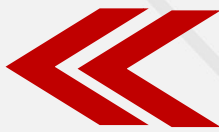
۱-۳-۱ هوش مصنوعی: مغز متفکر تحول دیجیتال

هوش مصنوعی (AI) به عنوان مغز تحلیلی این پشته فناوری عمل می‌کند. در نقش یک مربی، پلتفرم‌های مبتنی بر AI تمرینات شخصی‌سازی شده و تحلیل عملکرد عمیق را ارائه می‌دهند و سطح مربی‌گری حرفه‌ای را برای عموم بازیکنان قابل‌دسترس می‌کنند (US Academic Esports, 2025b; Esports Insider, 2025). در نقش یک کارگردان، AI تولید خودکار ویدیوهای لحظه‌برتر (highlight reels) را انجام داده و گرافیک‌های AR پویاتر را در پخش‌های زنده ایجاد می‌کند (Esports Trade Association, 2024). اما مهم‌تر از همه، AI به **قوی‌ترین داور صنعت** تبدیل شده است؛ با استفاده از **یادگیری ماشین (ML)**، سیستم‌های ضد تقلب می‌توانند متقلبان را با دقت بی‌سابقه‌ای شناسایی کنند (Esports Insider, 2025b). البته، این ادغام خطراتی نیز به همراه دارد، از جمله سؤالات اخلاقی درباره داده‌های بازیکنان، سوگیری الگوریتمی و احتمال افزایش اعتیاد به بازی از طریق ویژگی‌های مبتنی بر AI (Unaligned Newsletter, 2025).



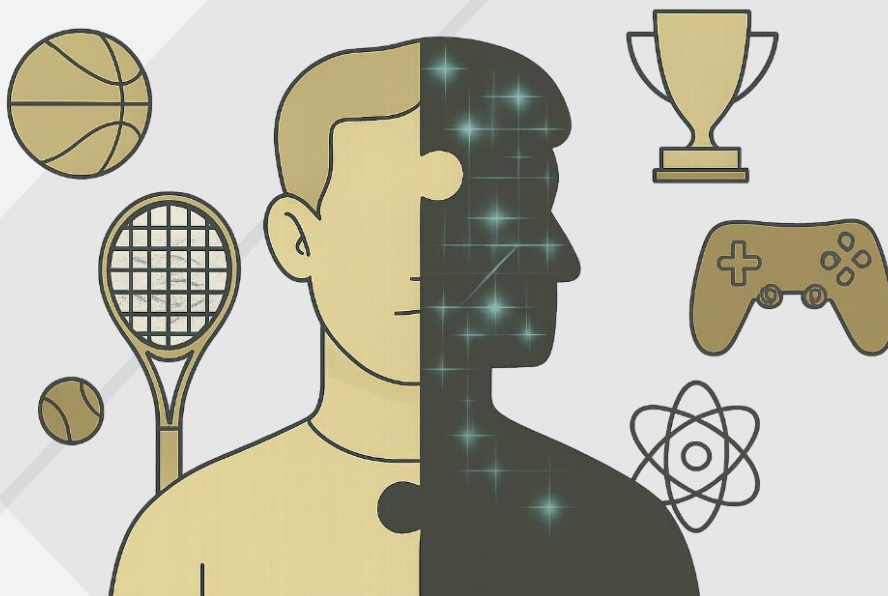
۱-۳۱ همگرایی: نقطه اوج تحول فناوریانه

قدرت واقعی این تحول نه در هر فناوری به تنهایی، بلکه در هم‌افزایی و همگرایی آن‌ها نهفته است. فناوری G5 امکان تجربه‌های واقعیت مجازی/افزوده مبتنی بر فضای ابری را فراهم می‌سازد، این تجربه‌ها حجم عظیمی از داده‌ها تولید می‌کنند که سپس توسط موتورهای هوش مصنوعی برای تحلیل، مربی‌گری و بهبود پخش زنده به کار گرفته می‌شوند. این ساختار یکپارچه، هم یک فرصت تجاری بی‌سابقه محسوب می‌شود و هم یک مرز اخلاقی پیچیده که صنعت باید با دقت و مسئولیت‌پذیری در آن حرکت کند.



۱-۳۲ همگرایی ورزش‌های الکترونیک با ورزش‌های سنتی

رابطه میان ورزش‌های الکترونیک (eSports) و ورزش‌های سنتی به یک همگرایی عمیق و هم‌زیستانه تبدیل شده است؛ رابطه‌ای که در آن هر دو صنعت به طور فزاینده‌ای از یکدیگر الهام می‌گیرند، در یکدیگر سرمایه‌گذاری می‌کنند و ساختارها و الگوهای فرهنگی مشترک می‌سازند. این روند در حال بازآفرینی چشم‌اندازهای مالی، ساختاری و فرهنگی هر دو حوزه است و به شکل‌گیری مدلی ترکیبی از رقابت در قرن بیست و یکم می‌انجامد.



۱-۳۲-۱ سرمایه‌گذاری متقابل و برندهای مشترک

یکی از بارزترین نشانه‌های این همگرایی، سرمایه‌گذاری متقابل و حامیان مالی مشترک میان دو صنعت است. سازمان‌های ورزشی سنتی، با هدف جذب نسل جوان، به سرمایه‌گذاران عمده در عرصه eSports تبدیل شده‌اند. برای مثال، باشگاه‌هایی مانند **پاری سن ژرمن** و **منچستر سیتی** بخش‌های اختصاصی ورزش الکترونیک راه‌اندازی کرده‌اند و **NBA** نیز یک لیگ کاملاً منسجم به نام **NBA 2K League** ایجاد کرده که تیم‌های آن متعلق به همان فرانچایزهای اصلی NBA هستند (eCharts, 2025; MILLIONS.co, 2025; Renbacci, 2025). این روند با موجی از حامیان مالی غیرمتخصص (non-endemic) نیز همراه بوده است؛ برندهایی مانند **مرسدس بنز**، **نایک** و **کوکاکولا** از طریق ورزش‌های الکترونیک با نسل جوان و دیجیتال‌محور که اغلب از رسانه‌های سنتی فاصله گرفته‌اند، ارتباط برقرار می‌کنند (MarketingReport, 2025; Technavio, 2024). پاندمی کووید-۱۹ به عنوان یک کاتالیزور عمل کرد؛ لیگ‌هایی نظیر فرمول ۱ از معادل‌های eSports خود برای حفظ تعامل با هواداران در زمان تعلیق رقابت‌های زنده استفاده کردند و بدین ترتیب، ارزش ورزش‌های الکترونیک به عنوان محصول مکمل و مکمل تجاری آشکار شد (MDPI, 2021).

۱-۳۲-۲ ساختار حرفه‌ای مشابه با ورزش‌های سنتی

با حرفه‌ای شدن eSports، این صنعت در حال اتخاذ ساختارهای عملیاتی مشابه با ورزش‌های سنتی است تا ثبات مالی و مدیریتی بیشتری ایجاد کند. لیگ‌هایی مانند **League of Legends Championship Series** از مدل **فرانچایزی** بهره می‌برند، مشابه لیگ NFL، که از طریق اعطای جایگاه دائمی به تیم‌ها، سرمایه‌گذاری بلندمدت را تسهیل می‌کنند (Stellar MR, 2025). سازمان‌های eSports اکنون شامل تیم‌هایی از **مربی‌ان**، **روانشناسان ورزشی**، **متخصصان تغذیه** و **پشتیبانی** هستند (Renbacci, 2025). این حرفه‌ای‌سازی شامل توجه روزافزون به **سلامت و رفاه بازیکنان** نیز هست؛ سازمان‌های پیشرو برنامه‌هایی برای مقابله با فرسودگی روانی بازیکنان پیاده‌سازی کرده‌اند اقدامی که مدت‌هاست در ورزش‌های سنتی مرسوم بوده است (MILLIONS.co, 2025).

۱-۳۲-۳ مقایسه مشاغل ورزشی: شباهت‌ها و تفاوت‌ها

مقایسه مشاغل ورزشی در دو حوزه، هم شباهت‌هایی چشمگیر و هم تفاوت‌هایی بنیادین را نشان می‌دهد. بازیکنان eSports از نظر تعهد و زمان تمرین با ورزشکاران حرفه‌ای سنتی برابری می‌کنند؛ برنامه‌های تمرینی آن‌ها گاهی بیش از ۵۰ ساعت در هفته بوده و نیازمند تقویت مهارت‌های حرکتی ظریف، زمان واکنش سریع و تمرکز ذهنی بالا هستند (Esports Insider, 2025c; MILLIONS.co, 2025). با این حال، طول عمر حرفه‌ای در eSports به طور قابل توجهی کوتاه‌تر است؛ بسیاری از بازیکنان پیش از ۲۵ سالگی بازنشسته می‌شوند، دلایلی از جمله استرس روانی شدید، تحول سریع بازی‌ها و آسیب‌های فیزیکی مانند سندروم‌های حرکتی تکراری (RSI) (MILLIONS.co, 2025; PMC, 2023). اگرچه میزان تحرک بدنی متفاوت است، اما فشارهای روانی و شناختی تقریباً قابل مقایسه هستند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که فشار عملکردی و استرس رقابتی در eSports بسیار بالا بوده و نیازمند حمایت‌های روانی مشابه با ورزش‌های سنتی است (PMC, 2021; TalkBasket, 2025).

۱-۳۲-۴ تنش‌های فرهنگی در مسیر همگرایی

این همگرایی بدون اصطکاک نیست. حرفه‌ای‌سازی، تنش‌های میان ساختار سلسله‌مراتبی ورزش‌های سنتی و فرهنگ غیرمتمرکز، مبتنی بر اجتماع و دیجیتال‌محور eSports ایجاد می‌کند (GWI, 2025). چالش اصلی صنعت در دهه آینده این خواهد بود که چگونه می‌توان مزایای مالی و ساختاری مدل سنتی را ادغام کرد، بدون اینکه هویت بومی و اجتماعی eSports که ریشه در جامعه کاربران دیجیتال دارد از بین برود.



۱-۳۳ چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی صنعت ورزش‌های الکترونیک در دهه آینده

با نگاه به دهه آینده، صنعت ورزش‌های الکترونیک (eSports) با چالش‌های ساختاری قابل توجهی مواجه است که باید بر آن‌ها فائق آید تا از فرصت‌های عظیم پیش رو بهره‌برداری کند. موفقیت بلندمدت این صنعت وابسته به توانایی آن در حل مسائل بنیادین مانند حکمرانی، سلامت بازیکنان و یکپارچگی رقابت‌ها خواهد بود، در حالی که باید رشد بازارهای نوظهور و افزایش مشروعیت فرهنگی خود را نیز به درستی مدیریت کند.



۱-۳۳-۱ شکنندگی ساختار فعلی

فرآیند تجاری‌سازی سریع eSports بر پایه‌هایی شکننده و ناپایدار استوار است.

❖ **خلأ حکمرانی:** یکی از اصلی‌ترین چالش‌ها، خلأ حکمرانی در این صنعت است؛ برخلاف ورزش‌های سنتی، eSports فاقد یک نهاد ناظر مستقل و یکپارچه است. در نتیجه، قدرت در دست ناشران بازی قرار دارد که مالکیت معنوی (IP) محصولات را در اختیار دارند (Sports Litigation, Alert, 2025). این تمرکز قدرت، محیطی بی‌ثبات و «مانند غرب وحشی» ایجاد کرده که با قوانین نامنسجم و قراردادهای شغلی شکننده برای بازیکنان همراه است (Francis & Taylor, 2024 Online). اگرچه اتحادیه‌هایی برای حمایت از بازیکنان شکل گرفته‌اند، نفوذ آن‌ها محدود باقی مانده است (Esports Insider, 2023).

❖ **بحران سلامت بازیکنان:** چالش دوم، بحران سیستماتیک در حوزه سلامت جسمی و روانی بازیکنان است. فرسودگی شغلی، اختلالات روانی و آسیب‌های جسمانی مزمن به تهدیدی جدی برای آینده سرمایه انسانی این صنعت تبدیل شده‌اند (MarketsandMarkets, 2025). این مسئله یکی از فوری‌ترین ریسک‌های انسانی پیش‌روی صنعت است.

❖ **یکپارچگی رقابت‌ها:** چالش سوم، حفظ یکپارچگی رقابت‌ها در برابر تهدیداتی مانند تقلب، تبانی در نتایج و دوپینگ است؛ مسائلی که با رشد سریع بازار شرط‌بندی در eSports تشدید شده‌اند (PMC, 2023; MILLIONS.co, 2025).

۱-۳-۲ افق فرصت‌های تحول‌آفرین

در مقابل این چالش‌ها، فرصت‌هایی نوظهور و تحول‌ساز قرار دارد.

❖ **بازارهای نوظهور:** بزرگ‌ترین پتانسیل رشد در بازارهای نوظهور مانند جنوب شرق آسیا، آمریکای لاتین و خاورمیانه نهفته است، که عمدتاً از طریق بازی‌های موبایلی پیش می‌روند (Esports Trade Association, 2024; MarketsandMarkets, 2025). میزبانی نخستین بازی‌های المپیک الکترونیک در عربستان سعودی، نشانگر نقش روزافزون این مناطق در آینده صنعت است (Fortune Business Insights, 2025).

❖ **مشروعیت جهانی:** ادغام ورزش‌های الکترونیک در جنبش المپیک، فرصتی تاریخی برای کسب مشروعیت در سطح جهانی فراهم می‌کند؛ فرصتی برای جذب اسپانسرهای جدید و معرفی eSports به عنوان یک ورزش رسمی (Sports Litigation Alert, 2025). با این حال، انتخاب بازی‌های غیرخوشونت‌آمیز برای حضور در المپیک و حفظ توازن قدرت میان ناشران بازی، چالشی پیچیده باقی خواهد ماند (Sports Litigation Alert, 2025).

پایه‌های اجتماعی: سلامت بلندمدت این اکوسیستم وابسته به پرورش سطوح پایه و دانشگاهی است که هم نقش خط تغذیه برای استعدادهای جدید را دارند و هم محیط‌هایی اجتماعی و فراگیر ایجاد می‌کنند که برای پایداری جامعه حیاتی‌اند (Unigo, 2025; International Sport and Culture Association, 2025; EDUCAUSE, 2021).

۱-۳-۳ نقشه راه برای ذی‌نفعان

برای دستیابی به این آینده، بازیگران کلیدی صنعت باید استراتژیک و آینده‌نگرانه عمل کنند:

سرمایه‌گذاران باید به سازمان‌هایی اولویت دهند که به سلامت بازیکنان، مدل‌های پایدار و تمرکز بر بازارهای موبایل‌محور و مخاطبان زن توجه دارند (GWI, 2025).

ناشران بازی باید از ذهنیت صرفاً مالکیت معنوی خارج شوند و به نقش متولی اکوسیستم روی بیاورند با مشارکت در حکمرانی عادلانه و مسئولیت‌پذیری در قبال سلامت بازیکنان.

تیم‌ها و سازمان‌ها نیز باید تنوع درآمدی را افزایش دهند و در حوزه‌های علم ورزش و سلامت روان سرمایه‌گذاری کنند.

در نهایت، eSports در مسیر تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی فرهنگ قرن بیست و یکم قرار دارد. تحقق این چشم‌انداز وابسته به بلوغ ساختاری و اخلاقی صنعت است ساختن سازوکارهایی که از مشارکت‌کنندگان و یکپارچگی رقابت‌ها محافظت کنند، در حالی که فرهنگ بومی، اجتماعی و پرشور آن حفظ و تقویت شود؛ فرهنگی که همچنان باارزش‌ترین دارایی این صنعت باقی مانده است.



فصل هفتم

تحلیلی بر سیر تکوین و وضعیت

کنونی ورزش‌های الکترونیک در ایران

(از اجتماعات زیرزمینی تا نهادسازی رسمی)

۳۴-۱ مقدمه

ورزش‌های الکترونیک (Esports)، پدیده‌ای فراتر از سرگرمی صرف، به یک صنعت جهانی چند میلیارد دلاری با ابعاد پیچیده فرهنگی، اقتصادی و فناورانه تبدیل شده است. این حوزه که توسط نهادهای معتبر ورزشی بین‌المللی به رسمیت شناخته شده، میلیون‌ها مخاطب را در سراسر جهان به خود جذب کرده و عرصه‌ای نوین برای رقابت‌های حرفه‌ای ایجاد نموده است (تابناک، ۱۴۰۴). در این میان، مسیر تکامل ورزش‌های الکترونیک در ایران، روایتی منحصر به فرد و بازتابی از دینامیک‌های اجتماعی-فرهنگی و سیاسی کشور طی سه دهه اخیر است. این گزارش، سیر تحول ورزش الکترونیک در ایران را از اجتماعات غیررسمی و مردمی در کلوپ‌های بازی تا دستیابی به ساختاری رسمی و در عین حال چالش‌برانگیز، مورد واکاوی قرار می‌دهد.

این تحلیل استدلال می‌کند که توسعه ورزش‌های الکترونیک در ایران با تنش مداوم میان انرژی خودجوش و شور و اشتیاق جامعه بازیکنان از یک سو، و نیروهای بالادستی و غالباً متناقض تنظیم‌گری دولتی، محدودیت‌های زیرساختی و انزوای ژئوپلیتیکی از سوی دیگر، مشخص می‌شود. این تنش، اکوسیستمی منحصر به فرد، تاب‌آور و در عین حال محدود را شکل داده است. گزارش حاضر با بررسی تاریخچه گیم‌نت‌ها، فرآیند نهادینه‌سازی، پروفایل جمعیتی بازیکنان، دستاوردهای بین‌المللی و چالش‌های حیاتی، چشم‌انداز فعلی و آینده ورزش الکترونیک ایران را تبیین می‌نماید.



۳۵-۱ تکوین فرهنگ بازی: از کلوپ‌ها تا عرصه‌های شبکه‌ای

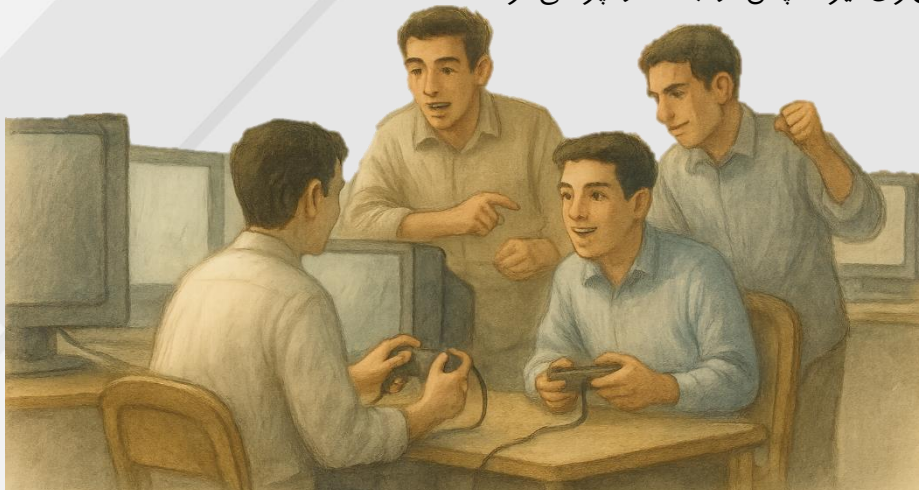
بنیان‌های فرهنگ بازی‌های دیجیتال در ایران به اواسط دهه ۱۳۶۰ شمسی بازمی‌گردد. در حدود سال ۱۳۶۴، کنسول بازی خانگی «آتاری ۲۶۰۰» به عنوان یکی از نخستین فناوری‌های این حوزه وارد کشور شد. با توجه به محدودیت‌های واردات پس از انقلاب، این دستگاه‌ها عمدتاً از طریق کانال‌های غیررسمی و قاچاق به دست مصرف‌کنندگان می‌رسیدند (شهر سخت‌افزار، ۱۴۰۱). این روند با ورود کامپیوترهای خانگی نظیر «کمودور ۶۴» و «آمیگا» در اواخر دهه ۱۳۶۰ گسترش یافت و چشم‌انداز سرگرمی‌های دیجیتال را از کنسول‌های ساده فراتر برد. نشانه‌ای از اهمیت فرهنگی رو به رشد این پدیده، انتشار اولین نقد و بررسی یک بازی ویدئویی در آبان ۱۳۶۷ در مجله «علم الکترونیک و

کامپیوتر» بود که نشان از شکل‌گیری گفتمانی تخصصی پیرامون بازی‌ها داشت (شهر سخت‌افزار، ۱۴۰۱).

۱-۳۵-۱ ظهور «گیم‌نت»: تحلیلی بر یک پدیده فرهنگی-اجتماعی

در دهه‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰، «گیم‌نت‌ها» یا کلوپ‌های بازی نقشی محوری در تکامل فرهنگ بازی در ایران ایفا کردند. این مراکز صرفاً فضاهایی تجاری برای بازی نبودند، بلکه به مثابه کانون‌های مهم فرهنگی-اجتماعی عمل می‌کردند. مطالعات جامعه‌شناختی نشان می‌دهد که گیم‌نت‌ها به عنوان «فضای سوم» برای جوانان ایرانی عمل می‌کردند؛ مکانی برای تشکیل اجتماعات خارج از حوزه‌های سنتی خانه و مدرسه. این فضاها کارکردهای ارتباطی متنوعی داشتند و به تقویت تعاملات گروهی، ایجاد پیوندهای اجتماعی در سطح محلات و تدوین هنجارها و پروتکل‌های نانوشته در میان جامعه نوپای بازیکنان منجر شدند (صمدی و همکاران، ۱۴۰۱).

در واقع، ظهور گسترده گیم‌نت‌ها را می‌توان پاسخی اجتماعی و بازاری به یک کمبود دوگانه تحلیل کرد. از یک سو، کمبود اقتصادی؛ هزینه بالای کامپیوترهای شخصی و کنسول‌های بازی، دسترسی به آن‌ها را برای بسیاری از خانواده‌ها ناممکن می‌ساخت و گیم‌نت‌ها این دسترسی را دموکراتیزه کردند. از سوی دیگر، کمبود اجتماعی؛ در جامعه‌ای با فضاهای تفریحی عمومی محدود برای جوانان، گیم‌نت‌ها محیطی نسبتاً خودمختار و خودگردان برای تعامل اجتماعی و هویت‌یابی فراهم آوردند. بنابراین، ظهور آن‌ها نه یک رویداد صرفاً فناورانه، که پدیده‌ای عمیقاً جامعه‌شناختی بود که خلأ موجود در بافت اجتماعی شهری ایران پس از جنگ را پر می‌کرد.



مسابقات غیررسمی اما بسیار جدی که در این گیم‌نت‌ها برگزار می‌شد، پیش‌درآمد مستقیم ورزش‌های الکترونیک سازمان‌یافته در ایران بود. این فضاها به مثابه انکوباتورهایی عمل کردند که در آن مهارت‌های رقابتی تقویت می‌شد، رقابت‌ها شکل می‌گرفت و یک هویت جمعی متمرکز بر بازی رقابتی ایجاد می‌شد. این جنبش مردمی، بنیان فرهنگی و اجتماعی ضروری را فراهم آورد که ساختار رسمی ورزش‌های الکترونیک بعدها بر روی آن بنا شد. مهم‌ترین پیامد بلندمدت و ناخواسته گیم‌نت‌ها، ایجاد یک سیستم غیرمتمرکز ملی برای شناسایی و پرورش استعدادها بود. رقابت‌های شدید محلی، عملاً به یک زمین تمرین سراسری تبدیل شد و نسلی از بازیکنان ماهر را تربیت کرد که با ظهور ساختارهای رسمی ملی و بین‌المللی، آماده رقابت بودند. این بنیاد مردمی توضیح می‌دهد که چرا ایران توانست نسبتاً سریع پس از تأسیس انجمن رسمی خود به موفقیت‌های بین‌المللی دست یابد.



۱-۳۶ مسیر مشروعیت: نهادینه شدن ورزش‌های الکترونیک در ایران

نقطه عطف در تاریخ ورزش الکترونیک ایران، مردادماه سال ۱۳۸۵ بود؛ زمانی که ایران به عنوان یکی از نخستین کشورها، بازی‌های رایانه‌ای را به عنوان یک رشته ورزشی به رسمیت شناخت (تابناک، ۱۳۹۸). در این زمان، «انجمن ورزش‌های الکترونیک ایران» (IeSA) با موافقت سازمان تربیت بدنی وقت تأسیس شد و لقمان شاورانی به عنوان نخستین رئیس آن منصوب گردید (تابناک، ۱۳۹۸؛ انجمن ورزش‌های الکترونیک ایران، ۱۳۸۵). در ابتدا، این انجمن تحت پوشش «فدراسیون ورزش‌های همگانی» قرار گرفت که این امر نشان‌دهنده چالش‌های اداری اولیه و عدم وجود درک روشنی از این حوزه نوظهور در میان متولیان ورزش کشور بود (تابناک، ۱۳۹۸).

۱-۳۶-۱ سفری پرفراز و نشیب: استقلال انجمن و چشم‌انداز فدراسیون شدن

مسیر اداری انجمن ورزش‌های الکترونیک با فراز و نشیب‌های متعددی همراه بوده است. این انجمن دوره‌هایی از وابستگی به نهادهای مختلف را تجربه کرد، از جمله بازگشت مجدد آن به زیرمجموعه

فدراسیون ورزش‌های همگانی در سال ۱۳۹۸. تحول بزرگ در تیرماه ۱۴۰۳ رخ داد، زمانی که انجمن ورزش‌های الکترونیک استقلال خود را به دست آورد تا مستقیماً تحت نظارت وزارت ورزش و جوانان فعالیت کند. این تصمیم رسماً توسط معاونت امور فرهنگی، توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای وزارتخانه ابلاغ شد (میزان آنلاین، ۱۴۰۳؛ خبرگزاری برنا، ۱۴۰۳ الف).

این استقلال دلایل متعددی داشت، از جمله پتانسیل انجمن برای تأمین مالی مستقل از طریق برگزاری مسابقات و ارتباط با فدراسیون جهانی، که پیش از این باری بر دوش فدراسیون مادر محسوب می‌شد (میزان آنلاین، ۱۴۰۳). با این حال، این استقلال را می‌توان شمشیری دولبه دانست. از یک سو، خودمختاری و اعتبار بیشتری به انجمن می‌بخشد، اما از سوی دیگر، چالش‌های جدیدی را به همراه دارد. انجمن اکنون به تنهایی مسئول بودجه خود است و با از دست دادن چتر حمایتی فدراسیون بزرگ‌تر، در برابر نوسانات اقتصادی آسیب‌پذیرتر می‌شود. همچنین، بار اداری، لجستیکی و روابط بین‌الملل به طور کامل بر دوش آن قرار می‌گیرد و با قرار گرفتن زیر نظر مستقیم وزارتخانه، فشار برای کسب نتایج ملموس (مانند مدال‌های بین‌المللی) افزایش می‌یابد.

با وجود این چالش‌ها، بلندپروازی برای ارتقای انجمن به جایگاه یک فدراسیون مستقل همچنان ادامه دارد. رهبران انجمن معتقدند که شرایط و امتیازات لازم برای این ارتقا را دارا هستند و موانع اولیه مانند زیرساخت‌های نامناسب به تدریج برطرف خواهد شد (خبرگزاری برنا، ۱۴۰۳ ب). در نگاهی کلان‌تر، به رسمیت شناختن زود هنگام ورزش‌های الکترونیک صرفاً یک تصمیم داخلی ورزشی نبود، بلکه می‌توان آن را حرکتی استراتژیک برای تعامل با فرهنگ جهانی جوانان و نمایش چهره‌ای مدرن در عرصه بین‌المللی، به ویژه در آسیا، تفسیر کرد. این اقدام که همزمان با ورود ورزش‌های الکترونیک به بازی‌های داخل سالن آسیا بود، ایران را به عنوان یک پیشگام منطقه‌ای معرفی کرد؛ جایگاهی که علی‌رغم چالش‌های بعدی، برای حفظ آن تلاش کرده است (تابناک، ۱۳۹۸).

جدول ۷ نقاط عطف کلیدی در تاریخ ورزش‌های الکترونیک ایران

منبع	رویداد	تاریخ
(شهر سخت‌افزار، ۱۴۰۱)	ورود کنسول آتاری ۲۶۰۰ و آغاز بازی‌های خانگی	حدود ۱۳۶۴
(تابناک، ۱۳۹۸)	به رسمیت شناختن رسمی ورزش الکترونیک؛ تأسیس انجمن ورزش‌های الکترونیک ایران	مرداد ۱۳۸۵
(خبرگزاری برنا، ۱۴۰۳)	تأسیس بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و ایجاد ساختار حاکمیتی موازی	۱۳۸۶
(ایرنا، ۱۳۸۶)	کسب نخستین مدال‌های بین‌المللی در دومین دوره بازی‌های آسیایی داخل سالن ماکائو	آبان ۱۳۸۶
(ویجیاتو، ۱۳۹۸)	قهرمانی حسن پاجانی در مسابقات جهانی IESF در رشته PES	آذر ۱۳۹۸
(میزان آنلاین، ۱۴۰۳؛ خبرگزاری برنا، ۱۴۰۳ الف)	استقلال انجمن و فعالیت مستقیم زیر نظر وزارت ورزش و جوانان	تیر ۱۴۰۳

۳۷-۱ سیمای بازیکن ایرانی: پروفایل جمعیتی و اقتصادی

برای درک ابعاد ورزش‌های الکترونیک در ایران، تحلیل داده‌های پیمایش‌های ملی که توسط «مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال» (دایرک) منتشر شده، ضروری است. این گزارش‌ها تصویری دقیق از جامعه بازیکنان ایرانی ارائه می‌دهند. جمعیت بازیکنان کشور از ۲۸ میلیون نفر در سال ۱۳۹۶ به ۳۲ میلیون نفر در سال ۱۳۹۸ و نهایتاً به ۳۴ میلیون نفر تا سال ۱۴۰۰ افزایش یافته است (بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، ۱۴۰۱).

تحلیل داده‌های جمعیتی روندهای مهمی را آشکار می‌سازد. میانگین سنی بازیکنان ایرانی از ۱۹ سال در سال ۱۳۹۶ به ۲۲ سال در سال ۱۳۹۸ و سپس به ۲۵ سال در سال ۱۴۰۰ رسیده است که نشان‌دهنده گسترش جذابیت بازی‌های دیجیتال به فراتر از قشر نوجوان است (بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای). توزیع جنسیتی نیز تحول قابل توجهی داشته است؛ سهم بازیکنان زن از ۳۸ درصد در سال ۱۳۹۸ به ۴۱ درصد تا سال ۱۴۰۱ افزایش یافته که بیانگر حضور پررنگ و رو به رشد زنان در این عرصه است (بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، ۱۴۰۱). از نظر الگوهای مصرف، بازیکنان ایرانی به طور متوسط روزانه ۹۳ دقیقه در سال ۱۳۹۸ به بازی اختصاص می‌دادند و درصد بالایی از آن‌ها (۶۵٪) در ۱۳۹۸ و ۵۸٪ در ۱۴۰۰ به صورت آنلاین بازی می‌کنند (بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، ۱۴۰۱). در میان پلتفرم‌ها، تلفن همراه با ضریب نفوذ ۹۶ درصدی تا سال ۱۴۰۰، به طور قاطع پلتفرم غالب است و پس از آن کنسول‌های بازی و کامپیوترهای شخصی قرار دارند (بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، ۱۴۰۱).

این آمارها نشانگر یک دوگانگی در اکوسیستم ایران است: یک بازار «موبایل-محور» اما «کنسول-آرزو». در حالی که دسترسی آسان و هزینه پایین، موبایل را به پلتفرم توده‌ها تبدیل کرده، گفتمان غالب پیرامون ورزش‌های الکترونیک رقابتی، افتخارات بین‌المللی (مانند قهرمانی‌های پاجانی در یک بازی مبتنی بر کنسول) و چالش‌های تحریم، به شدت بر اکوسیستم کنسول و کامپیوتر متمرکز است. این امر بر سیاست‌گذاری‌ها، پوشش رسانه‌ای و آرزوهای بازیکنان جدی تأثیر می‌گذارد. از سوی دیگر، این تغییرات جمعیتی، به ویژه افزایش میانگین سنی و مشارکت زنان، چیزی فراتر از آمار صرف هستند. این روندها نشانگر عادی‌سازی فرهنگی بازی‌های ویدیویی در ایران است. بازی در حال گذار از یک خرده‌فرهنگ نوجوانانه به یک فعالیت تفریحی جریان اصلی است که در زندگی روزمره طیف وسیع‌تری از جامعه ادغام شده و این امر مشروعیت اجتماعی ورزش‌های الکترونیک را تقویت می‌کند.



۳۸-۱ رقابت در صحنه جهانی: جایگاه بین‌المللی ایران

اولین حضور جدی ایران در رقابت‌های بین‌المللی ورزش‌های الکترونیک با درخشش در «بازی‌های آسیایی داخل سالن» رقم خورد. در دومین دوره این بازی‌ها در ماکائو (۲۰۰۷)، تیم ملی ایران

عملکردی چشمگیر داشت و موفق به کسب سه مدال شد: یک مدال نقره توسط میثم حسینی در رشته *FIFA 07* و دو مدال برنز توسط فرزانه همایی در *NBA Live 07* و نعیم هدایتی در *Need for Speed: Most Wanted* (ایرنا، ۱۳۸۶). این نتیجه، ایران را پس از چین در جایگاه دوم جدول مدال‌های ورزش الکترونیک این دوره از بازی‌ها قرار داد (Wikipedia, 2007).

موفقیت‌ها در سومین دوره بازی‌ها در **ویتنام (۲۰۰۹)** ادامه یافت و حتی بهبود پیدا کرد. در این دوره، ایران دو مدال طلا توسط داوود خوئی در *FIFA 09* و توحید قربانی در *NBA 2008* و یک مدال نقره توسط فرزانه همایی در *NBA 2008* کسب کرد (کمیتة ملی المپیک، ۱۳۸۸؛ ایسنا، ۱۳۸۸). این دستاوردها نشان از پتانسیل بالای بازیکنان ایرانی در همان سال‌های اولیه شکل‌گیری ساختار رسمی ورزش الکترونیک در کشور داشت.

۱-۳۸-۱ ظهور قهرمانان

مسیر حرفه‌ای حسن پاجانی، نمونه‌ای برجسته از اوج موفقیت فردی یک ورزشکار الکترونیک ایرانی در سطح جهانی است. او با کسب قهرمانی‌های متعدد در سری بازی‌های *eFootball* (که پیش‌تر *PES* نام داشت)، نام خود را به عنوان یکی از برترین بازیکنان جهان ثبت کرد. از جمله افتخارات او می‌توان به قهرمانی در **مسابقات جهانی IESF سال ۲۰۱۹** در سئول (ویجیاتو، ۱۳۹۸)، قهرمانی در **مسابقات جهانی Global Esports Games سال ۲۰۲۲** در استانبول (Panam Sports, 2022) و قهرمانی مجدد در **مسابقات جهانی IESF سال ۲۰۲۳** در رومانی اشاره کرد (جی‌جوگیم، ۱۴۰۲). سلطه مستمر او و پیروزی‌هایش بر رقبای قدرتمندی از ژاپن و برزیل، گواهی بر وجود استعدادهای در سطح جهانی در ایران است که قادرند با وجود موانع ساختاری قابل توجه، به قله ورزش خود دست یابند (ویجیاتو، ۱۳۹۸؛ Panam Sports, 2022). این پیروزی‌ها فراتر از دستاوردهای ورزشی صرف هستند. در شرایطی که ایران اغلب در رسانه‌های بین‌المللی با تصویری منفی بازنمایی می‌شود، این موفقیت‌ها به منبعی قدرتمند برای غرور ملی و نوعی «قدرت نرم» فرهنگی تبدیل شده‌اند. آن‌ها برتری ایران را در یک حوزه مدرن و فناورانه به نمایش می‌گذارند و روایت‌های تک‌بعدی از کشور را به چالش می‌کشند.

تخصص ایران در بازی‌های شبیه‌ساز فوتبال مانند *FIFA* و *eFootball* تصادفی نیست. این امر بازتابی از واقعیت‌های فرهنگی و زیرساختی کشور است. از یک سو، فوتبال محبوب‌ترین ورزش سنتی در ایران است و این امر یک پایگاه عظیم، آگاه و مشتاق از بازیکنان را ایجاد کرده است. از سوی دیگر، بازی‌های تک‌نفره مانند *eFootball* در مقایسه با بازی‌های تیمی مانند *League of Legends* یا *Counter-Strike* که به شدت به پینگ پایین و اتصال تیمی پایدار نیاز دارند، در برابر کمبودهای زیرساختی اینترنت در ایران مقاوم‌تر هستند. یک بازیکن به تنهایی می‌تواند اتصال خود را مدیریت کند و کد شبکه این بازی‌ها برای ارتباطات نفر به نفر معمولاً بهینه‌تر است. بنابراین، تخصص ایران در این ژانر، یک انطباق استراتژیک با محیط فرهنگی و فنی منحصر به فرد خود است.

جدول ۸ مدال‌آوران ایران در ورزش‌های الکترونیک بازی‌های آسیایی داخل سالن (۲۰۰۷ و ۲۰۰۹)

سال (محل برگزاری)	ورزشکار	بازی	مدال	منبع
۲۰۰۷ (ماکائو)	میثم حسینی	FIFA 07	نقره	Wikipedia, (ایرنا، ۱۳۸۶؛ ۲۰۰۷)
۲۰۰۷ (ماکائو)	فرزان همایی	NBA Live 07	برنز	Wikipedia, (ایرنا، ۱۳۸۶؛ ۲۰۰۷)
۲۰۰۷ (ماکائو)	نعیم هدایتی	Need for Speed: MW	برنز	Wikipedia, (ایرنا، ۱۳۸۶؛ ۲۰۰۷)
۲۰۰۹ (ویتنام)	داوود خوئی	FIFA 09	طلا	(کمیته ملی المپیک، ۱۳۸۸؛ ایسنا، ۱۳۸۸)
۲۰۰۹ (ویتنام)	توحید قربانی	NBA 2008	طلا	(کمیته ملی المپیک، ۱۳۸۸)
۲۰۰۹ (ویتنام)	فرزان همایی	NBA 2008	نقره	(کمیته ملی المپیک، ۱۳۸۸)

۳۹-۱ معمای حاکمیت: موازی‌کاری و ابهام در تقسیم وظایف

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های ساختاری ورزش الکترونیک در ایران، پدیده «موازی‌کاری» یا تداخل حوزه‌های اختیارات در نظام حاکمیتی است. این تنش عمدتاً میان انجمن ورزش‌های الکترونیک (تحت

نظارت وزارت ورزش و جوانان) که نگاهی ورزشی و رقابتی به بازی دارد، و بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای (تأسیس ۱۳۸۶، تحت نظارت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) که بازی را به عنوان یک محصول فرهنگی نیازمند تنظیم و توسعه می‌بیند، وجود دارد (خبرگزاری برنا، ۱۴۰۳ ب). به گفته لقمان شاورانی، رئیس انجمن ورزش‌های الکترونیک، این تداخل «در برخی از مسائل از جمله برگزاری مسابقات و صدور مجوزها و یا حتی اخذ مجوز بخش خصوصی از دستگاه دولتی با موازی کاری روبه‌رو هستیم» (خبرگزاری برنا، ۱۴۰۳ ب).

این موازی کاری صرفاً یک جنگ بر سر اختیارات بوروکراتیک نیست، بلکه نشانه یک تضاد ایدئولوژیک عمیق‌تر و حل‌نشده در درون حاکمیت است: **بازی ویدئویی چیست؟** آیا یک «ورزش» و فعالیتی رقابتی و خنثی از نظر ارزشی است که باید برای کسب افتخار ملی ترویج شود؟ یا یک «محصول فرهنگی» و رسانه‌ای حامل ارزش‌های بالقوه نامطلوب غربی است که باید کنترل، سانسور و با جایگزین‌های داخلی جایگزین شود؟ این دوگانگی حل‌نشده، سیاست‌گذاری یکپارچه و مؤثر را فلج کرده و کل اکوسیستم را در وضعیت ابهام دائمی قرار داده است.



۴۰-۱ بازی در شرایط تحریم: انزوای اقتصادی و راهکارهای دیجیتال

تحریم‌های بین‌المللی تأثیری عمیق و چندوجهی بر اکوسیستم بازی در ایران گذاشته است. تحلیل‌های آکادمیک نشان می‌دهد که تحریم‌ها منجر به کاهش ارزش پول ملی، تورم و افت تولید اقتصادی می‌شوند (Hayo, 2021 & Torbat, 2005; Farzanegan) و این آثار به طور مستقیم بر تجربه بازیکنان ایرانی تأثیر می‌گذارد. تحریم‌ها، هرچند مستقیماً صنعت بازی را هدف قرار نداده‌اند، اما با ایجاد یک محیط تجاری پرریسک، مانع از حضور رسمی شرکت‌های بزرگی چون سونی و مایکروسافت در ایران شده‌اند. این امر منجر به وابستگی بازار به کالاهای قاچاق شده است (آفتاب‌نیوز، ۱۳۹۹).

محرومیت از سیستم‌های پرداخت بین‌المللی، مانعی بزرگ برای خرید قانونی بازی‌ها و محتوای دیجیتال است و بازیکنان را مجبور به استفاده از بازار خاکستری کارت‌های هدیه و واسطه‌ها می‌کند (آفتاب‌نیوز، ۱۳۹۹). علاوه بر این، شرکت‌های بازی‌سازی به دلیل ترس از نقض تحریم‌ها، به طور مکرر دسترسی کاربران با IP ایران را مسدود کرده و حساب‌های آن‌ها را بدون اخطار قبلی می‌بندند که این امر حس بی‌ثباتی دائمی را برای بازیکنان ایجاد می‌کند (آفتاب‌نیوز، ۱۳۹۹؛ ایتنا، ۱۴۰۲).

در این میان، مشکلات زیرساختی و ژئوپلیتیکی به شدت در هم تنیده‌اند. تحریم‌ها مانع از میزبانی سرورهای محلی توسط شرکت‌های بین‌المللی در ایران می‌شوند؛ اقدامی که می‌توانست به طور چشمگیری پینگ را کاهش دهد. از سوی دیگر، استفاده از VPN برای دور زدن تحریم‌ها و دسترسی به بازی‌ها، خود لایه‌ای دیگر از مسیربایی به شبکه اضافه کرده و اغلب باعث افزایش پینگ و کاهش کیفیت تجربه بازی می‌شود. بدین ترتیب، بازیکن ایرانی در یک چرخه معیوب گرفتار شده است که در آن، راه‌حل یک مشکل (دسترسی) به تشدید مشکل دیگر (عملکرد) می‌انجامد. با این وجود، جامعه بازیکنان با اتکا به راهکارهای خلاقانه مانند استفاده از VPN، حساب‌های کاربری اشتراکی و ایجاد یک اقتصاد دیجیتال غیررسمی، تاب‌آوری قابل توجهی از خود نشان داده است (آفتاب‌نیوز، ۱۳۹۹).



۱-۴ نتیجه‌گیری و چشم‌انداز آینده

سیر تکوین ورزش‌های الکترونیک در ایران، روایتی از شور و اشتیاق مردمی است که در مسیری پر از موانع ساختاری بالادستی حرکت کرده است. این گزارش نشان داد که از دل گیم‌نت‌های پرهیاهوی دهه هفتاد تا کسب مدال‌های طلا در عرصه جهانی، یک تاب‌آوری منحصر به فرد در برابر ابهامات حاکمیتی، کمبودهای زیرساختی و تحریم‌های شدید بین‌المللی شکل گرفته است.

استقلال اخیر انجمن ورزش‌های الکترونیک یک نقطه عطف حیاتی است که پتانسیل توسعه‌ای متمرکزتر و مستقل‌تر را فراهم می‌آورد. این فرصت، اگر به درستی مدیریت شود، می‌تواند به رفع برخی از ناهماهنگی‌های داخلی و ایجاد یک استراتژی ملی منسجم کمک کند. با این حال، موفقیت بلندمدت این حوزه صرفاً به شایستگی اداری انجمن و اشتیاق جامعه آن وابسته نیست. چالش‌های بزرگ‌تری مانند شکاف دیجیتال و انزوای ژئوپلیتیکی، عواملی هستند که عمدتاً خارج از کنترل نهادهای ورزشی قرار دارند.

در نهایت، آینده ورزش‌های الکترونیک در ایران نه تنها به سیاست‌های ورزشی، بلکه به تصمیمات کلان ملی در حوزه زیرساخت‌های دیجیتال و مهم‌تر از آن، به حل تضادهای ایدئولوژیک و بوروکراتیکی که امروز بر حاکمیت آن سایه افکنده است، بستگی دارد. تنها با ایجاد یک چشم‌انداز واحد و حمایتی است که می‌توان انرژی عظیم جامعه بازیکنان ایران را به طور کامل آزاد کرد و جایگاه واقعی کشور را در نقشه جهانی ورزش‌های الکترونیک تثبیت نمود.

فصل هشتتم

منابع

منابع فارسی:

۱. آفتاب‌نیوز. (۱۳۹۹، ۳۰ بهمن). تحریم‌ها چه تاثیری بر گیمرهای ایرانی گذاشته؟. برگرفته از <https://aftabnews.ir/fa/news/696165>
۲. انجمن ورزش‌های الکترونیک ایران. (۱۳۸۵). تاسیس انجمن. برگرفته از <https://eligo.ir/about>
۳. ایسنا. (۱۳۸۸، ۱۲ آبان). در چهارمین روز از بازی‌های داخل سالن آسیا، دو مدال طلای دیگر برای ورزشکاران ایرانی به دست آمد. برگرفته از <https://www.isna.ir/news/8808-00908.136883>
۴. ایتنا. (۱۴۰۲، ۲۷ شهریور). سایه تحریم بر سر بازی‌های آنلاین. برگرفته از <https://www.itna.ir/news/85973>
۵. بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک). (۱۳۹۹). نمای باز ۱۳۹۸: گزارش جامع وضعیت بازی‌های دیجیتال در ایران. برگرفته از <https://direc.ircg.ir>
۶. تابناک. (۱۳۹۸، ۲ دی). ورزش الکترونیک؛ مفهومی نوظهور و پر درآمد. برگرفته از <https://www.tabnak.ir/fa/news/951456>
۷. تابناک. (۱۴۰۴، ۱ اردیبهشت). از گیم‌نت تا استریم: چگونه اینترنت eSports را جهانی کرد؟. برگرفته از <https://www.tabnak.ir/fa/news/1300740>
۸. جام جم آنلاین. (۱۴۰۲، ۲۶ آذر). فرهنگ ورزش‌های الکترونیک در کشور توسعه می‌یابد. برگرفته از <https://www.pcci.ir/fa/news/664059>
۹. جی‌جوگیم. (۱۴۰۲، ۱۲ شهریور). حسن پاجانی قهرمان مسابقات جهانی EFOOTBALL 2023 شد. برگرفته از <https://www.jjjugame.ir/game-news/hassan-pajani-is-the-efootball-2023-champions>
۱۰. خبرگزاری برنا. (۱۴۰۳، الف، ۶ تیر). انجمن ورزش‌های الکترونیک ایران مستقل شد. برگرفته از <https://borna.news/fa/news/2110483>
۱۱. خبرگزاری برنا. (۱۴۰۳، ب، ۲۳ مرداد). شاورانی: موازی کاری دستگاه‌ها یکی از چالش‌های انجمن است. برگرفته از <https://40929909.khabarban.com>
۱۲. ذکایی، محمد سعید، اشرف سمنانی، بهروز، و امینی، سعیده. (۱۴۰۴). تحلیل نظام‌مند مطالعات بازی در ایران: رویکردها، مفاهیم و دستاوردها. جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۷(۱)، ۱۷۵-۱۹۸.
۱۳. سیسکو شبکه. (تاریخ نامشخص). رفع مشکل پینگ بالا در بازی‌های آنلاین. برگرفته از <https://www.cisco-shabake.com>

۱۴. شهرآرانیوز. (۱۴۰۱، ۲۳ آبان). همه چیز درباره ۳۳ میلیون گیمر موبایل در ایران + جزئیات. برگرفته از

[/https://shahrarnews.ir/fa/news/194284](https://shahrarnews.ir/fa/news/194284)

۱۵. شهر سخت‌افزار. (۱۴۰۱، ۱۱ مهر). تاریخچه کامل بازی و صنعت گیم در ایران. برگرفته از

<https://www.shahrsakhtafzar.com/fa/articles-guides/console-game/40835-the-history-of-gaming-in-iran>

۱۶. صمدی، مجتبی، محسنیان راد، مهدی، خانیکی، هادی، و حسینی پاکدهی، علیرضا. (۱۴۰۱). اجتماع گیم‌نت‌های

ایرانی؛ ویژگی‌ها، امکانات و کارکردهای ارتباطاتی. مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۲۳(۵۰)، ۵۹-۳۳.

۱۷. کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۸۸، ۱۷ آبان). سومین دوره بازیهای آسیایی داخل سالن-ویتنام؛

تیم ملی کشورمان با ۳ پله صعود به جایگاه پنجمی دست یافت. برگرفته از

[/https://www.olympic.ir/fa/news/2200](https://www.olympic.ir/fa/news/2200)

۱۸. میزان آنلاین. (۱۴۰۳، ۶ تیر). انجمن ورزش‌های الکترونیک ایران مستقل شد. برگرفته از

[/https://www.mizanonline.ir/fa/news/4780322](https://www.mizanonline.ir/fa/news/4780322)

۱۹. ویرگول. (۱۴۰۲، ۱۵ آذر). چرا امروزه بازی‌های الکترونیکی به ورزش تبدیل شده‌اند؟. برگرفته از

[/https://virgool.io/esports](https://virgool.io/esports)

۲۰. ویجیاتو. (۱۳۹۸، ۲۴ آذر). حسن پاجانی قهرمان مسابقات جهانی eFootball PES 2020 شد. برگرفته از

<https://vigiato.net/p/59360>

منابع انگلیسی:

1. AIXR. (۲۰۲۵). eSports & metaverse: A new era of virtual gaming dominance . Retrieved from <https://aixr.org/insights/the-rise-and-future-of-esports-2/>
2. Astralis. (n.d.). In Counter Strike Global Offensive - BUFF Game. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.buff.game/csgo/astralis/>
3. Azali, M. (2023, March 14). 'A different kind of battlefield': How young Iranians are flocking to esports. Middle East Eye. Retrieved from <https://www.middleeasteye.net/discover/iran-esports-young-people-flocking-different-battlefield>
4. Biomedres. (2025). The impact of esports on the development of 21st century skills and academic performance for youths .Retrieved from <https://biomedres.us/pdfs/BJSTR.MS.ID.009694.pdf>
5. Bush, A. (2024, June 14). Exploring the China-U.S. gaming dynamics. Naavik. <https://naavik.co/digest/us-china-trade-dynamics-in-gaming/>
6. Call of Duty League. (n.d.). In Wikipedia. Retrieved August 5, 2025, from https://en.wikipedia.org/wiki/Call_of_Duty_League
7. Call of Duty League: The pros and cons of expansion. (2025, May). Esports Insider. Retrieved August 5, 2025, from <https://esportsinsider.com/2025/05/call-of-duty-league-expansion-pros-cons>
8. CDW. (n.d.). History of esports. Retrieved July 31, 2025, from <https://www.cdw.com/content/cdw/en/articles/hardware/history-of-esports.html>
9. China Proposes New Regulations for Online Gaming. (2024, January). Game Counsel. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.mygamecounsel.com/2024/01/articles/china/china-proposes-new-regulations-for-online-gaming/>
10. China's Tumultuous Relationship with Gaming. (n.d.). Konvoy Ventures. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.konvoy.vc/newsletters/chinas-tumultuous-relationship-with-gaming>
11. Chinese companies face growth limits in world's biggest esports market. (n.d.). Kr Asia. Retrieved August 5, 2025, from <https://kr-asia.com/chinese-companies-face-growth-limits-in-worlds-biggest-esports-market>
12. CISIN ۹. (۲۰۲۵). ethical issues with VR: Paying the price Retrieved from <https://www.cisin.com/coffee-break/9-ethical-issues-with-vr-we-need-to-fix.html>
13. Clyde & Co. (2025). Game, Set, Law: Esports and the Future of Dispute Resolution in Emerging Industries. Retrieved August 3, 2025, from <https://www.clydeco.com/en/insights/2025/04/dispute-resolution-systems-for->

emerging-industries

14. Counter-Strike in esports. (n.d.). In Wikipedia. Retrieved August 5, 2025, from https://en.wikipedia.org/wiki/Counter-Strike_in_esports
15. Counter-Strike's legacy in Cologne. (n.d.). HLTV.org. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.hltv.org/news/39537/counter-strikes-legacy-in-cologne>
16. Countries that are going all in on esports. (2025, July). Esports Insider. Retrieved August 5, 2025, from <https://esportsinsider.com/2025/07/countries-going-all-in-on-esports>
17. Crafting Stars: South Korean E-sports and the Emergence of a Digital Gaming Culture. (n.d.). Association for Asian Studies. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.asianstudies.org/publications/ea/archives/crafting-stars-south-korean-e-sports-and-the-emergence-of-a-digital-gaming-culture/>
18. De Santis, A & Morante, L. F. M. (2022). E-sports in the entertainment industry. In N. M. B. da Silva & P. C. M. Faustino (Eds.) ,The entertainment industry: An introduction (pp. 13-21). Routledge <https://doi.org/10.4324/9781003273691-2>
19. Demand Sage .(۲۰۲۵) .eSports viewership statistics 2025 – Demographics & growth . Retrieved from <https://www.demandsage.com/esports-statistics/>
20. Developments In The Independence Process Of The Turkish Esports Federation. (n.d.). Kiliñ Law & Consulting. Retrieved August 5, 2025, from <https://kilinlaw.com.tr/en/developments-in-the-turkish-esports-federation/>
21. eCharts .(۲۰۲۵) .How traditional sports clubs opening up new horizons with esports . Retrieved from <https://escharts.com/news/sports-clubs-in-esports>
22. EDUCAUSE .(۲۰۲۱) .Common challenges .Retrieved from <https://www.educause.edu/ecar/research-publications/2021/expanding-esports-in-higher-ed-benefits-and-guidance-for-new-esports-programs/common-challenges>
23. EMEA Esports HQ, Adlershof, Germany - Berlin. (n.d.). Riot Games. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.riotgames.com/en/work-with-us/offices/berlin/berlin-adlershof>
24. ESBD. (2025). esports Visa. Retrieved August 3, 2025, from <https://esportbund.de/e-sport-visa/>
25. ESIC. (2025). Anti-Doping Code. Retrieved August 3, 2025, from <https://esic.gg/codes/anti-doping-code/>
26. Esports 2024 in Numbers: Key Stats and Industry Trends. (n.d.). Esports Agentur. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.esports-agentur.net/esports-2024-in-numbers-key-stats-and-industry-trends/>
27. Esports Around The World: Denmark. (2023, August). Esports Insider. Retrieved August 5, 2025, from <https://esportsinsider.com/2023/08/esports-around-the-world-denmark>

28. Esports Around The World: Germany. (2023, August). Esports Insider. Retrieved August 5, 2025, from <https://esportsinsider.com/2023/08/esports-around-the-world-germany>
29. Esports Around The World: South Korea. (2023, July). Esports Insider. Retrieved August 5, 2025, from <https://esportsinsider.com/2023/07/esports-around-the-world-south-korea>
30. Esports Around The World: Sweden. (2023, July). Esports Insider. Retrieved August 5, 2025, from <https://esportsinsider.com/2023/07/esports-around-the-world-sweden>
31. Esports Around The World: Turkey. (2024, May). Esports Insider. Retrieved August 5, 2025, from <https://esportsinsider.com/2024/05/esports-around-the-world-turkey>
32. Esports Charts. (2022, August 26). Brief history of esports — from arcade games to mobile gaming. <https://escharts.com/news/brief-history-esports-arcade-games-mobile-gaming>
33. Esports in Germany. (n.d.). game. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.game.de/en/guides/the-german-games-industry-2020-21-insights-facts-and-reports/esports-in-germany/>
34. Esports Insider. (۲۰۲۳). Union or bust? The ongoing debate for esports unions . Retrieved from <https://esportsinsider.com/2023/03/esports-unions-debate>
35. Esports Insider. (2025). 2022 Commonwealth Games to host pilot esports championship. Retrieved August 3, 2025, from <https://esportsinsider.com/2022/02/commonwealth-games-esports-2022>
36. Esports Insider. (2025a). Esports marketing statistics 2025: Top brands & trends . Retrieved from <https://esportsinsider.com/esports-marketing-statistics>
37. Esports Insider. (2025b). Esports analytics arms race: AI is changing game strategy . Retrieved from <https://esportsinsider.com/esports-analytics-arms-race>
38. Esports Insider. (2025c). Esports vs. sports: How do the two compare ?Retrieved from <https://esportsinsider.com/esports-vs-sports>
39. Esports Tournaments: What Are the Big Events & Prizes?. (n.d.). Lenovo US. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.lenovo.com/us/en/gaming/esports/esports-tournaments/>
40. Esports Trade Association. (۲۰۲۴). How 5G is reshaping esports .Retrieved from <https://esportsta.org/2024/12/02/how-5g-is-reshaping-esports/>
41. eSports Viewership Statistics 2025 – Demographics & Growth. (n.d.). DemandSage. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.demandsage.com/esports-statistics/>
42. Esports Wales. (2025). AntiDoping Code. Retrieved August 3, 2025, from

- <https://esportswales.org/advice/governance/rules-and-regulations/antidoping-code/>
43. Esports World Cup Foundation Forms Strategic Partnership with Tencent. (n.d.). Tencent. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.tencent.com/en-us/articles/2202032.html>
 44. ESPORTS, PLAYER POSITIONS, AND THE BENEFITS OF ... (2025). Retrieved August 3, 2025.
 45. Fida, K. (2022, November 1). How Iran's Gen Z is finding expression in video games. TRT World. Retrieved from <https://www.trtworld.com/magazine/how-iran-s-gen-z-is-finding-expression-in-video-games-62104>
 46. Fortune Business Insights. (۲۰۲۵). eSports market size, share, value | Revenue statistics. [۲۰۲۲] Retrieved from <https://www.fortunebusinessinsights.com/esports-market-106820>
 47. Frontiers. (۲۰۲۲). A milestone in the era of esports: The Olympics through the lens of virtual reality. Retrieved from <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022.990189/full>
 48. Gaming: A Catalyst for Transformation in the MENA Region. (n.d.). MENA2050. Retrieved August 5, 2025, from <https://mena2050.org/gaming-a-catalyst-for-transformation-in-the-mena-region/>
 49. Global Esports Federation. (2025). World-Leading Publishers Join the Global Esports Federation. Retrieved August 3, 2025, from <https://www.globalesports.org/post/gef-capcom-konami-sega-publishers>
 50. Gordon Law. (2025). Esports Contracts: Guide For Athletes. Retrieved August 3, 2025, from <https://gordonlaw.com/learn/esports-contracts-5-player-considerations/>
 51. Grand View Research. (2024, February). Esports market size, share & trends analysis report by revenue stream, by region, and segment forecasts, 2024 - 2030. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/esports-market>
 52. Grand View Research. (2024a). Latin America esports market size & outlook, 2030. Retrieved from <https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/esports-market/latin-america>
 53. GWI. (۲۰۲۵). Top esports trends for 2025. Retrieved from <https://www.gwi.com/blog/esports-trends>
 54. Harvard Journal of Sports & Entertainment Law. (2025). What Happened to the Olympic Esports Games? If IP is the Problem, We Can Fix It. Retrieved August 3, 2025, from <https://journals.law.harvard.edu/jsel/2025/04/what-happened-to-the-olympic-esports-games-if-ip-is-the-problem-we-can-fix-it/>
 55. Heliyon (2023), "What is esports? A systematic scoping review and concept analysis of esports." <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e23248>

56. How the world's most ambitious esports league shrank to nothing: An oral history of the Overwatch League. (2025). Digiday. Retrieved August 5, 2025, from <https://digiday.com/media/how-the-worlds-most-ambitious-esports-league-shrank-to-nothing-an-oral-history-of-the-overwatch-league/>
57. IESF. (2023). IESF ESTABLISHES PUBLISHER COMMISSION AND.... Retrieved August 3, 2025, from <https://iesf.org/iesf-news/iesf-establishes-publisher-commission-and-unanimously-elected-mr-hussain-alkooheji-as-board-member-and-executive-chairman-of-the-commission/>
58. IESF. (2025a). Uniting the World Through Esports. Retrieved August 3, 2025, from <https://iesf.org/legacy-post-1/>
59. IMARC Group. (2024, February). Turkey gaming market: Size, share, trends, and forecast 2024-2032. <https://www.imarcgroup.com/turkey-gaming-market>
60. INFOGRAPHIC: The Top Gaming Countries. (2025, April). Every Movie Has a Lesson. Retrieved August 5, 2025, from <https://everymoviehasalesson.com/blog/2025/4/infographic-the-top-gaming-countries>
61. International Olympic Committee. (2025). IOC enters a new era with the creation of Olympic Esports Games.... Retrieved August 3, 2025, from <https://www.olympics.com/ioc/news/ioc-enters-a-new-era-with-the-creation-of-olympic-esports-games-first-games-in-2025-in-saudi-arabia>
62. International Sport and Culture Association .(۲۰۲۵) .European grassroots esports . Retrieved from <https://esports.isca.org/updates-detail/1284/exploring-the-role-of-grassroots-esports-in-modern-society-policy-recommendations-for-stakeholders>
63. ISPO.com. (2023, February 15). Esports history: How it all began. <https://www.ispo.com/en/sports-business/esports-history-how-it-all-began>
64. Jabil .(۲۰۲۵) .The future of augmented and virtual reality gaming: Taking the tech mainstream Retrieved from <https://www.jabil.com/blog/gaming-will-drive-augmented-and-virtual-reality-adoption.html>
65. Johnson, Z. (2022, March 1). When did esports start and how it changed competitive gaming. GgCircuit Blog. <https://blog.ggcircuit.com/when-did-esports-start-and-how-it-changed-competitive-gaming>
66. KeSPA. (2025). 한국e스포츠협회(KeSPA). Retrieved August 3, 2025, from <http://www.e-sports.or.kr/en/>
67. Khorram, Y. (2021, July 14). How US sanctions shaped Iran's startup and tech ecosystem. TechCrunch. Retrieved from <https://techcrunch.com/2021/07/14/how-us-sanctions-shaped-irans-startup-and-tech-ecosystem/>
68. Korea e-Sports Association. (n.d.). In Wikipedia. Retrieved August 5, 2025, from https://en.wikipedia.org/wiki/Korea_e-Sports_Association
69. Korean Esports: Everything You Need to Know. (n.d.). Cherry Chu Magazine.

- Retrieved August 5, 2025, from <https://cherrychumagazine.com/entertainment/koreanesports>
70. League Championship Series (esports). (n.d.). In Wikipedia. Retrieved August 5, 2025, from [https://en.wikipedia.org/wiki/League_Championship_Series_\(esports\)](https://en.wikipedia.org/wiki/League_Championship_Series_(esports))
71. League of Legends Championship of The Americas. (n.d.). In Wikipedia. Retrieved August 5, 2025, from https://en.wikipedia.org/wiki/League_of_Legends_Championship_of_The_Americas
72. League of Legends Pro League. (n.d.). In Wikipedia. Retrieved August 5, 2025, from https://en.wikipedia.org/wiki/League_of_Legends_Pro_League
73. LPL Explained: China's League of Legends Pro League. (n.d.). Ggwp Academy. Retrieved August 5, 2025, from <https://ggwpacademy.com/lpl-meaning-lol/>
74. Market.us. (2023, May 9). Esports market size to surpass USD 11.9 Bn by 2032 | CAGR of 21%. <https://market.us/report/esports-market/>
75. Market.us. (۲۰۲۵). Mobile esports market size, share | CAGR of 29.4%. Retrieved from <https://market.us/report/mobile-esports-market/>
76. MarketingReport. (۲۰۲۵). Global esports market to reach \$12.4 billion by 2030, report. Retrieved from [https://marketingreport.one/news/global-esports-market-to-reach-\\$12.4-billion-by-2030-report.html](https://marketingreport.one/news/global-esports-market-to-reach-$12.4-billion-by-2030-report.html)
77. MarketsandMarkets. (۲۰۲۵). Esports market size, share, trends and revenue forecast [latest]. Retrieved from <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/esports-market-123759465.html>
78. MDPI. (۲۰۲۱). Can esports substitute traditional sports? The convergence of sports and video gaming during the pandemic and beyond. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2075-4698/11/4/129>
79. MENA2050. (2024, February 16). Gaming: A catalyst for transformation in the MENA region. <https://mena2050.org/gaming-a-catalyst-for-transformation-in-the-mena-region/>
80. Middle East Governments Leverage Gaming Industry's Growth To Boost Economy. (2025). Business Monthly. Retrieved August 5, 2025, from <https://businessmonthlyeg.com/middle-east-governments-leverage-gaming-industrys-growth-to-boost-economy/>
81. Middle East Investment Driving Sports Industry To \$600bn Valuation By 2030. (2025). The Sports Playmaker. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.thesportsplaymaker.com/post/gulf-states-level-up-with-38b-esports-women-s-sports-investment>
82. MILLIONS.co. (۲۰۲۵). Esports vs traditional sports: A clash of generations and

- screens Retrieved from <https://millions.co/millions-toronto/news/esports-vs-traditional-sports-clash-generations-screens-0elz14>
83. Mintel (۲۰۲۵). The future is female: Exploring the growth of women's sports . Retrieved from <https://www.mintel.com/insights/sports-gaming-and-entertainment/exploring-growth-of-womens-sports/>
84. NACE - Varsity Collegiate Esports. (n.d.). NACEsports.org. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.nacesports.org/>
85. Niko Partners. (2023). The future of MENA gaming: Understand the opportunity. <https://nikopartners.com/the-future-of-gaming-in-mena-3-understanding-the-opportunity/>
86. Norton Rose Fulbright. (2023, July). Turkey's booming eSports market. <https://nortonrosefulbright.com/en-pl/knowledge/publications/628d8783/turkeys-booming-esports-market>
87. Number Analytics. (2025). League Anti-Cheating Measures Guide. Retrieved August 3, 2025, from <https://www.numberanalytics.com/blog/league-anti-cheating-measures-guide>
88. Olympic Council of Asia. (2007). 2nd Asian Indoor Games, Macau 2007: Medal count. Archived from the original on January 10, 2008. Retrieved from <http://www.maigoc2007.com/>
89. Olympic Council of Asia. (2009). 3rd Asian Indoor Games, Vietnam 2009: E-Sports. Archived from the original on December 3, 2009. Retrieved from <http://www.vigoc2009.com/>
90. Overwatch League. (n.d.). In Wikipedia. Retrieved August 5, 2025, from https://en.wikipedia.org/wiki/Overwatch_League
91. Peša, A. R., Ćosić, D & „Blažević, T. (2017). New business model in the growing e-sports industry .Business Excellence / Poslovna Izvrnost, 11 .۱۳۱-۱۲۱ (۲) <https://doi.org/10.22598/pi-be/2017.11.2.121>
92. Pixotope (۲۰۲۵) .eSports broadcasting & production Retrieved from <https://www.pixotope.com/industries/esports>
93. PMC (۲۰۲۱) .Influence of esports on stress: A systematic review .PubMed Central. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8188925/>
94. PMC (۲۰۲۳) .Safer esports for players, spectators, and bettors: Issues, challenges ... PubMed Central. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10260215/>
95. Precedence Research (۲۰۲۵) .Esports market size to hit around USD 48.09 billion by 2034 .Retrieved from <https://www.precedenceresearch.com/esports-market>

96. Pro Players in Each Country per Capita. (n.d.). Reddit. Retrieved August 5, 2025, from https://www.reddit.com/r/GlobalOffensive/comments/6e6rtg/pro_players_in_each_country_per_capita/
97. Renbacci .(۲۰۲۵) .The impact of esports on traditional sports .Retrieved from <https://www.renbacci.com/post/the-impact-of-esports-on-traditional-sports>
98. ResearchGate .(۲۰۲۵) .Popularity and cultural significance of e-sports in the 21st ... Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/382231542_Popularity_and_Cultural_Significance_of_E-Sports_in_the_21st_Century
99. ResearchGate. (2025). The dark side of esports - An analysis of cheating, doping, match-fixing, and their countermeasures. Retrieved August 3, 2025, from https://www.researchgate.net/publication/362812598_The_dark_side_of_esports_-_An_analysis_of_cheating_doping_match-fixing_and_their_countermeasures
100. Saudi Arabia's economic potential of Gaming and Esports. (n.d.). PwC. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.pwc.com/m1/en/media-centre/articles/saudi-arabia-economic-potential-in-the-gaming-and-esports.html>
101. Sewellnylaw. (2025). eSports Contracts & Legal Support. Retrieved August 3, 2025, from <https://sewellnylaw.com/esports-contracts/>
102. Show.gg. (2024, January 28). ESports evolved from a niche to a worldwide popular. <https://show.gg/esports-from-niche-to-mainstream/>
103. Šimić, I. (2024, July 13). The complete history of esports: From origins to present day. Esports Insider. <https://esportsinsider.com/esports-history>
104. Šimić, I. (2024a, May 24). Esports around the world: Turkey. Esports Insider. <https://esportsinsider.com/2024/05/esports-around-the-world-turkey>
105. Šimić, I. (2024b, July 26). Is esports betting legal in the US? All you need to know. Esports Insider. <https://esportsinsider.com/explainers/is-esports-betting-legal-us>
106. South Korea's Esports Evolution: From Pastime to Cultural Cornerstone. (n.d.). Haps Magazine. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.hapskorea.com/south-koreas-esports-evolution-from-pastime-to-cultural-cornerstone/>
107. Southern Illinois University Edwardsville. (n.d.). History of esports. Retrieved July 31, 2025, from <https://www.siue.edu/esports/about/history.shtml>
108. Sports Litigation Alert .(۲۰۲۵) .Esports joins the Olympic movement: Unpacking the decision and ...Retrieved from <https://sportslitigationalert.com/esports-joins-the-olympic-movement-unpacking-the-decision-and-exploring-potential-opportunities-and-challenges/>
109. SportsPro. (2025). Global Esports Federation CEO: Further consolidation

- “would be logical” after IESF partnership. Retrieved August 3, 2025, from <https://www.sportspro.com/esports-and-digital-sport/global-esports-federation-iesf-partnership-consolidation-commonwealth-games/>
110. Stellar Market Research. (n.d.). Europe esports market– industry analysis and forecast (2024-2030) by revenue stream, device type, and region. Retrieved August 3, 2025, from <https://www.stellarmr.com/report/Europe-Esports-Market/1704>
 111. Stellar MR. (۲۰۲۵). Esports market - Industry analysis and forecast–۲۰۲۵) (۲۰۲۲) Retrieved from <https://www.stellarmr.com/report/Esports-Market/1584>
 112. Sweden and the Esports History. (n.d.). Medium. Retrieved August 5, 2025, from <https://medium.com/@patriksvahnstrm/sweden-and-the-esports-history-5bb980601d75>
 113. TalkBasket. (۲۰۲۵). Differences and similarities between training in esports and ...Retrieved from <https://www.talkbasket.net/198527-differences-and-similarities-between-training-in-esports-and-traditional-sports>
 114. Tan, J. (2024, January 3). A U-turn in the China gaming crackdown controversy. TechHQ. <https://techhq.com/news/china-gaming-regulation-might-not-happen-after-major-u-turn/>
 115. Taylor & Francis Online. (۲۰۲۴). Navigating the 'wild west': Governance challenges and solutions in (un)healthy esports sponsorship. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19406940.2024.2442928>
 116. Technavio. (۲۰۲۴). Esports market to grow by USD 3.47 billion–۲۰۲۴) (۲۰۲۸)PR Newswire. Retrieved from <https://www.prnewswire.com/news-releases/esports-market-to-grow-by-usd-3-47-billion-2024-2028-boosted-by-increased-branding-through-esports-with-ai-redefining-market-landscape---technavio-302364495.html>
 117. Telefónica. (n.d.). History of eSports: How did video game competitions begin?. Retrieved July 31, 2025, from <https://www.telefonica.com/en/communication-room/blog/history-of-esports-how-did-video-game-competitions-begin>
 118. Tencent Partners with the Newly Established Global Esports Federation (GEF). (n.d.). Tencent. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.tencent.com/en-us/articles/2200936.html>
 119. Tencent. (n.d.). In Wikipedia. Retrieved August 5, 2025, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Tencent>
 120. The Role of Gaming and Esports in China's Innovation Strategy. (n.d.). APCO Worldwide. Retrieved August 5, 2025, from <https://apcoworldwide.com/blog/the-role-of-gaming-and-esports-in-chinas->

- [innovation-strategy/](#)
121. The State of Turkish Gaming Ecosystem: Invest in Türkiye. (n.d.). Gamigion. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.gamigion.com/the-state-of-turkish-gaming-ecosystem-invest-in-turkiye/>
 122. Top countries and markets by gaming revenues. (n.d.). Newzoo rankings. Retrieved August 5, 2025, from <https://newzoo.com/resources/rankings/top-10-countries-by-game-revenues>
 123. Turkey's booming eSports market. (n.d.). Norton Rose Fulbright. Retrieved August 5, 2025, from <https://nortonrosefulbright.com/en-pl/knowledge/publications/628d8783/turkeys-booming-esports-market>
 124. Turkish Gaming Industry Thrives as Government Waives Taxes. (2025). FDI Consultancy. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.fdiconsultancy.com/news/turkish-gaming-industry-tax-waiver>
 125. UESA. (2025). United States Esports Association: Home. Retrieved August 3, 2025, from <https://www.esportsus.org/>
 126. Unaligned Newsletter .(۲۰۲۵) .AI in esports .Retrieved from <https://www.unaligned.io/p/ai-in-esports>
 127. Unigo .(۲۰۲۵) .eSports scholarships .Retrieved from <https://www.unigo.com/scholarships/by-type/esports-scholarships>
 128. United States Esports Federation. (2025). About. Retrieved August 3, 2025, from <https://www.usef.gg/about>
 129. US Academic Esports .(۲۰۲۵) .How AI is revolutionizing esports: Coaching, data analysis, and anti-cheat systems .Retrieved from <https://www.usacademicesports.com/post/ai-in-esports>
 130. Valorant esports Events and Tournaments. (n.d.). VLR.gg. Retrieved August 5, 2025, from <https://www.vlr.gg/events/mena>
 131. van Hilvoorde, I & .van den Hoogen, J. (2023). What is esports? A systematic scoping review and concept analysis of esports .Sport, Ethics and Philosophy, 17 .۵۱۱-۴۹۳ .(۴)<https://doi.org/10.1080/17511321.2022.2158342>
 132. Vazifehdan, M. (2021, July 11). Potansiyel-hā-ye nahofte dar san'at-e bāzi-hā-ye rāyāne'i [The hidden potentials in the video game industry]. تابناک. Retrieved from <https://www.tabnak.ir/fa/news/1062060/>
 133. Video Games Europe & Deloitte. (2022, October). Let's Play! 2022 The European esports market. <https://www.videogameseurope.eu/wp-content/uploads/2023/10/deloitte-lets-play-2022.pdf>
 134. What is esports?. (2020, January 22). St. Mary's University Athletics. Retrieved August 5, 2025, from <https://rattlerathletics.com/sports/2020/1/22/frequently-asked-questions.aspx>

135. With Viewership and Revenue Booming, Esports Set to Compete with Traditional Sports. (n.d.). Syracuse University. Retrieved August 5, 2025, from <https://onlinegrad.syracuse.edu/blog/esports-to-with-traditional-sports>
136. Zhang, Y & Liu, R. (2022). Economic sources behind the esports industry . Advances in Economics, Business and Management Research, 658 .۸۱۵-۸۱۱ , <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220307.103>



لطفا سوالات، پیشنهادات و انتقادهای خود را با ما در میان بگذارید:

ایمیل: INFO@DIREC.IR

تماس: ۰۲۱ - ۸۸۳۱۰۳۷۰

[@Game_Research](https://www.direc.ir)
WWW.DIREC.IRCG.IR

نشانی: تهران، خیابان مفتاح شمالی، کوچه گلزار، پلاک ۳۲، طبقه اول.

