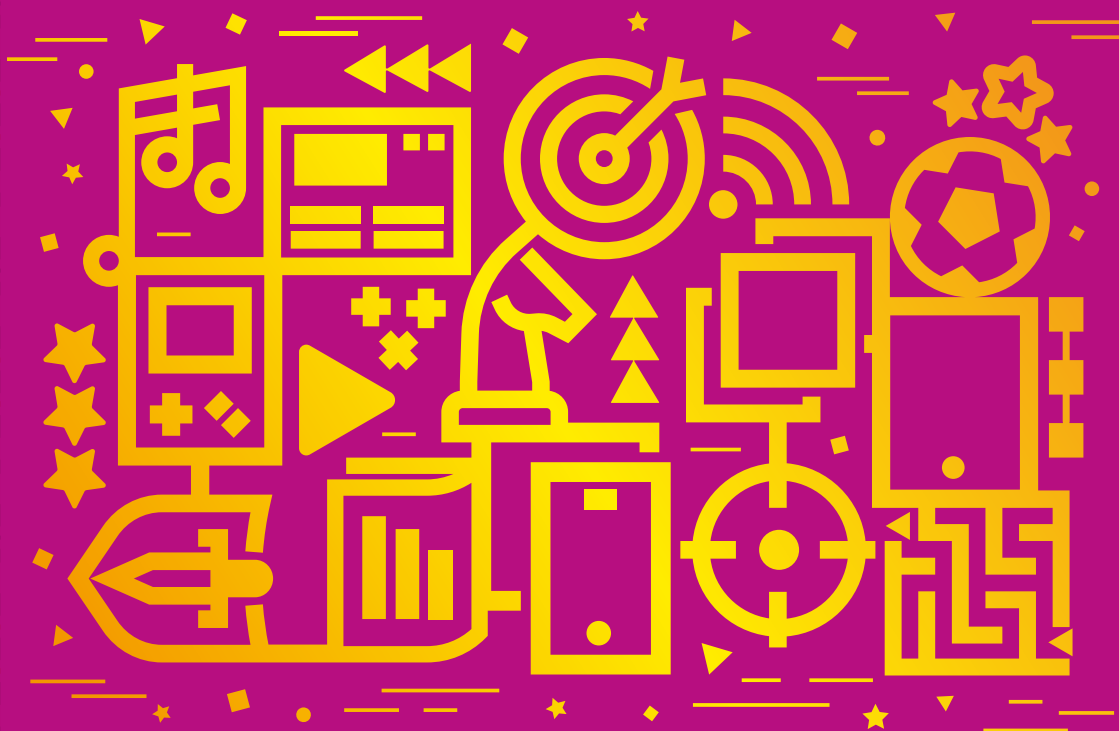


نمای ۱۴۰۲ نزدیک

تفکیک
بازیکنان



تئاسنامه گزارتس

عنوان: نماى نزديك ١٤٠٢ : تفكيك بازيكنان

پديدآورنده: بنياد ملي بازي‌هاي رايبانه‌اي

زير نظر: معاونت پژوهش - مركز تحقيقات بازي‌هاي ديڭيتال (دايرك)

تاريخ انتشار: بهار ١٤٠٥

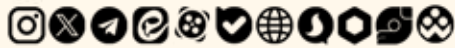
شمارگان: محدود

نشاني: تهران، ميدان هفت تير، خيابان مفتاح شمالي، كوچه گلزار غربى،

نېش كوچه شهيد زيرك‌زاده، پلاك -٣٢ كدپستي: ١٥٧٥٧٤٥٣١١

٨٨٣١٠٣٧٠-٧٥ 

 ircg.ir

 @iranvideogames

بسم الله الرحمن الرحيم

فهرست

۱	مقدمه
۲	عوامل اثرگذار بر دسته‌بندی بازیکنان
۸	دسته‌بندی بازیکنان در این گزارش
۹	تعریف بازیکنان
بخش اول: تفکیک بازیکنان	
۱۱	بر مبنای شاخص جغرافیا (نوع محل سکونت)
بخش دوم: تفکیک بازیکنان	
۱۴	(بر مبنای شاخص‌های جمعیت‌شناختی)
بخش سوم: تفکیک بازیکنان	
۲۴	(بر مبنای شاخص‌های رفتاری (بازی روزانه، هزینه کرد و ...))
بخش چهارم: تفکیک بازیکنان	
۳۰	(بر مبنای شاخص‌های مصرف (سبک‌ها و شخصیت‌های مورد علاقه))
۳۵	جمع‌بندی و تحلیل
۳۷	منابع



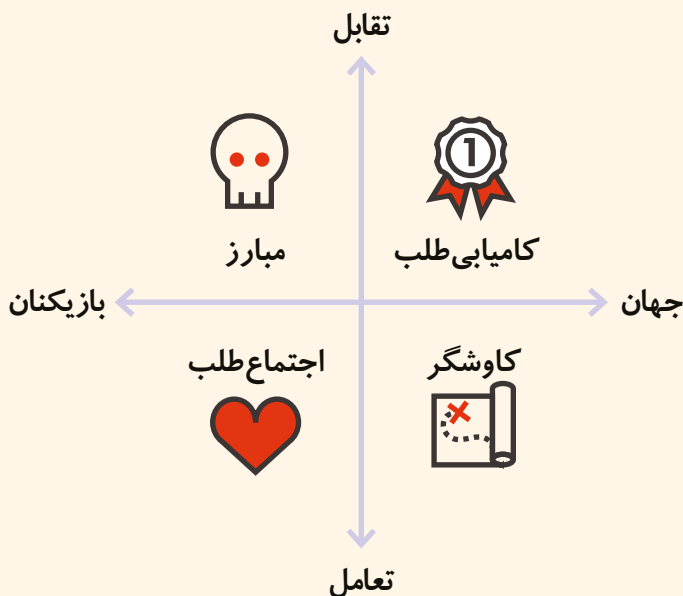
به طور کلی طبقه‌بندی‌های متفاوتی از انواع بازیکنان در حوزه مطالعات بازی قابل شناسایی است، به ویژه در سالهای اخیر با توسعه کسب و کارها در عرصه بازی‌سازی، نیاز به شناسایی تمایز بین انواع بازیکنان و سبک‌های بازی، رو به افزایش است. از سوی دیگر شناخت انگیزه‌های بازیکنان می‌تواند شناخت دقیق‌تری از مخاطبان بازی‌ها، رفتار مصرفی بازیکنان، میزان تمایل به خرید یک محصول یا سرویس بازی را به فعالان صنعت و سیاست‌گذاران نشان دهد. این‌که چه کسانی می‌توانند مشتریان بالقوه بازی‌ها و کالاهای مجازی و تولیدات این عرصه باشند و از چه طریق می‌توان به توسعه این بازار به ویژه در سطح ملی کمک کرد.



عوامل اثرگذار بر دسته‌بندی بازیکنان

در مجموع می‌توان گفت پژوهشگران یک گونه‌شناسی کامل از بازیکنان ارائه نمی‌دهند، با روشی را برای تقسیم‌بندی صریح بازیکنان پیشنهاد نمی‌کنند. آن‌ها بیشتر از ویژگی‌های مرتبط با نحوه بازی کردن را شناسایی کرده‌اند که به عنوان شاخص‌های خوبی برای ترجیحات و جهت‌گیری‌های بازیکنان عمل می‌کنند. یکی از تقسیم‌بندی‌های رایج در این حوزه، نظریه بارتل^۱ است که بازیکنان را بر اساس نحوه تعامل با بازی‌ها به چهار دسته تقسیم کرده است. این دسته‌بندی عبارت است از:

کامیابی‌طلب (Achiever)
کاوشگر (Explorer)
اجتماع‌طلب (Socializer)
مبارز (Killer)



1. Bartle



نمی‌توان گفت که هر یک از بازیکنان به صورت خالص تنها یکی از این چهار دسته شخصیت را دارد، معمولاً افراد ترکیبی از این چهار دسته را در خود دارند اما اغلب یک مورد از دسته‌ها به عنوان شخصیت غالب بازیکن شناسایی می‌شود. شناخت این چهار دسته کمک می‌کند که سیاست‌گذاران و فعالان بتوانند شناسایی کنند که بازیکنان چه شخصیتی دارند و بر اساس آن بفهمند که چگونه باید بازی‌ها را بر این مبنا طراحی دهند.



کامیابی طلب

- درگیر جمع‌آوری امتیازها، نشان‌ها و جایگاه‌های جدید هستند.
- دوست دارند به دیگران نشان دهند که در حال پیشرفت هستند و می‌توانند با جایگاه‌های بالاتر آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهند.
- دوست دارند برتری و موفقیت را نمایش دهند.
- بازی‌های نقش‌پذیر برای این بازیکنان جذاب است.
- بازیکنان کامیابی طلب حدود ۱۰ درصد از بازیکنان دارای این شخصیت هستند.



کاوشگر

- دوست دارند که مسائل جدید در دنیای بازی یا مسیرها و راه‌های آن را کشف کنند.
- دوست دارند بفهمند که بازی چگونه بسته‌بندی شده است (کشف یک رمز میان‌کدها).
- آن‌ها عاشق راهی برای یک ماجراجویی هستند. مثلاً کشف یک منطقه از نقشه که تا به حال دسترسی وجود نداشته است.
- دوست دارند راه‌ها را آزاد کنند.
- آن‌ها معمولاً از بازیکنان، باتجربه‌تر هستند.
- حدود ۱۰ درصد از بازیکنان این تیپ شخصیتی هستند.
- آن‌ها به کشف مناطق مختلف بازی مشتاق‌اند تا بفهمند بازی چگونه طراحی شده است و می‌توانند خطاها و اشکالات برنامه‌ریزی را پیدا کنند.



اجتماع طلب

- بسیاری از بازیکنان جزو این دسته هستند. در واقع، ۸۰ درصد بازیکنان تعامل گرا هستند.
- این دسته از بازیکنان از اینکه با دیگر بازیکنان درون بازی تعامل دارند لذت می‌برند.
- آن‌ها دوست دارند که با همکاری دیگر بازیکنان به مرحله بالاتر دست پیدا کنند.
- از نظر آن‌ها اینکه یک نفر از بازیکنان یک قابلیت بزرگ‌تر داشته باشد بهتر از این است که یک قابلیت کوچک‌تر تنها برای خودشان داشته باشند.
- اجتماع طلب‌ها به دنبال ایجاد روابط درون بازی هستند.
- عموماً مهم‌ترین بخش برای چنین بازیکنی همان تعامل داشتن یک بازیکن دیگر با آن‌ها است، حتی اگر این تعامل منجر به پیشرفت و پیروزی خاصی نشود باز هم لذت می‌برند.
- این دسته از بازیکنان معمولاً پول کمی برای خرید امکانات یک بازی می‌دهند و از محصول رایگان استقبال می‌کنند.



مبارز

- چنین بازیکنانی کمترین فراوانی را نسبت به بقیه شخصیت‌ها دارند. آن‌ها نیز مانند اجتماع طلب‌ها تنها ۱۰ درصد بازیکنان هستند. تفاوت آن‌ها با اجتماع طلبان این است که دوست دارند شبیه مبارزه کنند.
- آن‌ها عاشق رقابت هستند و برایشان مهم است که رقیب را شکست دهند.
- مبارزان به دنبال این هستند که خودشان و نظر آن‌ها غالب‌تر باشد و دیگران بازنده باشند.
- آن‌ها از نظر تعداد، کم ولی از نظر میزان اثرگذاری، بسیار پر قدرت هستند.
- آن‌ها مشتریان بسیار خوب بازی‌ها هستند چون هزینه می‌کنند تا تجهیزات بهتر داشته باشند.
- آن‌ها از خرید «قدرت» در بازی‌ها استقبال می‌کنند.

اشکال دیگری از بازیکنان شناسایی شدند. بی^۱ (۲۰۰۲) انواع دیگری از بازیکنان را شناسایی کرده است و آن را به عنوان مبنایی برای نظریه مبتنی بر انگیزه خود قرار داده است. بی در سال‌های (۲۰۰۲، ۲۰۰۶ و ۲۰۱۰) یک سری از مطالعات تجربی و نظری را انجام داده است و نتیجه کلی او این است که بازیکنان آنلاین در همه بازی‌ها، از نظر انگیزه‌های اجتماعی و شخصی، متفاوت هستند. بی (۲۰۰۲) تأیید کرد که دستیابی به اهداف بازی ناشی از میل به کسب قدرت در محیط بازی است. بی دریافت که غرق شدن خود در دنیای بازی یک انگیزه اصلی برای انجام بازی است. بی (۲۰۰۶) اضافه می‌کند که بازیکنان همچنین می‌توانند برای برقراری ارتباط با دیگران بازی کنند. این عنوان یک پایه اساسی ممکن برای تقسیم‌بندی رفتار بازیکنان بر اساس انگیزه‌های اجتماعی و شخصی است. براساس ریچارد بارتل و همکاران (۲۰۱۰)، پنج عامل را در دسته‌بندی بازیکنان شناسایی کرده‌اند:

دو مورد اول مربوط به دستاورد هستند، دو مورد دوم اجتماعی هستند و بنابراین دو مورد آخر ریشه در عامل فردی دارند. تست (۲۰۱۰) که یک مقاله روانشناسانه در خصوص رفتار آنلاین انجام داده است یکی از نخستین تلاش‌ها برای بررسی تفاوت‌های فردی در رفتارهای اجتماعی بازیکنان آنلاین محسوب می‌شود.

- پیشرفت و تحرک
- قدرت و سلطه
- کمک و حمایت
- دوستی و همکاری
- کاوش و تخیل
- داستان و فرار

نتایج نشان می‌دهد که بازیکنان دارای ویژگی‌های شخصیتی خاص هستند که با رفتار آن‌ها در بازی ارتباط دارد. این یافته‌ها به درک بهتر از نحوه تعامل بازیکنان با یکدیگر و با محیط بازی کمک می‌کند. ویژگی‌های مربوط به طبقه سلطه و قدرت، جذاب برای دیگران است. تست پس از استفاده از تحلیل عاملی بر روی داده‌های خود، بازیکنان را بر اساس سه دسته تقسیم کرد. بازیکنان به گونه‌ای متفاوت بر اساس این سه عامل به سه دسته “کاشف”، “اجتماعی” و “رؤیابرداز” تقسیم شدند.

بازیکنان کاشف علاقه‌مند به کاوش در بازی هستند. بازیکنان اجتماعی در مورد برقراری ارتباط با دیگران کسب می‌کنند و بازیکنان رؤیابرداز به سموهای فانتزی امتیاز کسب می‌کنند. نام‌گذاری بخش بازیکنان اجتماعی کمی عجیب است، زیرا عامل کاشف شامل جنبه‌های دیگر

1. Yee



بازی نیز می‌شود. اما از این مورد “اکتشاف” به معنای کشف روابط جدید است. بنابراین می‌توان گفت که این بخش با فعالیت‌های اجتماعی خاصی ارتباط دارد.

تست (۲۰۱۰) در یک بررسی تقسیم‌بندی کاربران به بازیکنان سخت و جدی بوده است. این تقسیم‌بندی شامل چهار نوع از بازیکنان بود:

- (۱) “بازیکنان اجتماعی”، (۲) “بازیکنان مستقل” که به دنبال پیشرفت فردی بودند، (۳) “بازیکنان اکتشافی” که به دنبال کشف موضوعات جدید بودند و (۴) “بازیکنان رؤیابر داز” که علاقه‌مند به دنیای فانتزی و تخیلی بودند.

تست دریافت که بازیکنان در دسته‌های مختلف بسته به شرایط بازی و انگیزه‌های شخصی خود می‌توانند تغییر کنند. به علاوه، وی بر اساس یافته‌هایش توانست نشان دهد که بازیکنان می‌توانند در طول زمان نوع و سبک بازی خود را تغییر دهند و این تغییرات به دلایل مختلفی از جمله اجتماعی، شخصیتی و یا حتی تغییرات در بازی رخ می‌دهد. در نهایت تست توانست بازیکنان را به سه دسته تقسیم کند:

بازیکنان «شکرگزار» بازیکنان «جامعه‌محور» و بازیکنان «خارج از دنیای واقعی»

بازیکنان شکرگزار بازی را به عنوان یک بازی تک‌بازیکن می‌بینند و در نتیجه ترجیح می‌دهند دیگران و ویژگی‌های اجتماعی نقشی در بازی آن‌ها نداشته باشند. آن‌ها تنهایی عمل می‌کنند و نمی‌خواهند در کارشان دخالت اتفاق بیفتد. برعکس، بازیکنان جامعه‌محور بخشی از جامعه بازیکن را نشان می‌دهند که از جنبه اجتماعی بازی لذت می‌برند و آن را با اشتیاق فراوان دنبال می‌کنند؛ هدف دسته آخر از بازیکنان، دستیابی به منافع شخصی در دنیای بازی به هرطریق است. در بین این بازیکنان بیشتر رفتارهای ضد اجتماعی رخ می‌دهد. این بازیکنان را می‌توان به نوع قاتل بارتل برابر دانست.

در دنیای واقعی، می‌توان گفت تقسیم و تمایز بازیکنان از منظر شاخص‌های متعددی مؤثر هستند. تغییر میزان هزینه‌کردن، پرداخت پول و ... یا این که آیا از آنچه بازیکن‌ها در طول زمان به دست می‌آورند، حس مثبت یا منفی ایجاد می‌شود، تأثیرگذار می‌گردد. بازیکنان سخت و جدی بیشتر درگیر فعالیت‌های رقابتی می‌شوند و تمایل دارند



بازی را به‌عنوان میدان‌های علاقه فردی بدانند. استراتژی‌هایی که به رفتار استراتژیک، به سطح بالای بازدهی الگوبرداری و عملکرد بازی منجر می‌شوند. به گفته استراب، انگیزه‌های بازیکنان، هدف‌ها و ساختار بازی‌های مختلف می‌تواند تفکر چالش‌انگیز یا خلاقانه را تحریک کند. این به‌ویژه در زمانی که بازیکنان در شرایط پیچیده‌ای قرار می‌گیرند که نیازمند خلق استراتژی‌های تازه هستند، پررنگ‌تر می‌شود. بنابراین می‌توان گفت که تنوع انگیزه‌ها در بازیکنان باعث ایجاد علاقه آن‌ها به فعالیت‌های ماجر اجویانه می‌شود.

از آنجا که یک مجموعه پیچیده‌ای از عوامل (اجتماعی، فردی) وجود دارد که بازیکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهند، بنابراین در بسیاری از موارد نمی‌توان انگیزه‌های بازیکنان به صورت ساده و مجزا در نظر گرفت. در این زمینه، استفاده از مدل‌های ترکیبی و چندبعدی برای تحلیل انگیزه‌های بازیکنان و رفتار آن‌ها مناسب‌تر خواهد بود.

از نظر دیگر محققان، بازی نه تنها به‌عنوان یک فعالیت تفریحی، بلکه به‌عنوان یک ابزار یادگیری و توسعه فردی نیز محسوب می‌شود. بازیکنان می‌توانند مهارت‌های مختلفی از جمله تصمیم‌گیری، حل مسئله، همکاری و حتی خلاقیت را در حین بازی توسعه دهند. در نتیجه، می‌توان گفت بازی‌ها نه تنها برای سرگرمی، بلکه برای رشد فردی و اجتماعی نیز دارای اهمیت هستند. در نهایت، دسته‌بندی بازیکنان از منظر انگیزه‌های آن‌ها، نیازمند بررسی دقیق و جامع است. چرا که این انگیزه‌ها هم از درون فرد و هم از محیط اطراف ناشی می‌شوند و به‌طور مداوم در حال تغییرند. برای دستیابی به یک درک بهتر از رفتار بازیکنان، باید ترکیبی از عوامل روانشناختی، اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی در نظر گرفته شود. بنابراین تحلیل چندسطحی از بازیکنان، دیدگاه کامل‌تری از انگیزه‌ها و رفتارهای آن‌ها ارائه می‌دهد. این دیدگاه می‌تواند به طراحان بازی کمک کند تا تجربه‌های جذاب‌تر، معنادارتر و پویاتری برای بازیکنان ایجاد کنند.

بازیکنان در دنیای بازی همواره در معرض تغییرات و چالش‌های گوناگون هستند و انگیزه‌های آن‌ها نیز بسته به شرایط متغیر خواهد بود. بنابراین تحلیل انگیزه‌های بازیکنان باید پویا، چندلایه و مستمر مورد بررسی قرار گرفته‌اند.



دسته‌بندی بازیکنان در این گزارش

بازیکنان بر مبنای شاخص‌های جغرافیایی

بازیکنان بر اساس محل سکونت خود برای مثال شهری، روستایی یا گروه‌های مختلف دسته‌بندی می‌شوند. به نظر می‌رسد بازیکنان می‌توانند به این معنا باشند که فرهنگ بازی بر اساس مبانی جغرافیایی متفاوت است.

بازیکنان بر مبنای شاخص‌های جمعیت شناختی

مصرف کنندگان بر اساس بسیاری از ویژگی‌های توصیفی مانند سن، جنسیت، تحصیلات، وضعیت تأهل و ... طبقه‌بندی می‌شوند.

بازیکنان بر مبنای شاخص‌های رفتاری

بازیکنان بر اساس سبک زندگی، نظریات شخصی، رویداد، وضعیت، منافع و یا الگوهای مورد علاقه و حساسیت‌پذیری می‌شوند.

بازیکنان بر مبنای شاخص‌های مصرفی

بازیکنان بر اساس الگوهای مصرف نظیر شرایط و علایق دسته‌بندی می‌شوند.



تفکیک بازیکنان بر اساس زمان بازی:

بر اساس نتایج آخرین پیمایش ملی مصرف بازیکنان در ایران، ۳۴ میلیون بازیکن^۱ شناسایی شدند که در این گزارش بر اساس شاخص زمان بازی بازیکنان، در سه دسته تقسیم‌بندی شدند. این شاخص‌ها الزامی و در مورد افراد گروه‌بندی شده، به طور مستقیم با معیارهایی نظیر، غوطه‌وری و درگیری در هنگام بازی در ارتباط است.



بازیکنان مصمم / پایدار

دسته دوم بازیکنان، بازیکنانی هستند که **۱۵ تا ۲۱ ساعت در هفته** صرف تجربه بازی‌های ویدئویی می‌کنند. این دسته از بازیکنان گروه‌هایی را تشکیل می‌دهند که بازی برایشان مهم است و به‌طور آگاهانه برای آن زمان آزاد می‌کنند. **این افراد به دنبال تجربه‌های بلندمدت بوده و به دنبال پیشرفت در بازی هستند.**



بازیکنان علاقه‌مند / تفننی

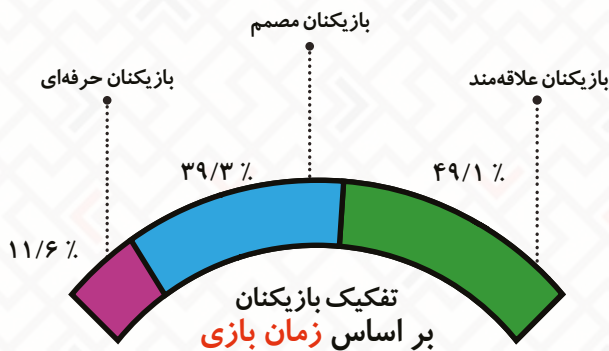
این بازیکنان **۵ تا ۱۰ ساعت در هفته** را صرف تجربه بازی‌های ویدئویی می‌کنند. آن‌ها به بازی به عنوان یک فعالیت تفریحی نگاه می‌کنند و از نظر شخصی در یک محیط سرگرم‌کننده در هنگام اوقات فراغت، حضور دارند. این گروه‌ها علاقه‌مند به بازی‌های ساده و سرگرم‌کننده هستند و بیشتر تمایل دارند با استفاده از دستگاه‌های مختلف از جمله تلفن همراه، تجربه‌های متفاوتی را امتحان کنند. **بازیکنان موبایلی توجه و مهارت بیشتری دارند.**

۱. بازیکن فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با یکی از پلتفرم‌های دیجیتال بازی می‌کند.



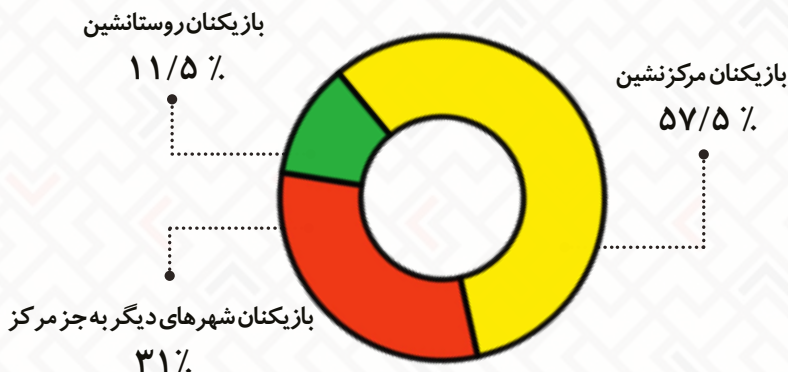
بازیکنان حرفه‌ای / پیشتاز

این دسته از بازیکنان به معنای واقعی به شدت درگیر بازی‌های ویدئویی هستند و در شاخص‌هایی نظیر هزینه کرد، میزان بازی آنلاین و میزان ساعتی که در روز صرف بازی می‌کنند در جایگاه نخست قرار دارند. آن‌ها بیش از ۲۱ ساعت در هر روز صرف بازی می‌کنند. برای این گروه بازی کردن یک علاقه است و زمان زیادی را نه تنها صرف بازی‌های ویدئویی می‌کنند، بلکه به تماشای بازیکنان دیگر (مخصوصاً در جریان زنده بازی‌ها) می‌پردازند. این دسته از بازیکنان ارتباط نزدیکی با صنعت بازی‌های ویدئویی دارند. در رویدادها شرکت می‌کنند، عناوین جدید را پیش خرید می‌کنند و بخشی از فرهنگ بازی‌های ویدئویی هستند.



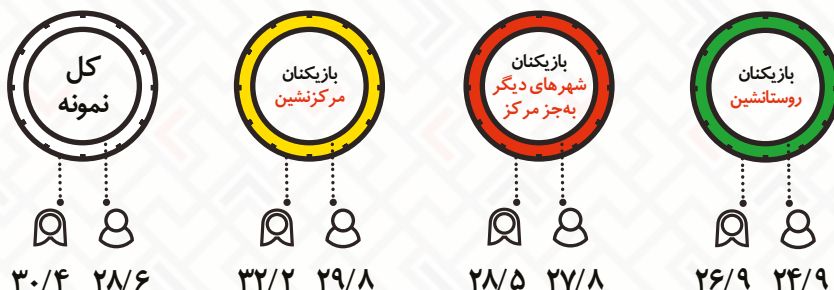
همان‌گونه که در نمودار بالا قابل مشاهده است، بیشترین درصد متعلق به بازیکنان علاقه‌مند است که ۴۹/۱ درصد را به خود اختصاص داده‌اند. کمترین سهم متعلق به بازیکنان حرفه‌ای است که ۱۱/۶ درصد از بازیکنان ایرانی را شامل می‌شوند.

توزیع جغرافیایی بازیکنان (محل سکونت)



نمودار توزیع جغرافیایی بازیکنان نشان می دهد که بازیکنان مرکز نشین بیشترین فراوانی جغرافیایی را به خود اختصاص داده اند و کمترین تعداد بازیکنان مربوط به مناطق روستانشین بوده است که در مجموع به دلیل جمعیت کمتر این مناطق امری بدیهی به نظر می رسد.

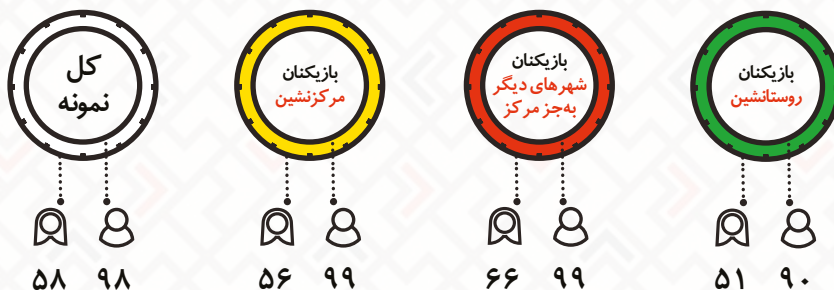
میانگین سنی بازیکنان به تفکیک جنسیت



تصویر فوق توزیع جنسیت بازیکنان را به نسبت نوع منطقه زندگی نشان می دهد که بر اساس آن میانگین سنی در زنان مناطق روستایی و مرکز نشین بیشتر از مردان است. در بین بازیکنان شهرهای دیگر به جز مرکز اما تفاوت زیادی در توزیع جنسیت دیده نمی شود.



میانگین زمان بازی روزانه به تفکیک جنسیت و نوع محل زندگی



بررسی میانگین زمان بازی روزانه به تفکیک محل سکونت نشان می‌دهد که مردان در مجموع بیش از زنان بازی می‌کنند و این میزان در مناطق روستایی کمتر از سایر نقاط است. در خصوص زنان نیز میانگین بازی روزانه در مناطق روستائین کمتر از سایر مناطق است. در مناطق روستایی و مرکز نشین تفاوت بین زنان و مردان به گونه‌ای است که مردان حدوداً ۱/۵ برابر زنان در روز مشغول بازی هستند.

نسبت بازیکنان بر خط^۱ به تفکیک نوع محل زندگی



نسبت بازی بر خط^۱ به تفکیک نوع محل زندگی نیز یکی دیگر از شاخص‌های مورد بررسی در این گزارش است که بر اساس آن بازیکنان مرکز نشین بیشترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند. مناطق روستائین کمترین میزان بازی بر خط را داشته‌اند. یکی از دلایل این موضوع می‌تواند به میزان دسترسی به اینترنت در این مناطق مرتبط باشد.

۱. بازیکنانی که با هدف بازی با پلتفرم‌ها به اینترنت متصل می‌شوند.

نسبت بازیکنان روزانه^۱ به تفکیک نوع محل زندگی



یکی از نکات قابل توجه در بررسی بازیکنان، نسبت بازی روزانه است که بر اساس آن بازیکنان شهرهای دیگر به جز مرکز بیشترین میزان بازی روزانه را اعلام داشته اند. این درحالی است که در بین بازیکنان روستایی ۴۸/۶ درصد به صورت روزانه بازی می کنند.

وضعیت تقسیم بندی بازیکنان به تفکیک نوع محل زندگی



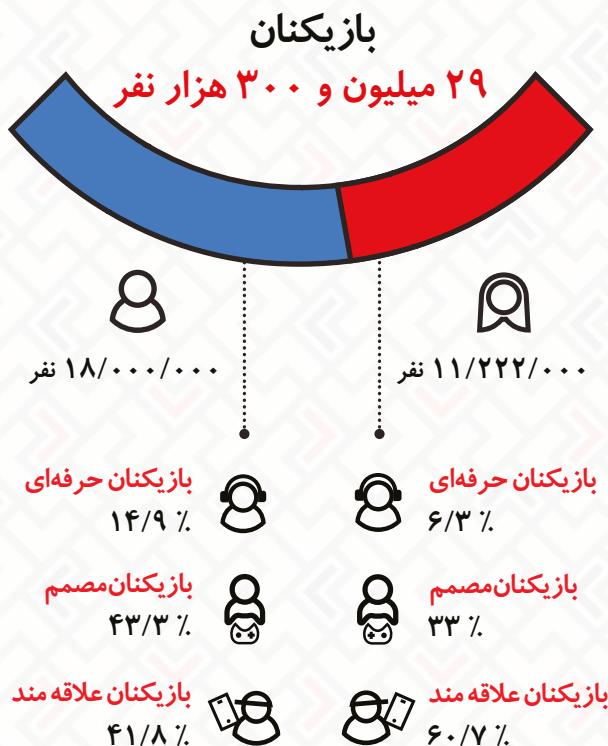
بررسی تفکیک بازیکنان در مناطق جغرافیایی نشان می دهد که بیشترین نسبت بازیکنان حرفه ای مربوط به مناطق مرکز نشین است. بیشترین نسبت بازیکنان علاقه مند مربوط به مناطق روستانشین است.

۱. بازیکنی که هر روز حداقل با یکی از پلتفرم های بازی دیجیتال وقت صرف می کند.



توزیع جنسیت در کل بازیکنان مورد مطالعه

نتایج پژوهش انجام‌شده نشان می‌دهد که بازیکنان مرد جمعیتی بالغ بر ۱۸ میلیون نفر و بازیکنان زن جمعیتی برابر با ۱۱ میلیون و ۲۲۲ هزار را به خود اختصاص داده‌اند. در بین زنان ۶۰/۷ درصد در زمره بازیکنان علاقه‌مند، ۳۳ درصد در زمره بازیکنان مصمم و ۶/۳ درصد جز بازیکنان حرفه‌ای هستند. در بین مردان نیز بیشترین میزان فراوانی بازیکنان مربوط به بازیکنان مصمم بوده است. این امر تا حد زیادی نشان می‌دهد که بازی برای مردان جدی‌تر از زنان است.





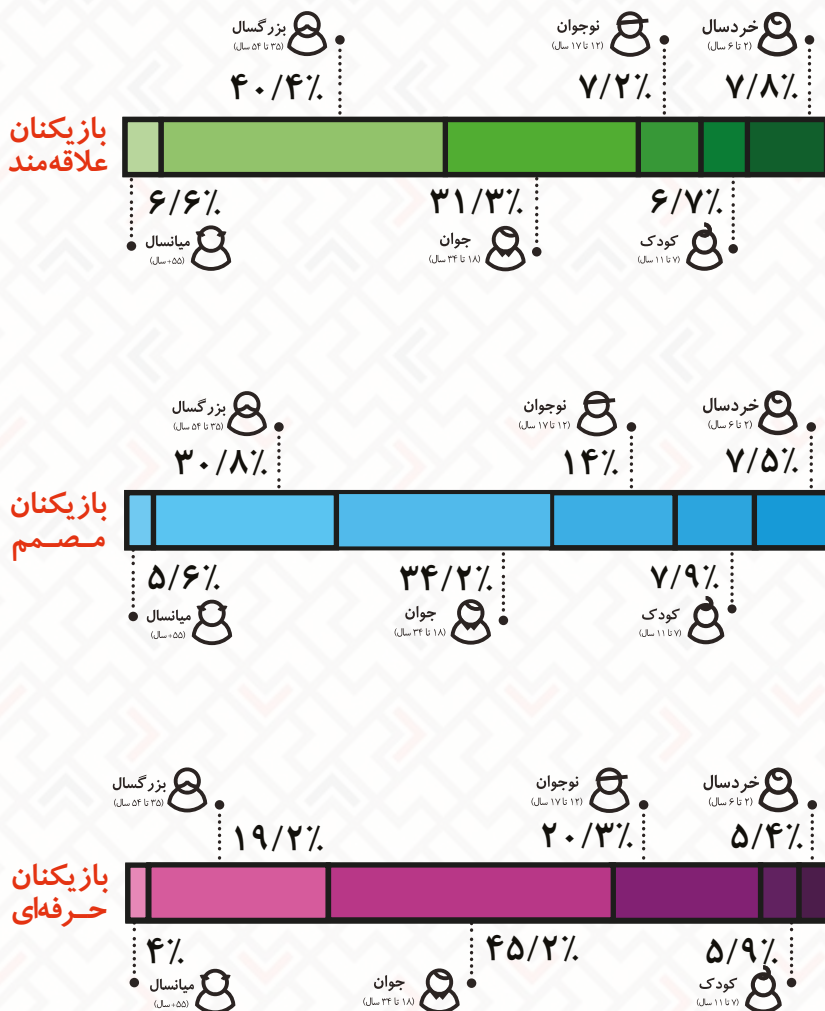
بررسی میانگین سنی بازیکنان در سالهای اخیر نشان از افزایش این شاخص در بین بازیکنان ایرانی دارد تا جایی که این عدد از سن ۱۶ در سال ۱۳۸۹ به سن ۲۹ سال در نتایج آخرین پیمایش ۱۴۰۲ افزایش یافته است. بررسی‌ها اما به تفکیک نشان می‌دهد هرچه میزان درگیری و غوطه‌وری در بین بازیکنان افزایش یابد میانگین سنی آن‌ها کاهش یافته است. به گونه‌ای که در بین بازیکنان حرفه‌ای این عدد به ۲۵ رسیده است که نشان از فراغت و صرف زمان بیشتر در حوزه بازی دیجیتال است. علاوه بر این در بین بازیکنان علاقه‌مند و تفریحی نیز با بیشترین میانگین سنی مواجه بوده‌ایم که نشان از استقبال از بازی‌ها به عنوان یک سرگرمی در بین گروه‌های سنی بالاتر دارد.





تفکیک بازیکنان - بر مبنای شاخص‌های جمعیت‌شناختی

دسته‌بندی بازیکنان به تفکیک گروه‌های سنی^۱



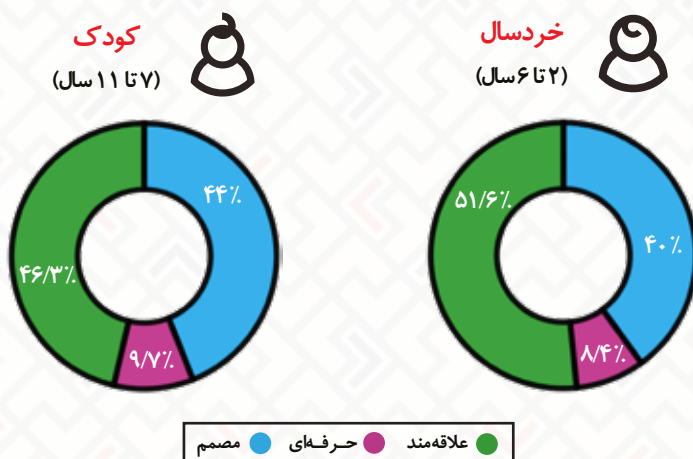
۱. در این گزارش تفکیک گروه‌های سنی به شرح زیر بوده است: (خردسال: ۲ تا ۶ سال) (کودک: ۷ تا ۱۱ سال) (نوجوان: ۱۲ تا ۱۷ سال)
(جوان: ۱۸ تا ۳۳ سال) (بزرگسال: ۳۴ تا ۵۴ سال) (میانسال: ۵۵ + سال)



بررسی گروه‌های سنی در سه دسته بازیکنان نشان می‌دهد ۴۷ درصد بازیکنان علاقه‌مند بزرگسال و میانسال هستند. این میزان بین بازیکنان مصمم ۳۶/۴ درصد و بین بازیکنان حرفه‌ای ۲۳/۲ درصد است.

بیشترین میزان بازیکنان حرفه‌ای در گروه سنی نوجوان و جوان هستند. در بین کودک و خردسال نیز بیشترین درصد آنها مربوط به گروه بازیکنان مصمم است.

توزیع بازیکنان در گروه‌های سنی

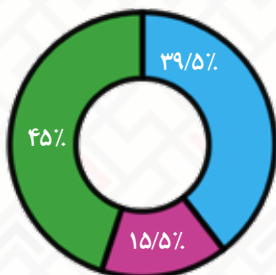




تفکیک بازیکنان - بر مبنای شاخص‌های جمعیت‌شناختی

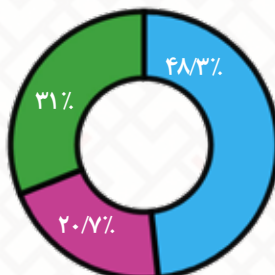
جوان

(۱۸ تا ۳۴ سال)



نوجوان

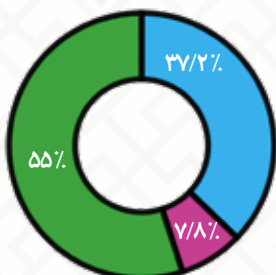
(۱۲ تا ۱۷ سال)



علاقه‌مند ● حرفه‌ای ● مصمم

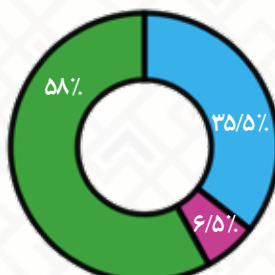
میانسال

(۳۵ تا ۵۴ سال)



بزرگسالان

(۵۴ تا ۷۴ سال)



علاقه‌مند ● حرفه‌ای ● مصمم

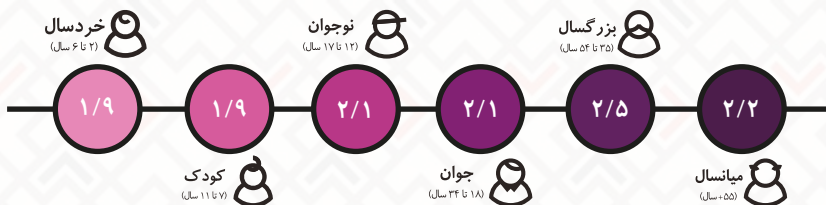


تفکیک گروه‌های سنی بر مبنای جنسیت



بررسی گروه‌های سنی در بین بازیکنان مرد و زن نشان می‌دهد که نسبت بازیکنان بزرگسال و میانسال بین زنان بیش از مردها است. گروه سنی نوجوان و جوان نیز بین مردها بیش از زنان است و این نشان‌دهنده علاقه‌مندی این گروه سنی به بازی‌های ویدئویی است.

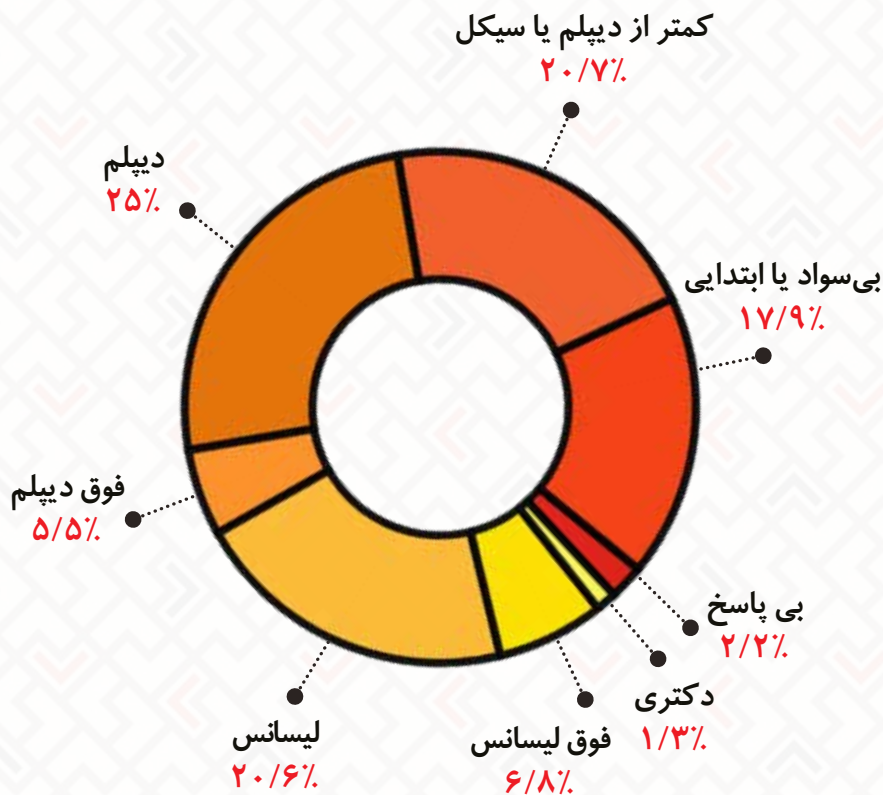
میانگین تعداد بازیکنان خانوار به تفکیک رده سنی



تصویر فوق، میانگین تعداد بازیکنان خانوار را به تفکیک رده سنی نشان می‌دهد. بیشترین میزان تعداد بازیکن مربوط به رده سنی بزرگسال است و در مجموع می‌توان گفت با افزایش سن، تعداد افرادی که به عنوان بازیکن در یک خانوار شناسایی شده‌اند افزایش می‌یابد.



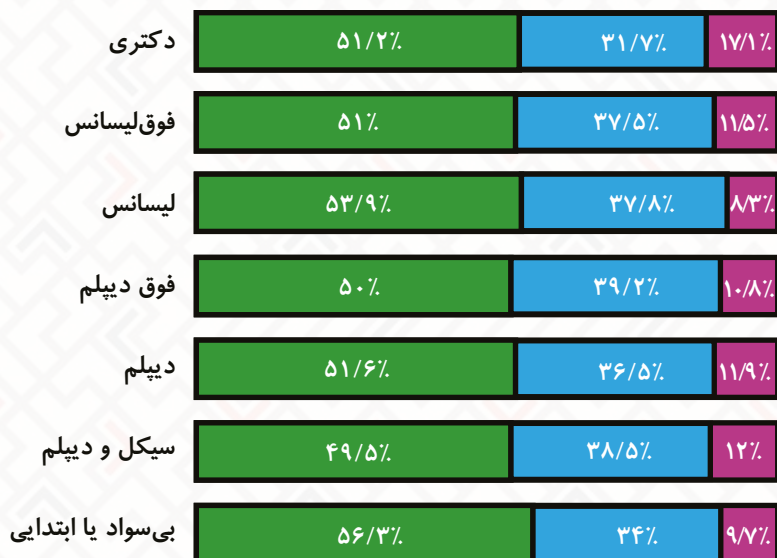
میزان تحصیلات در کل بازیکنان مورد مطالعه



بررسی میزان تحصیلات بازیکنان در این مطالعه نشان می‌دهد که ۶۳/۶ درصد بازیکنان تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم دارند. باتوجه به اینکه ۲۵/۹ درصد نمونه در این طرح خردسال، کودک و نوجوان بوده اند این موضوع قابل قبول است. ۳۴/۲ درصد بازیکنان نیز دارای تحصیلات دانشگاهی هستند.



میزان تحصیلات بازیکنان بالای ۱۸ سال بر مبنای مقطع تحصیلی



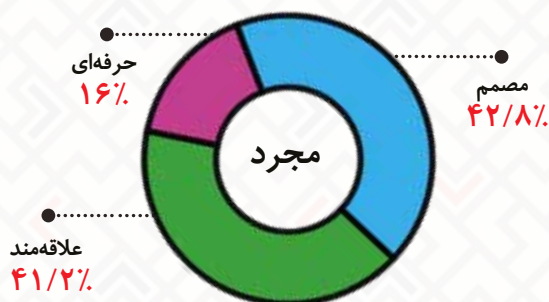
علاقه‌مند حرفه‌ای مصمم

بررسی میزان تحصیلات بازیکنان در سه دسته مورد بررسی در این مطالعه نشان می‌دهد که در بین افراد فوق دیپلم و لیسانس بازیکنان حرفه‌ای بیشتری نسبت به سایر گروه‌ها قرار گرفته‌اند که یکی از دلایل این موضوع فراغت بیشتر برای درگیر شدن در فضای بازی در بین این گروه است. در بین افراد با تحصیلات دکتري، فراوانی حرفه‌ای‌ها بیش از سایر مقاطع تحصیلی است. همچنین در بین افراد بالای ۱۸ سال که بی‌سواد بوده‌اند یا تحصیلات ابتدایی دارند، بازیکنان حرفه‌ای کمتری به چشم می‌خورد. در افراد بی‌سواد نیز بیشترین میزان فراوانی بازیکنان مربوط به علاقه‌مندان و بازیکنان تفریحی است.



وضعیت تاهل در بازیکنان ۱۸ سال به بالا به تفکیک دسته‌های بازیکنان

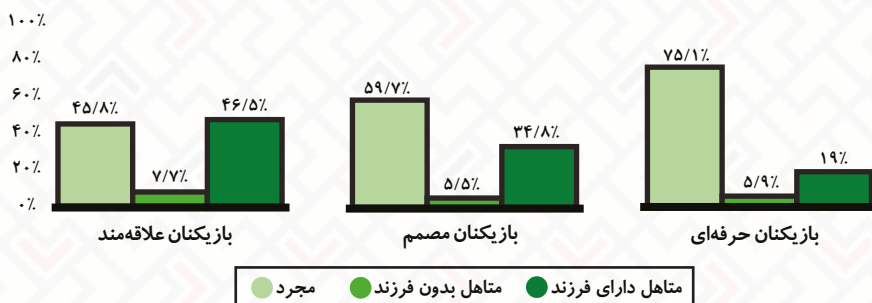
وضعیت تاهل نیز می‌تواند یکی از متغیرهای اثرگذار بر الگوی مصرف بازیکنان باشد که نتایج این پژوهش نشان داده است که در بین بازیکنان مجرد نسبت بازیکنان حرفه‌ای بیش از بازیکنان متاهل است. در بین بازیکنان متاهل اما بازیکنان علاقه‌مند بیشترین نسبت را به خود اختصاص داده‌اند.





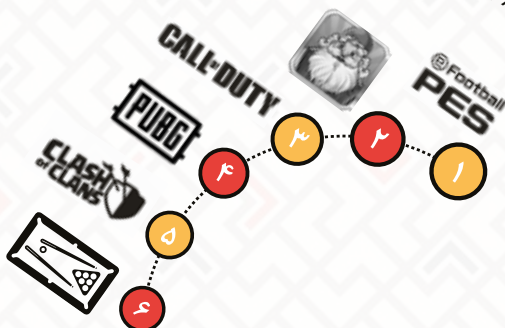
وضعیت تاهل در بازیکنان ۱۸ سال به بالا

نتایج این پژوهش نشان داده است که در دو گروه افراد مجرد و متاهلان دارای فرزند، الگوی بازی متفاوت است به گونه‌ای که در بین بازیکنان حرفه‌ای بالغ بر ۷۵ درصد اعلام داشته‌اند که مجرد هستند و در بین گروه بازیکنان علاقه‌مند، بیشترین فراوانی مربوط به افراد متاهل دارای فرزند بوده که نشان از همراهی والدین با فرزندان در بازی کردن است.



بازی‌های مورد علاقه بازیکنان حرفه‌ای متاهل دارای فرزند

نکته قابل توجه در بررسی بازیکنان حرفه‌ای متاهل دارای فرزند این است که بازی‌های مورد علاقه این بازیکنان غالباً بازی‌های ورزشی و فکری و استراتژیک است و در بین هفت بازی مورد علاقه این گروه تنها بازی کال آودیوتی در زمره بازی‌های تیراندازی اول شخص قرار می‌گیرد. این نشان می‌دهد در بستر خانواده‌های دارای فرزند، بازی‌های مورد علاقه فوتبال و بازی آمیرزاه هستند.





وضعیت بازی روزانه به تفکیک بازیکنان

شاخص بازی روزانه نیز یکی از معیارهای مهم در دسته‌بندی بازیکنان است و نشان‌دهنده الگوهای متفاوت مصرف بازی است. نتایج پژوهش نشان داد که تنها ۵/۴ درصد از بازیکنان حرفه‌ای به صورت روزانه بازی نمی‌کنند و در بین بازیکنان مصمم و علاقه‌مند به ترتیب ۳۰ و ۷۷ درصد در بین بازیکنان روزانه قرار نمی‌گیرند. به تعبیر دیگر می‌توان گفت بازیکنان حرفه‌ای در زمره کسانی هستند که هر روز بازی می‌کنند.



۹۴/۶٪

بازیکنان حرفه‌ای



۶۹/۹٪

بازیکنان مصمم



۲۳/۱٪

بازیکنان علاقه‌مند

میانگین زمان بازی روزانه (دقیقه)

بررسی میانگین زمان بازی روزانه نشان می‌دهد که بازیکنان حرفه‌ای با میانگین ۳۴۰ دقیقه در روز بیشترین میزان فعالیت را دارند و کمترین میزان فعالیت روزانه نیز مربوط به گروه بازیکنان علاقه‌مند و تفریحی است.



۳۴۰
دقیقه

بازیکنان حرفه‌ای



۱۸۵
دقیقه

بازیکنان مصمم



۲۰
دقیقه

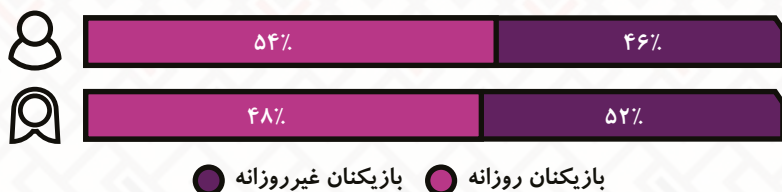
بازیکنان علاقه‌مند



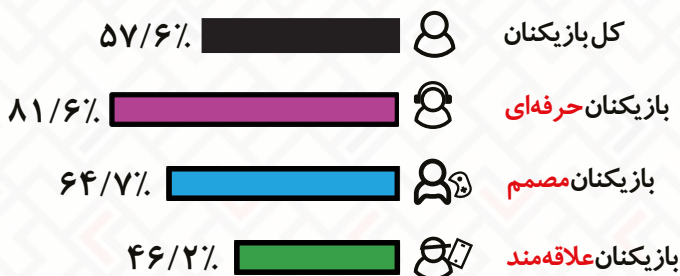


نسبت بازی روزانه بر مبنای تفکیک جنسیت

همان‌طور که پیش از این نیز ذکر شد، مردان در مجموع زمان بیشتری را به بازی اختصاص می‌دهند. نمودار زیر همچنین نشان می‌دهد که نسبت بازی در مردان بیش از زنان است و ۵۴ درصد مردان در مقابل ۴۸ درصد زنان به صورت روزانه مشغول بازی هستند.



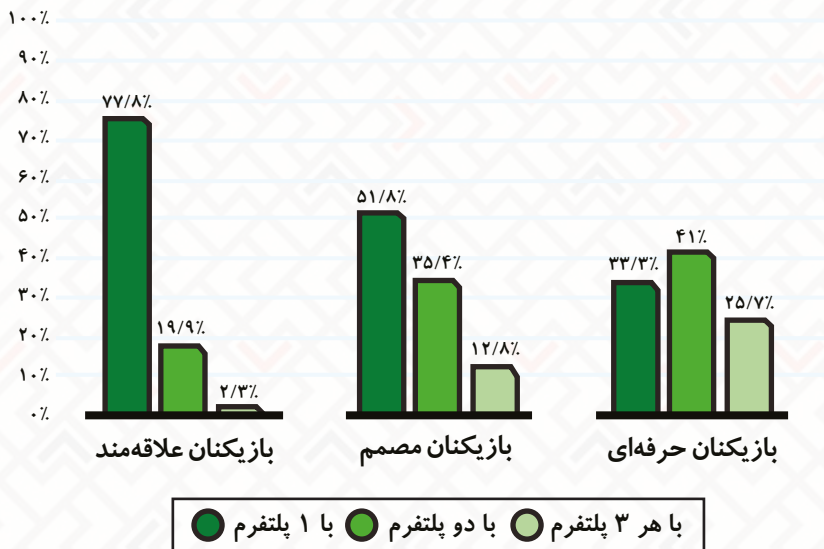
نسبت بازی بر خط به تفکیک دسته‌های بازیکنان



یکی دیگر از شاخص‌های تاثیرگذار بر شکل‌گیری الگوهای متفاوت بازیکنان، نسبت بازی بر خط است که از معیارهای مهم در ارزیابی مصرف بازی است. نتایج این پیمایش نشان داد بالغ بر ۸۲ درصد از بازیکنان حرفه‌ای به صورت بر خط بازی می‌کنند که این شاخص در کل بازیکنان برابر با ۵۸ درصد و در بین بازیکنان علاقه‌مند کمتر از این میزان و برابر با ۴۶ درصد است.



دسته‌بندی بازیکنان بر مبنای تعداد پلتفرم‌های مورد استفاده

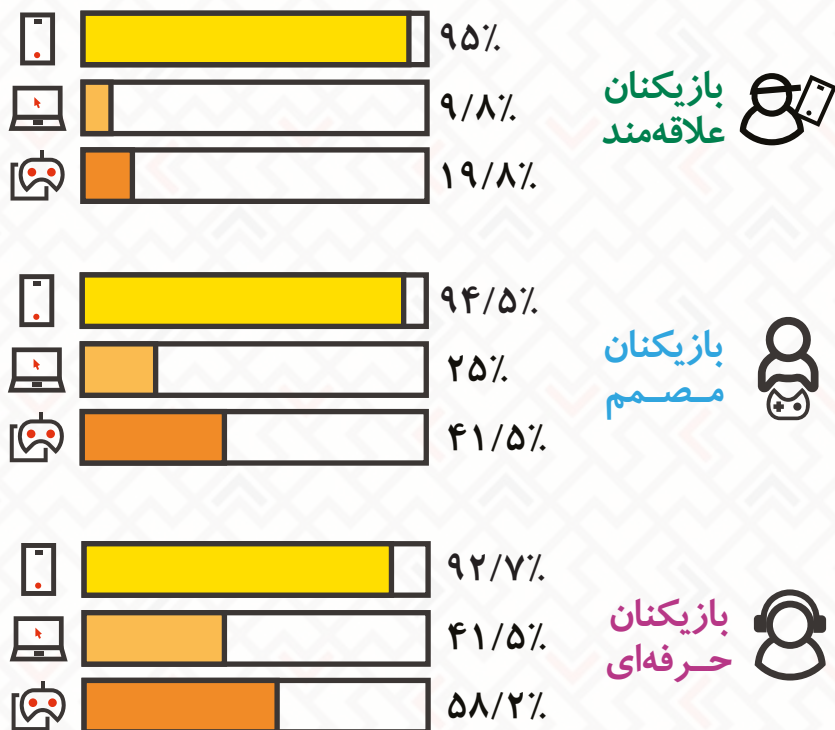


وضعیت تعداد پلتفرم‌های بازی نشان می‌دهد که در بین بازیکنان علاقه‌مند بیش از ۷۷/۸ درصد بازیکنان تنها از یک پلتفرم برای بازی استفاده می‌کنند، در حالی که این نسبت در بین بازیکنان حرفه‌ای پایین‌تر از ۳۵ درصد است و بیشترین میزان فعالیت در دو و سه پلتفرم مربوط به بازیکنان حرفه‌ای بوده است.





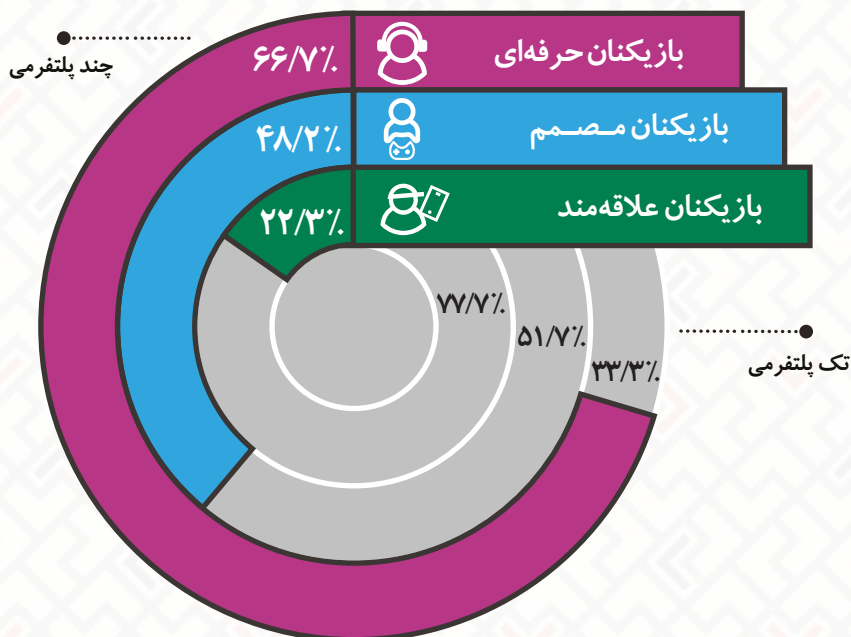
دسته‌بندی بازیکنان بر مبنای نوع پلتفرم‌های بازی



بررسی نوع پلتفرم‌های بازی نیز در بین بازیکنان نشان می‌دهد که بیشترین میزان استفاده از دو پلتفرم رایانه و کنسول مربوط به بازیکنان حرفه‌ای است، در حالی که میزان استفاده از پلتفرم موبایل در بین کاربران علاقه‌مند و مصمم بیش از بازیکنان حرفه‌ای است. در حقیقت بازیکنان حرفه‌ای از صرف بازیکن موبایلی بودن فاصله می‌گیرند.



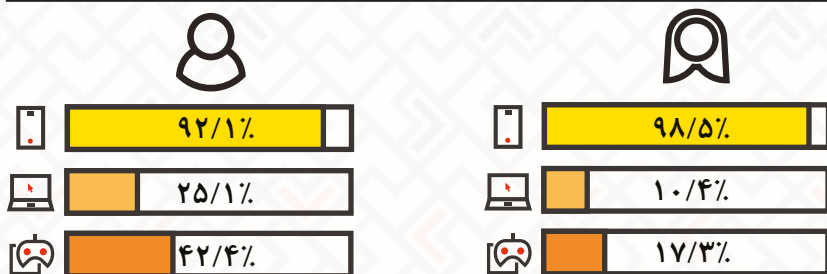
بازیکنان به تفکیک چند پلتفرمی بودن



همان‌گونه که در نمودار فوق قابل مشاهده است، بیشترین نسبت استفاده از چند پلتفرم مربوط به بازیکنان حرفه‌ای و کمترین میزان مربوط به بازیکنان علاقه‌مند است. در بین این گروه تنها ۲۲/۳ درصد از بازیکنان از چند پلتفرم استفاده می‌کنند و بالغ بر ۷۷/۷ درصد از بازیکنان این دسته تنها با یک پلتفرم بازی می‌کنند. در بین بازیکنان مصمم نیز بیش از نیمی از بازیکنان تنها بر روی یک پلتفرم بازی می‌کنند.

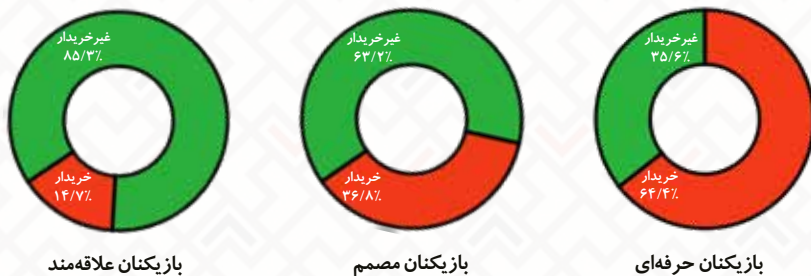


توزیع پلتفرم به تفکیک جنسیت



بررسی استفاده از پلتفرم‌ها در میان مردان و زنان نشان می‌دهد که پلتفرم مورد علاقه برای زنان و مردان بازیکن موبایل است و میزان استفاده از سایر پلتفرم‌ها در میان مردان بیش از زنان است تا جایی که کنسول و رایانه به ترتیب دو و سه برابر بیشتر در میان مردان مورد استفاده قرار گرفته است.

وضعیت هزینه کرد به تفکیک نوع بازیکنان



در بررسی انجام گرفته در خصوص وضعیت هزینه کنندگان (سخت‌افزار / نرم‌افزار) مشخص شد که بیشترین نسبت خریدار بودن^۱ مربوط به بازیکنان حرفه‌ای و در مرتبه بعد مربوط به بازیکنان مصمم بوده است. در بین بازیکنان علاقه‌مند نیز تنها ۱۴/۷ درصد عنوان کرده‌اند که برای مصرف بازی‌ها هزینه کرده‌اند.

۱. در این گزارش بازیکن خریدار، فردی است که در هر بخش یا پلتفرمی و به هر شکلی برای بازی کردن پول خرج می‌کند.



سبک‌های مورد علاقه بازی به تفکیک جنسیت



سبک‌های مورد علاقه

بازیکنان مرد



سبک‌های مورد علاقه

بازیکنان زن



بررسی سبک‌های مورد علاقه در بین زنان و مردان نشان می‌دهد، اولین علاقه‌مندی بازیکنان مرد به بازی‌های ورزشی است در حالی که اولین سبک مورد علاقه زنان بازی‌های معمایی و فکری است.





شخصیت‌های مورد علاقه بازیکنان به تفکیک جنسیت



شخصیت‌های مورد علاقه زنان



شخصیت‌های مورد علاقه مردان





سبک مورد علاقه بازی‌ها به تفکیک دسته‌های بازیکنان



بازیکنان حرفه‌ای



بازیکنان مصمم



بازیکنان علاقه‌مند



اکشن



ماجراجویی



استراتژیک



ورزشی



اکشن



استراتژیک



ورزشی



پازل



سندباکس
(ساخت و ساز)



اکشن



استراتژیک



ورزشی



پازل



سندباکس
(ساخت و ساز)



کارتی



شخصیت‌های مورد علاقه به تفکیک دسته‌های بازیکنان



بازیکنان حرفه‌ای



بازیکنان مصمم



بازیکنان علاقه‌مند



۱. کریستین رونالدو



۲. کوست



۴. مرد عنکبوتی



۳. آرتور مورگان



۶. گادآف وار



۵. لیونل مسی



۸. جسی جی



۷. کریتوس



۹. نیمار



۱۰. آرتی



۱. کریستین رونالدو



۲. لیونل مسی



۳. آرتور مورگان



۵. مرد عنکبوتی



۷. فوتبال



۹. گریه سخنگو



۱۰. آنجلا



۱. کریستین رونالدو



۲. لیونل مسی



۳. مرد عنکبوتی



۵. کوست



۷. فوتبال



۹. سوپنیک



۱۰. گادآف وار

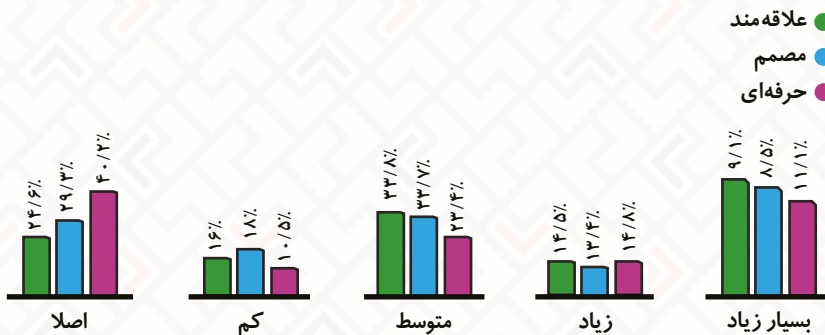


میزان آشنایی با نظام رده‌بندی سنی (اسرا ESRA)



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در شناسایی نوع الگوی مصرف بازیکنان، میزان آشنایی آن‌ها با نظام ملی رده‌بندی سنی اسرا (ESRA) است که بررسی این شاخص نشان می‌دهد که بیشترین میزان آشنایی مربوط به بازیکنان حرفه‌ای و کمترین میزان مربوط به بازیکنان علاقه‌مند بوده است.

میزان توجه به نظام رده‌بندی سنی (اسرا ESRA)



بررسی میزان توجه بازیکنان به نظام اسرا نیز نشان می‌دهد ۲۸/۳ درصد بازیکنان اصلاً به این نظام رده‌بندی توجه نمی‌کنند و در مقابل ۲۳/۲ درصد به میزان زیاد یا خیلی زیاد به نظام رده‌بندی اسرا توجه می‌کنند. میزان توجه به این رده‌بندی بین بازیکنان حرفه‌ای ۲۵/۹ درصد بیش از سایر بازیکنان است.



بمطور کلی طبقه بندی های متفاوتی از انواع بازیکنان در حوزه مطالعات بازی قابل شناسایی است، اما باید توجه داشت پژوهشگران یک گونه شناسی کامل از بازیکنان ارائه نمی دهند یا روشی را برای تقسیم بندی صریح بازیکنان پیشنهاد نمی کنند؛ آن ها بسیاری از ویژگی های مرتبط با نحوه بازی کردن را شناسایی کرده اند که به عنوان شاخص های خوبی برای ترجیحات و جهت گیری های بازیکنان عمل می کنند.

در این گزارش نیز بازیکن به عنوان فردی در نظر گرفته شده که حداقل یک ساعت در هفته بایکی از پلتفرم های دیجیتال بازی می کند. با در نظر گرفتن متغیر غوطه وری / درگیری که با میزان ساعت بازی کردن سنجیده شده است سه دسته از بازیکنان شناسایی شده اند که شامل بازیکنان علاقه مند، بازیکنان مصمم و بازیکنان حرفه ای بوده است. نتایج این پژوهش نشان می دهد که مردان در مجموع بیش از زنان بازی می کنند و این میزان در مناطق شهری به جز مراکز استان ها بیشتر از سایر نقاط است، در مناطق روستایی این تفاوت بین زنان و مردان به گونه ای است که مردان بالغ بر دو برابر زنان در روز مشغول بازی هستند.

بررسی تفکیک بازیکنان در مناطق جغرافیایی نیز نشان می دهد که بیشترین نسبت بازیکنان حرفه ای مربوط به شهرهای دیگر به جز مراکز استان ها است و بیشترین نسبت بازیکنان علاقه مند و مصمم مربوط به بازیکنان مناطق روستایی بوده است که همین موضوع نشان دهنده گسترده دگی علاقه به این نوع مصرف فرهنگی است. نتایج این پیمایش نشان می دهد که زنان بیشتر در زمره بازیکنان مصمم هستند و بازی های کژوال را می پسندند. میانگین سنی بازیکنان در سال های اخیر نیز نشان از افزایش این شاخص در بین بازیکنان ایرانی دارد تا جایی که این عدد از سن ۱۶ در سال ۱۳۸۹ به سن ۲۳ در نتایج آخرین پیمایش ۱۴۰۰ افزایش یافته است. بررسی ها نشان می دهد هر چه میزان درگیری و غوطه وری در بین بازیکنان افزایش می یابد میانگین سنی آن ها کاهش یافته است، به گونه ای که در بین بازیکنان حرفه ای این عدد به ۱۲ رسیده است.



به این معنی که بازی در سنین پایین تر امری جدی و تأثیر گذارتر است. یکی دیگر از شاخص‌هایی که تأیید کننده این موضوع است، نسبت بازیکن حرفه‌ای در بین گروه سنی جوانان و نوجوانان بوده است که بیشترین میزان را به خود اختصاص داده است.

بررسی شاخص تحصیلات نیز نشان می‌دهد که در بین دانشجویان فوق دیپلم و لیسانس بازیکنان حرفه‌ای بیشتری نسبت به سایر گروه‌ها قرار گرفته‌اند که یکی از دلایل این موضوع فراغت بیشتر برای درگیر شدن در فضای بازی در بین این گروه است. باید توجه داشت یکی از نتایج این پژوهش مبتنی بر این گزاره است که مصرف بازی در سال‌های اخیر تبدیل به یک تفریح یا سرگرمی در خانواده‌ها شده است. به این معنا که با افزایش سن بازیکنان، تعداد افرادی که به عنوان بازیکن در یک خانوار شناسایی شده‌اند افزایش یافته است. به تعبیری می‌توان گفت این موضوع نشان از این است که در خانواده‌ای که والدین و میانسالان بازیکن هستند، فرزندان نیز بازیکن بوده و بازی کردن امری خانوادگی است. میزان استفاده از پلتفرم‌ها نیز نشان از این دارد که بیشترین میزان استفاده از دو پلتفرم رایانه و کنسول مربوط به بازیکنان حرفه‌ای است، در حالی که میزان استفاده از پلتفرم موبایل در بین کاربران علاقه‌مند و مصمم بیش از بازیکنان حرفه‌ای است. در حقیقت بازیکنان حرفه‌ای از صرف بازیکن موبایلی بودن فاصله می‌گیرند. همچنین بررسی وضعیت هزینه کردها نشان می‌دهد که بازیکنان حرفه‌ای در بخش نرم‌افزار در همه پلتفرم‌ها بیش از سایر گروه‌ها هزینه کرده‌اند و بیشترین هزینه کرد در این دسته از بازیکنان مربوط به بازی‌های کنسولی بوده است.

بررسی شاخص‌های مصرفی نیز نشان می‌دهد که اولین علاقه‌مندی بازیکنان مرد به بازی‌های ورزشی است در حالی که اولین سبک مورد علاقه زنان بازی‌های معمایی و فکری است. در بین شخصیت‌های مورد علاقه در زنان و مردان نیز، زنان به علاقه‌مندی خود به شخصیت‌های ایرانی نظیر گل‌مراد و شخصیت‌های بازی آ میرزا اشاره کرده‌اند.





- Bartle, R. "Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDS." 1996. <http://www.mud.co.uk/richard/hcds.htm>.
- Bateman, C., Lowenhaupt, R., & Nacke, L. "Player Typology in Theory and Practice." In Proceedings of DiGRA 2011 Conference: Think Design Play. Hilversum, Netherlands, September 14-17, 2011.
- Ip, B., & Jacobs, G. (2005). "Segmentation of the games market using multivariate analysis." Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing, vol. 13 no. 3 (2005):275-287.
- Stewart, B. "Personality And Play Styles: A Unified Model." In Gamasutra 2011.
- Tseng, F-C. "Segmenting online gamers by motivation." Expert Systems with Applications, vol. 38 (2010): 7693-7697.
- Whang, L. S., & Chang, G. "Lifestyles of Virtual World Residents: Living in the On-Line Game Lineage." In Cyber Psychology & Behavior, vol. 7 no. 5 (2004): 592-600.
- Yee, N. "The Demographics, Motivations and Derived Experiences of Users of Massively Multi-User Online Graphical Environments In PRESENCE: Teleoperators and Virtual Environments, no. 15 (2006): 309-329.
- Yee, N. (2007). "Motivations of Play in Online Games." In Journal of Cyber Psychology and Behavior, no. 9 (2007): 772-775.
- Yee, N., N. Ducheneaut, & L. Nelson. "Online gaming motivations scale: development and validation." In Proceedings of the 2012 ACM annual conference on Human Factors in Computing Systems, Austin, USA, 5-10, May, pp. 2803-2806. ACM 2012.
- Zackariasson, P., N. Wöhlén, & T.L. Wilson. "Virtual Identities and Market Segmentation in Marketing in and Through Massively Multiplayer Online Games (MMOGs)." In Services Marketing Quarterly no. 31 (2010): 275-295.
- Florian Baumann, Dominik Emmert, Hermann Baumgartl, Ricardo Buettner. "Hardcore Gamer Profiling: Results from an unsupervised learning approach to playing behavior on the Steam platform". International Conference on Knowledge Based and Intelligent Information and Engineering Systems, 3-5 September 2018, Belgrade, Serbia.
- www.gamasutra.com



دانش هدایتگر تفاوتهاست

