

پژوهش برای فعالان

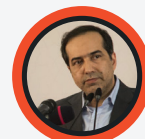
صنایع فرهنگی در کشور نیازمند بازشناسی و بازتعریف مجدد هستند. ایران این ظرفیت را دارد که در آینده‌ای نزدیک صنایع فرهنگی سهم بزرگی در تولید ناخالص داخلی بیاورد. امروز در حوزه‌های گردشگری، تئاتر، موسیقی، صنایع دستی، هنرهای تجسمی، بازی‌های رایانه‌ای و سایر حوزه‌ها می‌توانیم افزون بر بازار داخلی بازار منطقه‌ای را هم تأمین کنیم و این صنایع، متغیر بحرانی اقتصاد ملی یعنی اشتغال را هم چاره ساز باشد.

در این میان، بازی‌های رایانه‌ای یکی از پیشروترین بخش‌های صنایع فرهنگی به شمار می‌آیند زیرا آن قدر جدی و موثر شده‌اند که در حوزه‌های متنوع فرهنگ سازی، جامعه پذیری و آموزش، اهداف بزرگی برای آن‌ها تعریف شده است. بخش مهمی از زندگی فرزندان ما را بازی فراگرفته است؛ فرزندان که در آینده نزدیک سکان کشور را در دست خواهند گرفت.

خوشبختانه، در حوزه مطالعات پژوهشی بازی‌های رایانه‌ای حرکت‌های خوبی توسط بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای شروع شده که به تداوم و قوت بیشتر نیازمند است تا یک کانون پژوهشی در حوزه بازی‌های رایانه‌ای با رویکرد آینده پژوهانه شکل گیرد.

تهیه اطلاعات صحیح و آمارهای دقیق و انتشار آن برای استفاده سیاستگذاران و فعالان این حوزه وظیفه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای است. نتایج پیمایش‌ها می‌تواند به بخش خصوصی کمک کند تا در زمینه سرمایه‌گذاری، دقیق تر برنامه ریزی کند.

با توجه به آموزه‌های اقتصاد مقاومتی سیاست وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تقویت تولیدکنندگان ایرانی و حمایت قانونی و مالی از بازی‌سازان داخلی است. در این راستا نیازمند حمایت دستگاه‌های دیگر برای کمک به حوزه بازی‌های رایانه‌ای به عنوان یکی از جلوه‌های صنایع فرهنگی هستیم.





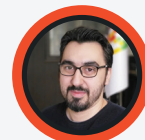
نمای باز ۱۳۹۶

تساخس ترین اطلاعات مصرف بازیهای دیجیتال در ایران

صنعت بازیهای دیجیتال در ایران به تدریج مسیر پیشرفت خود را پیدا کرده است. رویدادهای بزرگی نظیر TGC، TGF، IGL و DGRC در ابعاد مختلف، عرصه وسیعی را برای پیشتازی این صنعت در کشور فراهم آوردهاند. بازیسازان ایرانی در درخشانترین دوره رقابت منطقه‌ای و بین‌المللی خود تا به امروز قرار دارند. ورود و نفوذ به بازارهای بین‌المللی و تثبیت جایگاه خود در بازار اشباع نشده داخلی، موتور محرکه بازیسازان برای ساخت بازی‌هایی با کیفیت بالاتر است. شبکه‌ای از پژوهشگران از رشته‌های مختلف دانشگاهی در جهت توسعه این صنعت در حال شکل‌گیری است. زمینه گسترده‌ای در جهت آموزش بازی‌سازی و انتقال دانش و فناوری روز دنیا به بازیسازان ایرانی تدارک دیده شده است. سرمایه‌گذاران، رفته رفته مجذوب شتاب رشد و پتانسیل‌های کشف نشده این صنعت رسانه‌ای تاثیرگذار می‌شوند. ژورنالیسم بازی با ظهور برندهای جوان و خلاق، مسئولیت خود را در انعکاس پیشرفت‌ها و بازخورد دادن درباره نقایص و کمبودهای اکوسیستم بازی‌های دیجیتال در کشور پذیرفته است. در این شرایط، پیمایش‌های دوره‌ای و منظم، می‌تواند زمینه را برای تعیین وضعیت فعلی مصرف بازی‌های دیجیتال در کشور و همچنین اندازه‌گیری تغییرات روند مصرف فراهم آورد. گزارش پیش رو، چکیده نتایج مهمترین پیمایش سراسری در حوزه مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران است که وضعیت مصرف این بازی‌ها در سال ۱۳۹۶ را بیان می‌کند.

سید محمد علی سید حسینی

مدیر مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (DIREC)



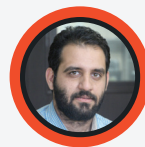
این پژوهش چگونه انجام شده است؟

اطلاعات موجود در گزارش حاضر، با تحلیل داده‌های حاصل از پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال در جمهوری اسلامی ایران با نمونه آماری ۸۰۰۰ نفری به دست آمده است. به منظور اجرای پیمایش، از روش نمونه‌گیری تلفیقی «طبقه‌ای-خوشه‌ای چندمرحله‌ای» استفاده شده که خوشه‌های مرحله اول شامل تمام استان‌های کشور و خوشه‌های مرحله بعد به ترتیب شامل شهرستان و شهر و روستا می‌شوند. همچنین با هدف تسهیل قرائت گزارش، اعداد تا حد امکان بدون اعشار بوده و اصطلاحاً گرد شده‌اند.

گزارش «نمای باز ۱۳۹۶» شاخص‌ترین اطلاعات مصرف بازیکنان ایرانی را تا انتهای سال ۱۳۹۶ گزارش می‌کند. باید توجه داشت که در این گزارش، منظور از «بازیکن دیجیتال» فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی‌های دیجیتال شامل موبایل، رایانه و کنسول بازی کند.

پویان نژادی

سرپرست تجزیه و تحلیل‌های آماری دایرک



چگونه بازی می کنند؟

صفحات ۷ و ۸



در یک نگاه

صفحه ۴



چگونه خرید می کنند؟

صفحات ۹ و ۱۰



چه کسانی بازی می کنند؟

صفحه ۵



ما چه کسانی هستیم؟

صفحه ۱۲



چه بازی هایی می کنند؟

صفحه ۶





در یک نگاه



۹۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

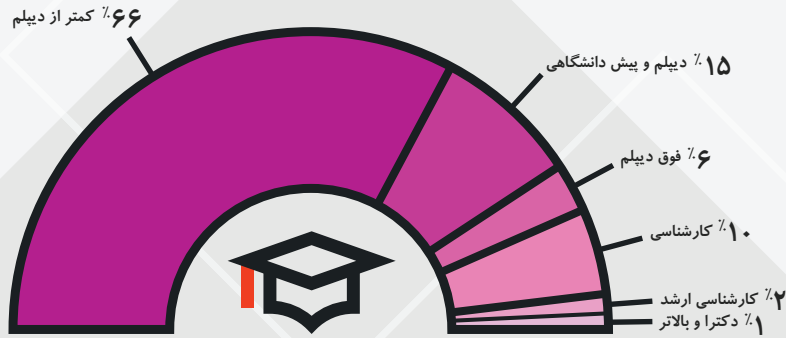
درآمد بازار بازی‌های دیجیتال



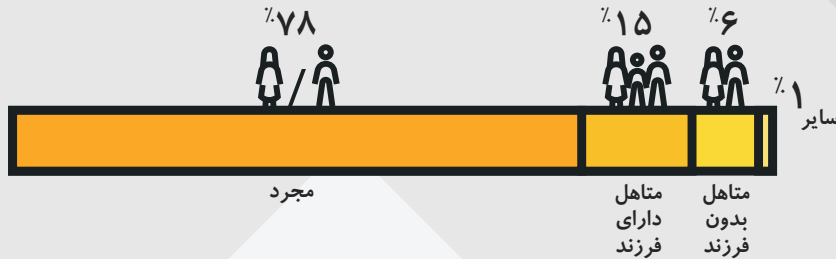


چه کسانی بازی می کنند؟

درصد بازیکنان به تفکیک تحصیلات



وضعیت تاهل بازیکنان



جمعیت ایران:



۸۱ میلیون نفر

از هر ۱۰۰ ایرانی، ۳۵ نفر بازیکن هستند.

از هر ۱۰۰ زن در ایران، ۲۴ نفر، بازیکن هستند.

از هر ۱۰۰ مرد در ایران، ۴۵ نفر، بازیکن هستند.

در هر خانوار ایرانی به طور متوسط ۱ نفر بازی دیجیتال انجام می دهد.

متوسط سن بازیکنان ایرانی ۱۹ سال است.

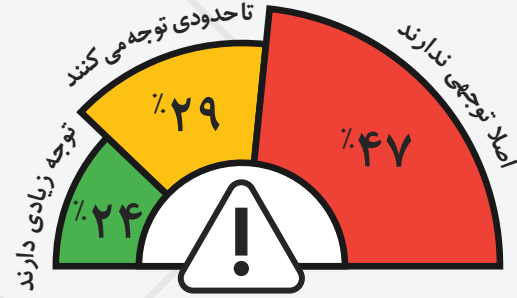
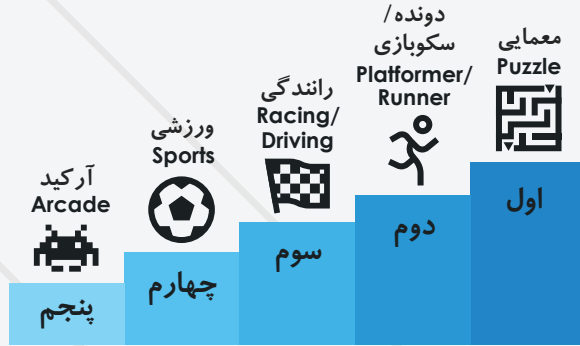
۱. تخمین بر اساس داده های مرکز آمار ایران



چه بازی‌هایی می‌کنند؟

بازیکنان چقدر به رده‌بندی سنی بازی‌ها توجه می‌کنند؟

۵ ژانر پر طرفدار بازی در ایران



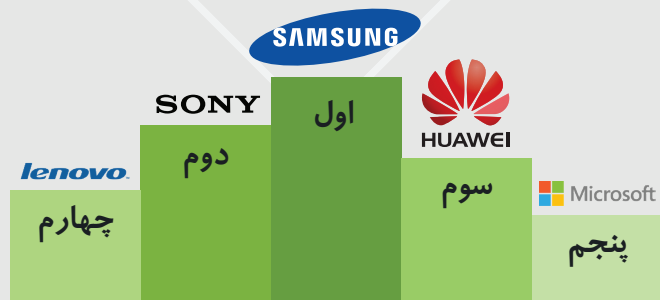
۱۰ بازی پر طرفدار در ایران





چگونه بازی می کنند؟

۵ برند سخت افزاری پرفروش در بین بازیکنان



سرانه مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران،
۳۱ دقیقه در روز به ازای هر ایرانی است.

به طور متوسط بازیکنان ایرانی



۹۰ دقیقه

در روز بازی می کنند.



چگونه بازی می کنند؟

نرخ دسترسی به اینترنت در ایران: ۷۰٪^۱

۸۴٪ از بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و

۴۸٪ از بازیکنان به صورت آنلاین بازی می کنند.

روش های دسترسی به اینترنت در میان بازیکنان



نرخ اشاعه روش های مختلف دسترسی به بازی های دیجیتال^۲



۱. بر اساس Internet World Stats
 ۲. در این ماتریس، روش های گوناگون دسترسی به بازی ها در میان بازیکنان مورد بررسی قرار گرفته است. بر این اساس، منظور از سفارش، روش های جستجو، انتخاب و درخواست بازی است که از این میان می توان به سفارش اینترنتی بازی از فروشگاه های دیجیتال، سایت ها و یا شبکه های اجتماعی و پیام رسان ها و سفارش حضوری بازی از طریق مراجعه به مغازه ها و یا تبادل بازی با دوستان و اطرافیان اشاره نمود. همچنین دریافت بازی از طریق اتصال به اینترنت، دریافت آنلاین و دریافت فایل یا لوح فشرده بازی از مغازه داران، دوستان، اطرافیان و مانند این ها، دریافت حضوری محسوب می شود. اگرچه لازم به تاکید است که این سفارش و دریافت، الزاماً با پرداخت وجه همراه نیست و بازی های رایگان را نیز در برمی گیرد.



چگونه خرید می کنند؟

تولید ناخالص داخلی (GDP): ۴۱۸,۸۸ میلیارد دلار^۱
سرانه تولید ناخالص داخلی (GDP Per Capita): ۵۰۹۰ دلار^۲

۱۸٪ از بازیکنان، خریدار نرم افزار (بازی) هستند^۳ و
متوسط سن خریداران بازی ۱۸ سال است.



خریداران زن



خریداران مرد

از مجموع درآمد بازار بازی‌های دیجیتال در ایران
۶٪ سهم بازی‌های بومی^۴ است.

(این مقدار در سال ۱۳۹۴، ۵٪ بوده است)

از مجموع ۳۹۵,۱ میلیارد تومان سهم نرم‌افزار (بازی) از کل درآمد بازار

۱۴٪ سهم بازی‌های بومی است.

(این مقدار در سال ۱۳۹۴، ۱۱٪ بوده است)

۱ و ۲. بر اساس صندوق بین‌المللی پول (آوریل ۲۰۱۸)

۳. در حال حاضر در ایران قانون کپی‌رایت فقط از تولیدات داخلی حمایت می‌کند و به همین دلیل بازیکنان در مواردی برای دسترسی به بازی، هزینه‌ای نپرداخته و به جای آن از روش‌هایی همچون دانلود رایگان یا تبادل فایل استفاده می‌نمایند. البته در عین حال در مواردی هم هزینه پرداخت شده برای بازی، صرف نسخه کپی می‌شود. بر اساس تعریف دایرک، به آن دسته از بازیکنان که برای دسترسی به بازی هزینه می‌کنند (نسخه اصلی یا کپی) و با داخل بازی، درون پرداخت انجام می‌دهند، «خریدار بازی» گفته می‌شود.

۴. منظور از بازی‌های بومی، بازی‌هایی هستند که یا ایرانی هستند و یا بومی‌سازی شده‌اند.

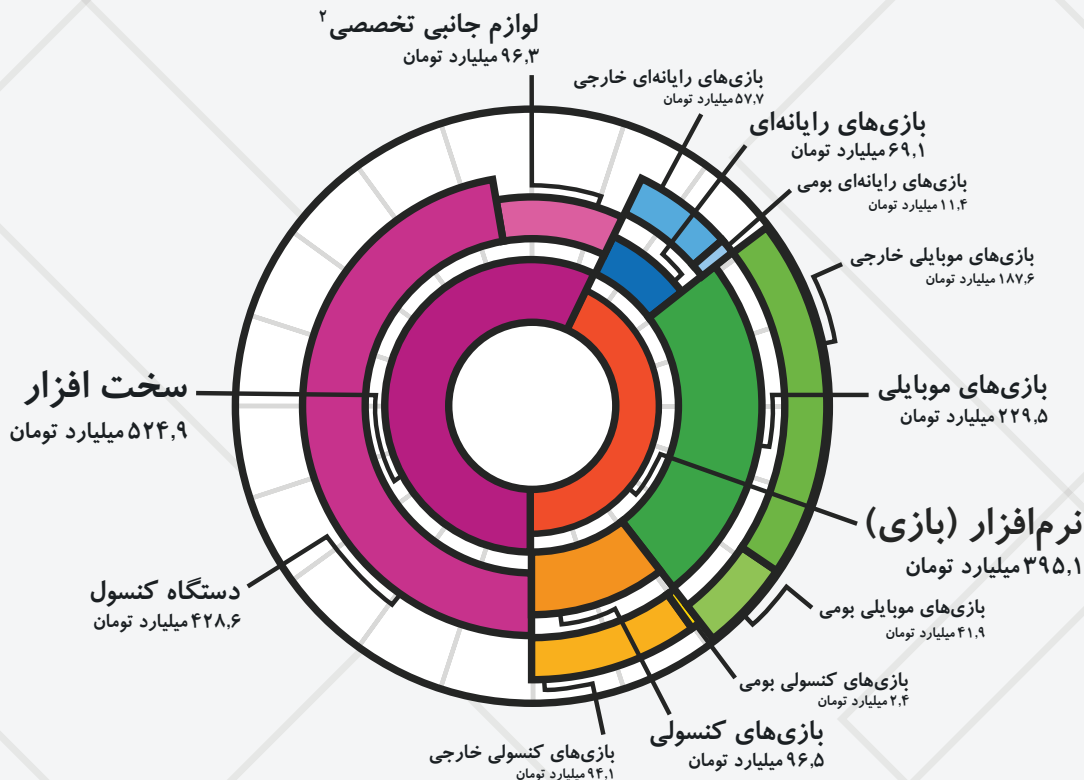


چگونه خرید می کنند؟

تجزیه درآمد بازار بازی های دیجیتال ایران در سال ۱۳۹۶

کل حجم بازار ۹۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

سخت افزار ۱



۱. این عدد شامل درآمدهای ناشی از پرداخت برای خود بازی، کنسول بازی و یا لوازم جانبی تخصصی بازی است.
 ۲. لوازم جانبی تخصصی بازی همچون دسته بازی، هدست، ماوس، کیبورد و یا هر دستگاه جانبی دیگری که با هدف بازی کردن خرید شده باشد.



گزارش «نمای باز ۱۳۹۶»، اولین گزارش از دوره جدید گزارش‌های ملی دایرک است. اگرچه در گزارش‌های تکمیلی «سه‌گانه نمای نزدیک» به تفصیل در مورد روندهای مصرف صحبت خواهیم نمود، سه نکته بر اساس اطلاعات این گزارش قابل ذکر است. اول آنکه دو برابر شدن حجم بازار در سال ۹۶ نسبت به حجم بازار در سال ۹۴، از سویی ناشی از افزایش نرخ تورم و ارز است و اثرپذیری بازار کشور از نوسانات اقتصادی و سیاسی را مشخص می‌کند؛ ولی در عین حال از سوی دیگر توان صنعت در ایجاد رشدهای چشمگیر را به تصویر می‌کشد که با افزایش سهم تولیدات داخلی جذابیت بازار بازی را نمایان نموده است. نکته دوم، ورود موج جدیدی از بازیکنان کودک و نوجوان است که پس از یک سیر صعودی از سال ۱۳۸۹ با میانگین سنی ۱۶ سال تا سال ۱۳۹۴ با میانگین سنی ۲۱ سال، میانگین سنی را با کاهش مواجه کرده است و می‌توان آینده‌ای پرمخاطب‌تر را برای بازی‌های دیجیتال متصور شد.

نکته سوم، اثر قابل توجه پلتفرم کنسول در درآمدهای بازار است که به خصوص با استقبال بازیکنان از آخرین کنسول سونی، یعنی PS4، تغییرات مشخصی هم در درآمدهای نرم‌افزاری و هم در درآمدهای سخت‌افزاری ایجاد کرده است. حداقل مزیت این رخداد، تغییر عادت بازیکنان به خرید بازی‌های اورجینال است که فرصتی برای ورود جدی به پلتفرم کنسول را فراهم می‌آورد. امید است با همت همه‌جانبه بازیگران صنعت، از سیاست‌گذاران و بازی‌سازان تا بازی‌پژوهان و رسانه‌ها، رشد صنعت، دروازه‌های برای حرکت در مسیر اقتصاد دانش‌بنیان باشد.



حامد نصیری
مدیر پژوهش‌های صنعتی دایرک



ما چه کسانی هستیم؟

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای متولی صنعت بازی‌های رایانه‌ای کشور به‌عنوان زیرمجموعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که جهت برنامه‌ریزی و حمایت از مجموعه فعالیت‌های مرتبط با هنر-صنعت بازی‌های رایانه‌ای، تقویت مبانی آموزشی و نظارت بر امور این حوزه تاسیس شده و به فعالیت می‌پردازد. امروزه بازی‌های رایانه‌ای به عنوان محصولاتی هنری و تجاری واجد تاثیرات گسترده فرهنگی و اقتصادی هستند، به این ترتیب توجه به این حوزه و تنظیم مجموعه‌ای از اهداف و وظایف برای دستگاه‌های عالی کشور در این بخش ضروری به نظر می‌رسد. عمده وظایف و اهداف بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در کنار سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کلان را می‌توان در قالب یک تقسیم‌بندی کلی در چهار حوزه‌ی حمایت، آموزش، نظارت و پژوهش شرح داد:

حمایت از صنعت بازی‌سازی کشور

صنعت بازی‌سازی در جهان با شتابی خیره‌کننده در حال پیشرفت است در حالی که فعالان این صنعت در داخل کشور با مشکلات گسترده‌ای مواجه‌اند؛ مشکلاتی که نوباً بودن این صنعت و وجود تحریم‌ها تشدیدشان کرده و وجود یک نهاد حمایتی برای سامان‌دهی این شرایط را الزامی جلوه می‌دهد. حمایت از بازی‌سازان داخلی به شیوه‌های مختلف در بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در جریان است؛ این سازمان تلاش می‌کند با تقویت زیرساخت‌های صنعت گیم و ایجاد فرصت برای نمایش و بررسی محصولات بازی‌سازان ایرانی، فعالان این حوزه را یاری و حمایت کند. بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای از طریق برگزاری رویدادهای گوناگون شرایط یافتن سرمایه‌گذار برای بازی‌های ایرانی را تسهیل می‌کند و امکان آشنایی مهره‌های کلیدی صنعت بازی جهان را با تولیدکنندگان ایرانی ایجاد می‌کند.

آموزش فعالان حوزه بازی‌سازی

با وجود محدودیت‌هایی که بازی‌سازان ایرانی را در تنگنا قرار می‌دهند، کشور ایران دارای تعداد قابل توجهی فعالان بااستعداد در حوزه بازی‌سازی است. بنیاد تلاش می‌کند با گسترش امکانات و آموزشی، دانش این فعالان را افزایش دهد و شرایط شکوفایی استعدادهای فعالان این حوزه را ایجاد کند. برگزاری دوره‌ها، کارگاه‌ها و کلاس‌های آموزشی داخلی، برگزاری نمایشگاه‌های معتبر بین‌المللی، اعزام افراد به دوره‌های آموزشی خارج از کشور، تدوین کتب و جزوات آموزشی از جمله اقداماتی هستند که بنیاد جهت تزریق دانش روز به فعالان این حوزه انجام می‌دهد.

نظارت بر تولید و عرضه

بخشی از وظایف بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای نظارت بر محتوایی است که در صنعت بازی‌های رایانه‌ای کشور تولید یا عرضه می‌شوند. این سازمان از طریق نظارت دقیق بر این نوع محتوا تلاش می‌کند مبانی فرهنگی و هویت ایرانی اسلامی را در این صنعت تقویت کند. همچنین تأمین حقوق مادی و معنوی مصرف‌کنندگان در گروی نظارت دقیق بر فرآیندهای تولید و عرضه این محصولات است. بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای از طریق مبارزه با توزیع بازی‌های غیرمجاز در کشور، الصاق هولوگرام بر بازی‌های مجاز، صدور مجوز نشر و پروانه انتشار و همچنین رده‌بندی سنی بازی‌ها در راستای رسیدن به اهداف نظارتی خود گام برمی‌دارد.

پژوهش و ارائه آمار دقیق از صنعت

در کنار وظایف و اهداف ذکر شده باید به این موضوع اشاره کرد که بنیاد به عنوان متولی صنعت بازی‌های رایانه‌ای در کشور وظیفه‌ی تحقیق و پژوهش در این حوزه را نیز به عهده دارد. بازی‌های رایانه‌ای تبعات و اثرات گسترده فرهنگی و اجتماعی دارند و دریافتن این اثرات فرهنگی نیازمند اقدامات پژوهشی جدی در حوزه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی است. همچنین دست یافتن به اطلاعات دست اول درباره وضعیت صنعت گیم، فعالان و مصرف‌کنندگان این صنعت نیز از طریق پژوهش در میان این افراد و تحلیل آن با الگوهای علمی روز محقق می‌شود. از سوی دیگر بازار بازی‌های ویدئویی به عنوان یک صنعت پرسود در جهان شناخته می‌شود و پی بردن به پتانسیل‌های تجاری آن هم به نوبه خود فعالیت‌های پژوهشی در بازار را می‌طلبد. با توجه به دلایل ذکر شده بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای از طریق برگزاری کنفرانس، انتشار گزارش‌های جامع و تحقیقات علمی در دوره‌های گوناگون زمانی به شکل فصل‌نامه، گاهنامه و ماهنامه تلاش می‌کند به اهداف پژوهشی خود نائل شود.





ما چه کسانی هستیم؟

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک)

در محیط رو به رشد بازار و صنعت بازی‌های دیجیتال در منطقه خاورمیانه و به خصوص ایران، وجود اطلاعات و دانش دقیق برای تجزیه و تحلیل مقررات، سیاست‌ها، شرایط صنعت، فضای رقابت، تمایلات مصرف‌کنندگان و سایر شاخص‌های توسعه کسب و کار در زمینه بازی‌های دیجیتال، بسیار حیاتی به نظر می‌رسد.

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) از سال ۱۳۹۴ با این هدف اصلی تاسیس شد تا سهم تحقیقات را در صنعت بازی‌های دیجیتال افزایش دهد. در این راستا دایرک ارتباطی تعاملی با فعالان صنعت، شامل شرکت‌های توسعه‌دهنده بازی، ناشران، رسانه‌ها، دانشگاه‌ها و سیاست‌گذاران برقرار نموده و سپس با اجرای پیمایش‌های دوره‌ای مطالعه رفتار مصرف‌کننده در سراسر کشور، به حجم قابل توجهی از داده و اطلاعات دسترسی دارد. مهم‌ترین پیمایش مصرفی که توسط دایرک اجرا می‌شود، پیمایش چند هزار نفری بزرگ ملی با پوشش سراسری کشور است که در کلان‌شهرها، شهرهای کوچک و مناطق روستایی اجرا شده و با مطالعه ترجیحات و رفتار بیش از یک میلیون ایرانی، اطلاعات قابل تعمیم زیادی را به تفکیک مناطق مختلف کشور به دست می‌آورد. اگرچه در کنار این پیمایش دوره‌ای، پیمایش‌های مقطعی مختلفی نیز به صورت حضوری یا آنلاین برای مطالعات عمیق‌تر صورت می‌پذیرد که بر اساس آن امکان تحلیل وضعیت بازی‌های دیجیتال در ایران میسر شده است.

در حال حاضر، دایرک با انتشار گزارش‌های متنوع در زمینه بازی‌های دیجیتال، اجرای تحقیقات سفارشی برای سازمان‌های مختلف داخلی و خارجی و برگزاری رویدادهای تحلیلی تلاش می‌نماید هوش تجاری ذی‌نفعان صنعت و بازار بازی‌های دیجیتال را ارتقا دهد. دایرک، مرجع رسمی انتشار گزارش‌های آماری و تقویت مبانی نظری صنعت بازی‌های دیجیتال در ایران محسوب می‌شود.

منتشر شده‌های دایرک

گزارش‌ها و نشریات دایرک شامل موارد زیر است:

• گزارش «نمای باز: شاخص‌ترین اطلاعات مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران»

این گزارش کوتاه، مهم‌ترین اطلاعات مصرف از قبیل تعداد بازیکنان در ایران، حجم بازار، تمایلات اصلی بازیکنان، تعداد بازیکنان آنلاین و سایر اطلاعات اصلی از مصرف بازی‌های دیجیتال را منعکس می‌نماید. گزارش نمای باز، اولین گزارش دایرک در هر دوره بوده که به صورت رایگان منتشر شده و در سراسر جهان منتشر می‌گردد.

• گزارش‌های سه‌گانه «نمای نزدیک» برای سه پلتفرم اصلی موبایل، رایانه و کنسول

در راستای بررسی دقیق‌تر و با جزئیات بیشتر رفتار مصرف‌کننده در پلتفرم‌های گوناگون، گزارش‌های سه‌گانه «نمای نزدیک» پس از گزارش کلی «نمای باز» و در قالب سه گزارش جداگانه به تفکیک سه پلتفرم موبایل، رایانه و کنسول منتشر شده و در هر کدام جزئیات تمایلات و رفتار بازیکنان را به دقت بررسی می‌کنند. اطلاعات مربوط به میزان بازی کردن، نحوه دسترسی و پرداخت برای بازی‌ها، سبک زندگی بازیکنان و خوشه‌بندی آن‌ها بر اساس مدت زمان بازی کردن و میزان پرداخت برای بازی، به تفکیک و با جزئیات زیاد در این گزارش‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند. مطالعه این گزارش‌ها، درک عمیقی از ذائقه بازیکنان در هر پلتفرم فراهم می‌آورد.

• گزارش «پدیده سال»

برخی بازی‌ها در پلتفرم‌های مختلف و در دوره‌ای خاص، موج بزرگی را در بازار ایجاد کرده و مخاطبان زیادی را به خود جذب می‌کنند. مطالعه این بازی‌ها و بررسی علل موفقیتشان می‌تواند درک بهتری از چگونگی پدیده شدن آن‌ها حاصل نماید. به همین جهت سلسله گزارش‌های پدیده سال، در هر سال به بررسی بازی موفق به عنوان یک مطالعه موردی پرداخته و ضمن ارائه اطلاعات آماری از بازی موردنظر، تحلیل‌های دقیقی را در مورد علل رشد آن ارائه می‌کند.



ما چه کسانی هستیم؟

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک)

آینده‌نگاری بازی‌های دیجیتال در ایران و سایر ابعاد بازی‌های دیجیتال به فراخور نیاز هر دوره منتشر کرده است.

سایر فعالیت‌های دایرک

علاوه بر انتشار گزارش‌ها و نشریات، دایرک فعالیت‌های تکمیلی دیگری را نیز ارائه می‌دهد. برخی از این فعالیت‌های به شرح زیر قابل ملاحظه هستند:

- تقویت مبانی نظری و علمی در حوزه بازی‌های دیجیتال از طریق برقراری ارتباط با دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی و پژوهشگران، حمایت مادی و معنوی از پژوهش‌های مرتبط و برگزاری «کنفرانس تحقیقات بازی‌های دیجیتال (DGRC)»
- مشاوره اطلاعاتی به شرکت‌های داخلی و خارجی به منظور گسترش فعالیت در صنعت
- اجرای پروژه‌های تحقیقاتی سفارشی مرتبط برای سازمان‌های سیاست‌گذار، توسعه‌دهنده و ناشر داخلی و خارجی

مشتریان دایرک

با توجه به نوع فعالیت‌های دایرک، طیف وسیعی از شرکت‌ها، سازمان‌ها و نهادها، مشتری دایرک محسوب می‌شوند:

- سیاست‌گذاران و مدیران عالی
- بازی‌سازان، ناشران و توزیع‌کنندگان داخلی و خارجی
- سرمایه‌گذاران خطرپذیر داخلی و خارجی
- صنایع مکمل و ذی‌نفع
- رسانه‌ها
- پژوهشگران و دانشگاهیان

• گزارش «۱۰۰ گزاره از اکوسیستم بازی‌های دیجیتال در ایران»
با توجه به ابعاد کلیدی صنعت، همچون تولید، توزیع، نظارت، آموزش، پژوهش، رویدادها و... این گزارش نگاه جامعی به بازیگران مختلف داشته و نگاهی کلی از آنچه در صنعت بازی‌های دیجیتال در ایران گذشته است ارائه می‌دهد. مطالعه این گزارش کمک می‌کند تا در زمانی کوتاه، درکی کلی از شرایط حاکم بر بازی‌های دیجیتال در ایران به دست آید.

• فصلنامه «گردایه»

فصلنامه گردایه، در هر شماره خود، مهم‌ترین اطلاعات و آمار منتشر شده در جهان و در حوزه‌های مرتبط با بازی‌های دیجیتال را گردآوری می‌کند. هدف از انتشار این فصلنامه آماری این است که ضمن آشنایی با منابع معتبر جهانی ارائه‌دهنده گزارش‌های مرتبط، اتفاقات اخیر در حوزه تولید، توزیع و مصرف بازی‌های دیجیتال مشخص گردد.

• ماهنامه «مطالعات بازی: درپچه»

ماهنامه مطالعات بازی، متفاوت‌ترین محصول دایرک است. مخاطب اصلی این ماهنامه، پژوهشگران دانشگاهی هستند که هدف اصلی آن‌ها حرکت بر لبه دانش بوده و تلاش دارند تا مطالعات علمی مربوط به بازی‌های دیجیتال را توسعه دهند. هر شماره از این ماهنامه، یکی از موضوعات مرتبط به بازی‌های دیجیتال (همچون یادگیری، خشونت، اعتیاد، کسب و کار، ژانر و...) را هدف قرار داده و مهم‌ترین مقالات، کتب، پایان‌نامه‌ها و سایر مستندات علمی مربوط به آن موضوع را معرفی و بررسی می‌کند. مطالعه هر شماره از ماهنامه «درپچه» پژوهشگران را در هسته اصلی مطالعات علمی صورت گرفته قرار می‌دهد.

• سایر گزارش‌ها و اینفوگرافیک‌ها

همچنین دایرک گزارش‌ها و اینفوگرافیک‌ها متنوع دیگری در زمینه‌های مختلف از قبیل تجزیه و تحلیل آماری در زمینه انتشار جهانی بازی‌های دیجیتال، مطالعه آمار و اطلاعات مربوط به جشنواره بازی‌های رایانه‌ای تهران، ورزش‌های الکترونیک در ایران، اشتغال در صنعت، آموزش‌های کاربردی و پژوهش‌های علمی برای صنعت، تبلیغات به کمک بازی،

نشانی: ایران، تهران، خیابان مفتح شمالی، خیابان گلزار، تقاطع زیرک زاده، پلاک ۳۲،
بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، طبقه ۴، معاونت پژوهش.

تلفن: ۰۲۲۲-۸۸۳۱۰۲۱-۹۸+ داخلی ۴۱۴

نشانی وبسایت: www.direc.ir

نشانی ایمیل: info@direc.ir و direc1394@gmail.com

آی‌دی اینستاگرام: [@direc.ir](https://www.instagram.com/direc.ir)

آی‌دی پاسخگویی در پیام‌رسان بله: [@direc_bale](https://t.me/direc_bale)

آی‌دی کانال در پیام‌رسان بله: [@direc](https://t.me/direc)

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک)، مرجع رسمی انتشار گزارش‌های آماری
و تقویت مبانی نظری صنعت بازی‌های دیجیتال در ایران است. دایرک در روزهای
کاری آمادگی پاسخگویی به نظرات، پیشنهادات و انتقادات مخاطبان محترم را دارد.



جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

