

# نگاهی به صنعت بازی‌های دیجیتال در بریتانیا

بهار ۱۴۰۲





# سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران



## نگاهی به وضعیت صنعت بازی‌های دیجیتال در بریتانیا


عنوان: نگاهی به وضعیت صنعت بازی‌های دیجیتال در بریتانیا

پدید آورنده: بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای

تاریخ انتشار: بهار ۱۴۰۲

نشانی: تهران، میدان هفت تیر، خیابان مفتح شمالی، کوچه گلزار غربی،

نیش زیرک‌زاده، شماره ۳۲

۰۲۲۲-۸۸۳۱۰۲۱-۰۲۱ (خط ۱۰) 

نشانی وبسایت: [ircg.ir](http://ircg.ir) 

آپارات: [aparat.ir/ircg](http://aparat.ir/ircg) 



## ◆ درباره بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای متولی صنعت بازی‌های دیجیتال کشور به عنوان زیرمجموعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که به منظور برنامه‌ریزی و حمایت از مجموعه فعالیت‌های مرتبط با هنر-صنعت بازی‌های دیجیتال، تقویت مبانی آموزشی و نظارت بر امور این حوزه تاسیس شده و به فعالیت می‌پردازد. عمده وظایف و اهداف بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در کنار سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی را می‌توان در قالب یک تقسیم‌بندی کلی در چهار حوزه حمایت، آموزش، نظارت و پژوهش معرفی کرد.

به شکل خاص معاونت پژوهش و آموزش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با نام مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) 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 با اجرای پیمایش‌های دوره‌ای مطالعه رفتار مصرف‌کننده در سراسر کشور، به حجم قابل‌توجهی از داده و اطلاعات دسترسی دارد. دایرک، مرجع رسمی انتشار گزارش‌های آماری و تقویت مبانی نظری صنعت بازی‌های دیجیتال در ایران محسوب می‌شود و به شکل کلی در چهار حوزه انجام تحقیقات حوزه سیاست‌گذاری کلان زیست‌بوم بازی‌های دیجیتال، افزایش هوشمندی زیست‌بوم با انتشار گزارش‌های آماری و تحلیلی، تقویت مبانی نظری حوزه مطالعات بازی و اتصال دانشگاه به صنعت و حمایت از تحقیق، تولید و ترویج بازی‌های جدی در کشور به فعالیت می‌پردازد.



## فهرست مطالب

۱	مقدمه
۲	روش شناسی
۵	اقتصاد صنعت بازی در بریتانیا
۸	آموزش در صنعت بازی بریتانیا
۹	وضعیت اشتغال در صنعت بازی بریتانیا
۹	وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای نوع شغل
۱۰	وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای نوع قرارداد
۱۰	وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای سابقه فعالیت
۱۱	وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای ارتقا و پیشرفت شغلی
۱۲	وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای اندازه سازمان
۱۲	وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای مکان سازمان
۱۳	وضعیت شاغلان در صنعت بازی بر مبنای سن
۱۴	وضعیت شاغلان در صنعت بازی بر مبنای گروه‌های قومی
۱۵	وضعیت شاغلان در صنعت بازی بر مبنای ملیت
۱۵	وضعیت شاغلان در صنعت بازی بر مبنای جنسیت
۱۶	وضعیت شاغلان در صنعت بازی بر مبنای تحصیلات
۱۷	وضعیت مصرف بازی‌های دیجیتال در بریتانیا
۱۷	وضعیت بازیکنان
۱۷	میزان بازی برخط در بریتانیا
۱۸	زمان صرف شده برای بازی در بریتانیا
۱۹	دستگاه‌های پخش بازی در بریتانیا
۲۰	محبوب‌ترین بازی‌ها در بریتانیا
۲۰	برنامه‌های بازی‌ها و وب‌سایت‌ها در صنعت بازی در بریتانیا
۲۱	بازی‌های چند نفره در صنعت بازی در بریتانیا
۲۶	استریم کردن بازی‌های دیجیتال در بریتانیا
۲۷	ارتباطات بازی در بریتانیا
۲۸	بازی و رفاه در صنعت بازی در بریتانیا
۲۹	بازار و مدل‌های کسب و کار در صنعت بازی در بریتانیا
۳۱	وضعیت بازی‌های واقعیت مجازی در بریتانیا
۳۳	سازمان‌ها و نهادهای اثرگذار بر صنعت بازی در بریتانیا
۳۸	حمایت مالیاتی از بازی‌های رایانه‌ای
۴۰	جمع بندی
۴۱	منابع



## ◆ مقدمه

بریتانیا پس از چین، ایالات متحده، ژاپن و آلمان پنجمین بازار بزرگ بازی‌های دیجیتال در سال ۲۰۱۸ را از نظر درآمد مصرف‌کننده دارا بود، تقریباً ۳۷.۳ میلیون نفر در بریتانیا به بازی‌ها می‌پردازند.

بر اساس گزارش سازمان تجارت بازی‌ها و صنعت سرگرمی تعاملی بریتانیا<sup>۱</sup>، صنعت بازی‌های دیجیتال بریتانیا در سال ۲۰۱۹، ۵.۳۵ میلیارد پوند فروش داشته است که شامل ۳.۸۵ میلیارد پوند در نرم افزار بازی و ۱.۳۵ میلیارد پوند در سخت افزار بازی‌ها می‌شود.

بازار گسترده‌تر بازی‌ها همچنین شامل همه چیز از فروش سخت‌افزار و بازی‌های جعبه‌دار گرفته تا اسباب‌بازی‌های مرتبط با بازی، رویدادها، کالاها و مجلات می‌شود. (منبع: Entertainment and Media Forecast, PwC)

بریتانیا دارای بزرگترین بخش بازی‌های دیجیتال در اروپا با شهرت برای جذب و توسعه استعدادها، کلاس جهانی است. شرکت‌های بازی‌سازی فعال در بریتانیا به خدمات پشتیبانی پیچیده برای انتشار بازی، بازاریابی، ظرفیت سرور و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات دسترسی دارند<sup>۲</sup>.

در سال ۲۰۱۶، متخصصان بازی‌های اروپایی، بریتانیا را به‌عنوان بازار اروپایی که بهترین بازی‌ها در آن ساخته می‌شوند رتبه‌بندی کردند.

بریتانیا همچنین در خط مقدم گسترش بازی‌های چند نفره عظیم برخط (MMO)، بازی‌های موبایل، واقعیت مجازی و هوش مصنوعی است. افزایش دسترسی به زیرساخت‌های پهن

1. The trade body for the UK games and interactive entertainment industry

2. <https://www.thecreativeindustries.co.uk/site-content/industries-games-games-why-the-uk>



باند فوق سریع، تلفن‌های هوشمند و سایر دستگاه‌های بازی از این رشد حمایت می‌کند. این کشور همچنین بهترین مقصد اروپایی برای سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران خطرپذیر ایالات متحده است.

تخمین زده می‌شود که ۹۵ درصد از کل تجارت بازی‌های بریتانیا صادر می‌شود و به طور متوسط ۴۵ درصد از گردش مالی یک شرکت بازی در بریتانیا از فروش بین‌المللی ناشی می‌شود. به گفته نستا<sup>۱</sup>، سه بازار اصلی صادراتی شرکت‌های بازی‌سازی بریتانیا، ایالات متحده آمریکا، چین و ژاپن هستند. حتی شرکت‌های بازی کوچک نیز از طریق ماموریت‌های تجاری و کنفرانس‌های صنعتی به بازارهای جدید خارج از کشور معرفی شده‌اند.

Ukie همچنین محاسبه می‌کند که بین سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۷، ۱.۱۷ میلیارد پوند سرمایه‌گذاری داخلی در صنعت بازی‌های بریتانیا انجام شده است و بخش بازی‌های بریتانیا فناوری‌هایی را توسعه داده است که بعداً برای آموزش، تجسم و شبیه‌سازی اقتباس شدند.

---

1. Nesta (National Endowment for Science, Technology and the Arts)

بنیاد ملی علم، فناوری و هنر، یک بنیاد نوآوری مستقر در بریتانیا است. این سازمان از طریق ترکیبی از برنامه‌ها، سرمایه‌گذاری، سیاست‌گذاری، تحقیقات و شکل‌گیری مشارکت‌ها برای ارتقای نوآوری در طیف وسیعی از بخش‌ها عمل می‌کند. نستا به صورت غیرمستقیم زیر نظر وزارت فرهنگ، ورزش و رسانه بریتانیا فعالیت می‌کند.



## ◆ روش‌شناسی

در این پژوهش یافته‌ها از اسناد و گزارش‌های سازمانی که از سوی نهادهای متولی بازی در بریتانیا منتشر شده است، مورد مطالعه و بازنشر قرار گرفته شده است که در ادامه به بخشی از عناوین این گزارش‌ها اشاره می‌شود.

اطلاعات مربوط به شاغلان صنعت بازی از گزارش دانشگاه شفیلد استخراج شده است، داده‌های این گزارش از طریق نظرسنجی از افراد مشغول به کار در صنعت بازی‌های بریتانیا جمع‌آوری شده است. داده‌ها از طریق سکوی پیمایش برخط کیفی، از طریق حساب سازمانی دانشگاه شفیلد جمع‌آوری شده‌اند. این پژوهش در بهار و تابستان سال ۲۰۲۱، پیش از آغاز سرشماری در سپتامبر ۲۰۲۱ انجام شده است. پرسشنامه ۲۰۲۱ شامل چهار بخش اصلی بوده است:

- ◆ مشاغل افراد؛ از جمله مشاغلی که انجام می‌دهند، مدت زمانی که در این بخش کار کرده‌اند و ارشدیت آن‌ها
- ◆ ویژگی‌های فردی افراد؛ از جمله جنسیت، گروه قومی و هر شرایطی که دارند
- ◆ پیشینه مردم؛ از جمله انواع خانوارهایی که در آن‌ها بزرگ شده‌اند، نوع مدرسه‌ای که رفته‌اند و ویژگی‌های آن‌ها
- ◆ نگرش مردم در ارتباط با محل کار فعلی خود و صنعت وسیع‌تر بازی‌های بریتانیا و در ارتباط با ابعاد مختلف
- حجم نمونه افرادی که به سوالات بخش نهایی نظرسنجی پاسخ می‌دهند، در مورد نگرش‌ها، ۳۲۴۰ نفر بوده است.





این گزارش، اطلاعاتی را در خصوص ۴ موضوع زیر ارائه می‌دهد:

◆ «محل کار: نگرش کلی»

◆ «صنعت: نگرش کلی»

◆ «محل کار: نگرش به رفتار نامناسب»

◆ «صنعت: نگرش به رفتار نامناسب»

همچنین در این گزارش از داده‌های گزارش سالانه مصرف رسانه‌ای و بازی‌های دیجیتال که توسط سازمان آفکام<sup>۱</sup> منتشر شده است نیز بهره گرفته شده است. اطلاعات این گزارش از داده‌های تحقیقات سواد رسانه‌ای بزرگسالان و تحقیقات سواد رسانه‌ای کودکان ۲۰۲۲ که در آن از مردم بریتانیا در مورد عادات بازی آن‌ها، چه بر روی یک کنسول، یک گوشی هوشمند یا دستگاه دیگر سوال شده‌است، استخراج شده است. در این گزارش از تعریف گسترده‌ای از بازی و بازیکنان استفاده شده که شامل بازی‌های ویدئویی، برنامه‌ها و سایت‌های تلفن همراه، رومیزی و بازی واقعیت مجازی است. همچنین از سایر گزارش‌های مربوط به نهادها و انجمن‌های مرتبط با بازی در بریتانیا نیز استفاده شده است.

۱. سازمان آفکام یک مرجع قانونی و رقابتی، برای صنایع بخش (مثل تلویزیون، رادیو، مخابرات و پست) در بریتانیا است. به صورت کلی می‌توان گفت، آفکام تنظیم‌کننده ارتباطات در بریتانیا است. بخشی از وظایف آفکام مربوط به حوزه بازی، سنجش، رصد و نظارت بر این صنعت است.



## ◆ اقتصاد صنعت بازی در بریتانیا

تصویر پایین از گزارش منتشر شده از سوی Ukie<sup>۱</sup> استخراج شده است. بر اساس گزارش ارزیابی سالانه منتشر شده توسط نهاد تجاری، انجمن سرگرمی‌های تعاملی بریتانیا (Ukie)، بازار بازی‌های مصرفی بریتانیا در سال ۲۰۲۱ به ۷.۱۶ میلیارد پوند (۹.۴ میلیارد دلار) رسید که رشدی ۱.۹۰ درصدی نسبت به ۷ میلیارد پوند در سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد.



۷.۱۶ میلیارد پوند ارزش‌گذاری بازار بازی‌ها

۵.۲۶ میلیارد پوند مشارکت اقتصادی  
صنعت در ارزش افزوده ناخالص

۲۶۵۸ کسب‌وکار مرتبط با بازار بازی‌ها

### تصویر ۱- وضعیت اقتصاد بازی در بریتانیا

۱. سازمانی که حقایق، آمار و سایر اطلاعات مفید در مورد صنعت بازی‌های بریتانیا و جهانی را گردآوری می‌کند.



این بخش با رشد ۳۰ درصدی از ۵.۳۵ میلیارد پوند در سال ۲۰۱۹ به ۷ میلیارد پوند در سال ۲۰۲۰ رسید و افزایش تقاضا به دلیل همه‌گیری کووید-۱۹ موجب شد که در سال ۲۰۲۱ این شاخص بیشتر شود.

فروش سخت‌افزار بازی با افزایش ۱۷.۴ درصدی به ۲.۶۶ میلیارد پوند در سال ۲۰۲۱ رسید، این رشد ناشی از افزایش فروش سخت‌افزار کنسول‌هایی مانند PS5 سونی، سری ایکس‌باکس مایکروسافت و نینتندو سویچ بوده است. فروش سخت‌افزار واقعیت مجازی ۴۱.۹ درصد افزایش یافته است و به ۱۸۳ میلیون پوند در سال ۲۰۲۱ رسید. ارزش بازار نرم‌افزار بازی‌های مصرفی در سال ۲۰۲۱ به ۴.۲۸ میلیارد پوند رسید که رشد ۱۱.۴ درصدی نسبت به ۳.۸۴ میلیارد پوند در سال ۲۰۱۹ داشته است. فروش بازی‌های فیزیکی نیز بیش از ۲۰ درصد کاهش یافته است. درآمد بازی‌های موبایل ثابت ۱.۴۶ میلیارد پوند بود.

فروش اسباب‌بازی‌ها و بازارپردازی بزرگ‌ترین عامل در رشد هزینه‌های فرهنگ بازی‌ها بوده است که با افزایش ۶.۳۳ درصدی از بالاترین سطح قبلی ۱۱۹.۶ میلیون پوندی به ۱۵۹ میلیون پوند رسیده است، بازی «پوکمن<sup>۱</sup>» سریع‌ترین رشد دارایی مرتبط با بازی‌های دیجیتال را به خود اختصاص داده است.

جو تویست، مدیرعامل Ukie گفت: «بازار بازی‌های مصرف‌کننده بریتانیا به دنبال رشد قابل‌توجه در طول همه‌گیری کووید-۱۹ به‌طور مؤثری تثبیت شده است. بریتانیا کشوری است که بازی‌های دیجیتال خود را دوست دارد و ما باید به سهم مثبت این بخش در اقتصاد، فرهنگ و جامعه بزرگتر افتخار کنیم.»<sup>۲</sup>

در مجموع می‌توان گفت سال ۲۰۲۱ دومین باری است که درآمد سالانه نرم‌افزار از ۴ میلیارد پوند فراتر رفته است. در مقایسه، بازار ویدئوی بریتانیا در سال ۲۰۲۱، ۳.۷۵ میلیارد پوند فروش داشت، در حالی که بازار موسیقی تقریباً ۱.۷ میلیارد پوند فروش داشت.

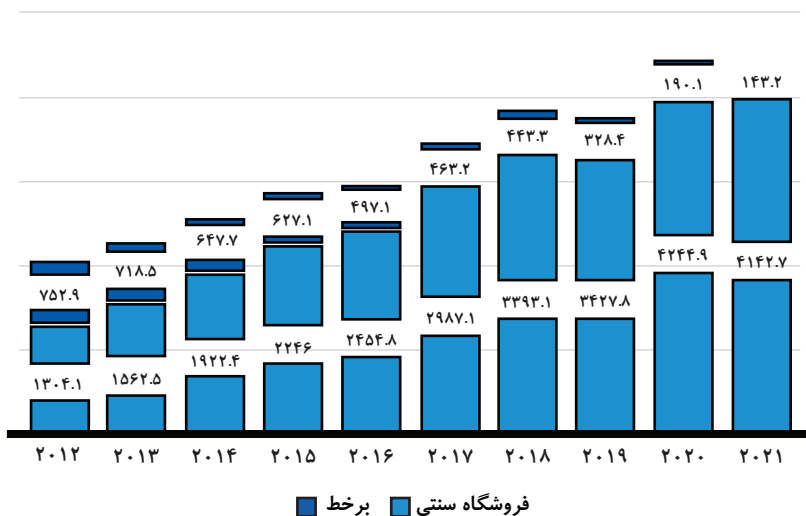
در آمار دیگری که از سوی Statista در سال ۲۰۲۱، منتشر شده است، فروش برخط تقریباً ۹۶.۷ درصد از فروش بازی‌های دیجیتال در بریتانیا را به خود اختصاص داده است که به ارزش تقریباً ۴.۱۴ میلیارد پوند انگلیس در طول دوره اندازه‌گیری شده. فروش برخط تنها

1. Pokemon

2. <https://variety.com/2022/gaming/global/uk-consumer-games-market-report-2021-1235219704/>



شامل فروش بازی‌های دیجیتال نمی‌شود، بلکه نسخه‌های فیزیکی بازی را نیز شامل می‌شود که از طریق اینترنت خریداری می‌شوند. این روند قبلاً در چند سال گذشته ادامه داشته است اما در طول تعطیلی خرده‌فروشی‌های مرتبط با کوید ۱۹ تقویت شد.



نمودار ۱- درآمد خرده‌فروشی نرم‌افزار بازی‌های دیجیتال در بریتانیا از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۲۱، بر اساس کانال فروش (به میلیون پوند)



## ◆ آموزش در صنعت بازی بریتانیا

بریتانیا مرکز استعداد‌های بازی است که در زمینه‌هایی مانند واقعیت جایگزین، هوش مصنوعی و موبایل پیشگام است.

آموزش عالی بریتانیا حامی قوی صنعت بازی است و با دانشگاه‌ها و کالج‌های متعددی که دوره‌های بازی‌های دیجیتال را در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد ارائه می‌دهند، همکاری می‌کند.

انجمن تجاری TIGA در ژانویه ۲۰۱۵ یک فرآیند اعتباربخشی را معرفی کرد تا اطمینان حاصل کند که دانشگاه‌ها و کالج‌ها می‌توانند فارغ التحصیلانی با مهارت‌های مرتبط با صنعت تولید کنند.

اسکاتلند<sup>۱</sup> دارای سه مرکز توسعه بازی‌ها و دوره کارشناسی بازی‌های دیجیتال دانشگاه آبرتای<sup>۲</sup> است. علاوه بر لندن و جنوب شرق، مراکز بازی‌های دیگر در لیمینگتون اسپا<sup>۳</sup>، نیوکاسل<sup>۴</sup>، ادینبورگ<sup>۵</sup>، منچستر<sup>۶</sup> و اسلاو<sup>۷</sup> قرار دارند.

لندن قطب شماره یک فناوری اروپا برای شرکت‌هایی است که به سرعت رشد می‌کنند و ارزش آنها یک میلیارد دلار یا بیشتر است و بیش از هر شهر دیگری در سال ۲۰۱۸ سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (IDF) را جذب کرده است. (منبع: Bullhound PG (London/

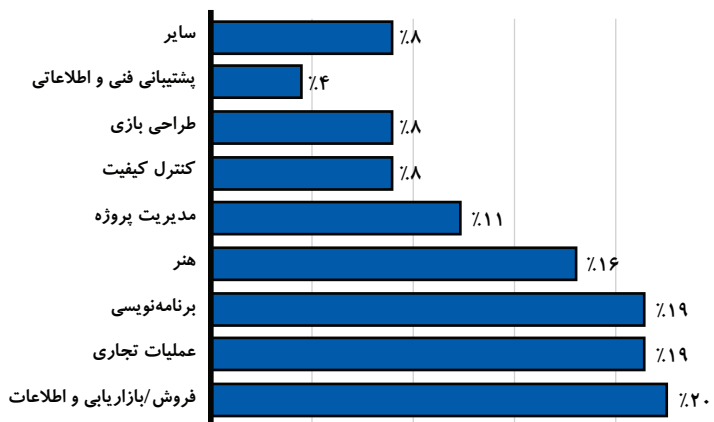
1. Scotland  
2. Abertay University  
3. Leamington Spa  
4. Newcastle  
5. Edinburgh  
6. Manchester  
7. Slough



## ◆ وضعیت اشتغال در صنعت بازی بریتانیا

### وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای نوع شغل

بر اساس اطلاعات گزارش صنعت بازی در انگلستان که از سوی دانشگاه شفیلد منتشر شده است، ۳ گروه فروش و بازاریابی، عملیات تجاری و برنامه نویسی بیشترین میزان شاغلان را در صنعت بازی این کشور به خود اختصاص داده‌اند. داده‌های این گزارش نشان می‌دهد که تعداد شاغلان در بخش طراحی و دیزاین از ۱۱٪ در سال ۲۰۲۰ به ۸٪ در سال ۲۰۲۲ کاهش یافته است.



### نمودار ۲- وضعیت شاغلان بر مبنای نوع شغل

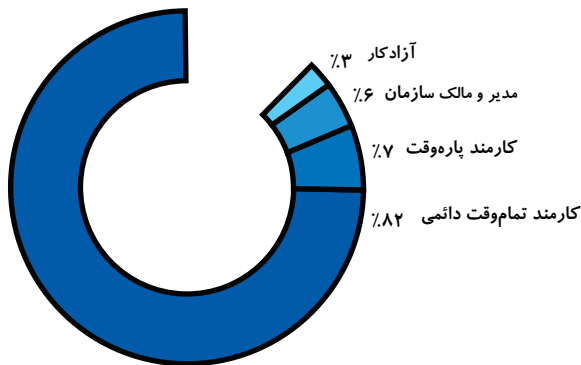
۱. برخی از افراد، چند گروه را به عنوان شغل ذکر نموده‌اند. به همین دلیل مجموع درصدهای ذکر شده بیش از ۱۰۰ است.



لازم به ذکر است در هریک از گروه‌های حرفه‌ای ایجاد شده چند دسته از مشاغل قرار می‌گیرند. به عنوان مثال در گروه هنر انیماتورها؛ هنرمندان فنی، طراحان رابط کاربری قرار گرفته‌اند.

### وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای نوع قرارداد

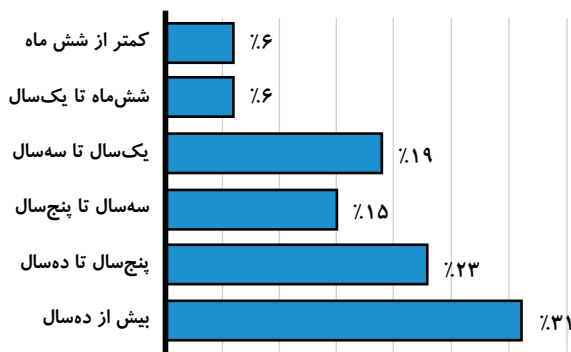
با توجه به نمودار زیر بزرگ‌ترین گروه از شاغلان در صنعت بازی در انگلستان، افرادی بودند که به عنوان کارمندان تمام‌وقت و دائمی استخدام شده بودند. در مقایسه با داده‌های جمع‌آوری‌شده در سال ۲۰۱۹، این گروه از ۷۸٪ به ۸۲٪ افزایش یافته است و تعداد افراد آزاد کار و پاره وقت همگی تا حدودی کاهش یافته‌اند.



نمودار ۳- وضعیت شاغلان بر مبنای نوع قرارداد

### وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای سابقه فعالیت

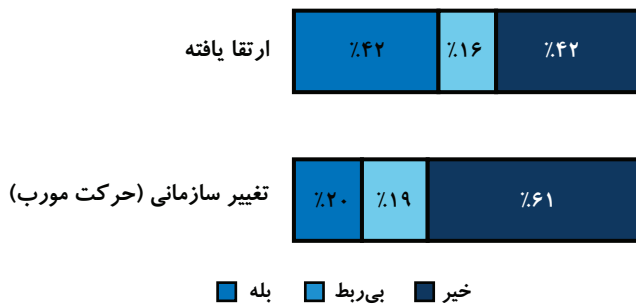
بررسی سوابق فعالیت شاغلان در این صنعت نشان می‌دهد که نزدیک به یک سوم پاسخ‌دهندگان برای بیش از یک دهه در بازی‌ها کار کرده‌اند، در حالی که بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان حداقل برای پنج سال در صنعت بازی مشغول فعالیت بوده‌اند. از سوی دیگر، ۱۲ درصد پاسخ‌دهندگان برای کم‌تر از یک سال در بازی‌ها کار کرده‌اند.



نمودار ۴- وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای سابقه فعالیت

### وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای ارتقا و پیشرفت شغلی

بررسی‌ها نشان می‌دهد که در مجموع دو شیوه ارتقای و پیشرفت به لحاظ شغلی وجود دارد، برای برخی، پیشرفت شغلی به شکل ارتقا یافتن در یک محل کار مشخص است. برای دیگران، این امر به شکل دستیابی به یک نقش ارشد در یک سازمان دیگر است. در این گزارش به دومی به عنوان «حرکت مورب» اشاره می‌کنیم، ارتقای داخلی از حرکات مورب معمول‌تر است.



نمودار ۵- وضعیت شاغلان بر مبنای ارتقا و پیشرفت شغلی

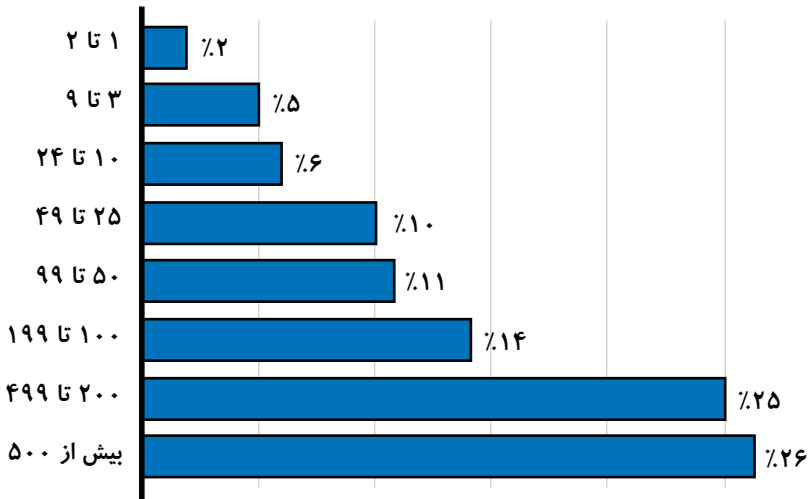




## وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای اندازه سازمان

حدود نیمی از شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا در سازمان‌هایی کار می‌کنند که حداقل ۲۰۰ نفر را استخدام کرده‌اند.

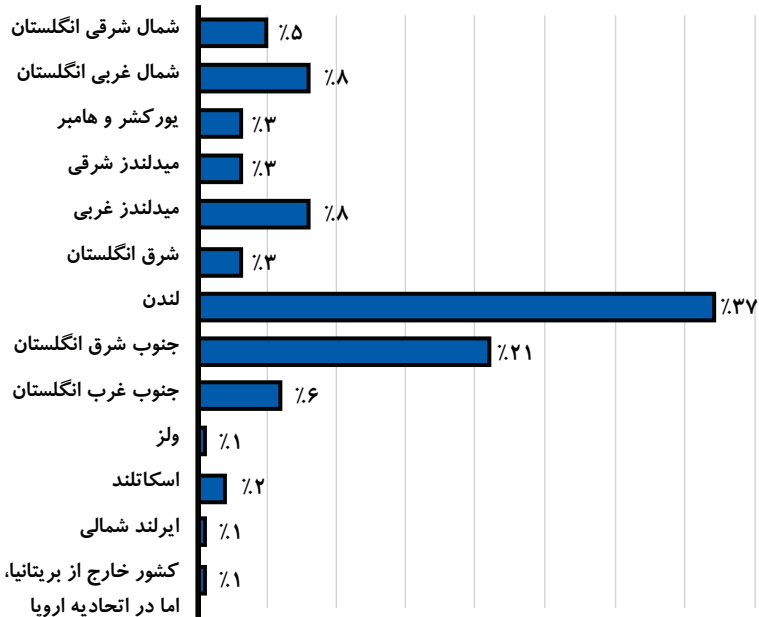
این شاخص تفاوت قابل توجهی با سرشماری قبلی داشته است، به خصوص در بزرگ‌ترین دسته سازمان‌هایی که از ۵۰۰ نفر یا بیشتر استفاده می‌کنند. در این مورد، این رقم از ۱۵٪ به ۲۶٪ رسیده است. شایان ذکر است که بین دو دوره زمانی، تعدادی از سازمان‌ها در صنعت بازی‌های بریتانیا رشد قابل توجهی داشته‌اند. این امکان وجود دارد که این تغییر نشان‌دهنده یک تغییر در شکل کلی صنعت باشد.



نمودار ۶- وضعیت شاغلان بر مبنای اندازه سازمان

## وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای مکان سازمان

بررسی مکان شرکت‌ها و سازمان‌های بازی‌ساز در انگلستان نشان می‌دهد که در بین مناطق مختلف لندن و جنوب شرق انگلستان بیشترین میزان فعالیت را به خود اختصاص داده‌اند و پس از آن شمال غربی انگلستان و میدلندز غربی قرار دارند.

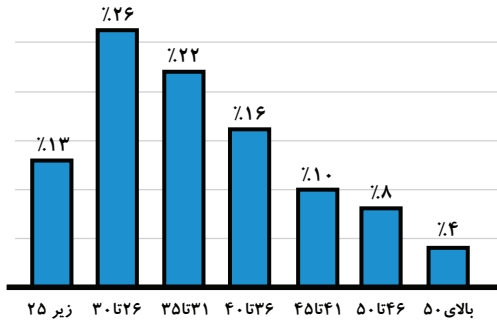


نمودار ۷- وضعیت شاغلان بر مبنای مکان سازمان

### وضعیت شاغلان در صنعت بازی در بریتانیا بر مبنای ارتقا و پیشرفت شغلی

نیروی کار صنعت بازی‌های بریتانیا افراد جوان‌تر بیشتری نسبت به کل نیروی کار بریتانیا دارد. ۱۳٪ از افرادی که در حوزه بازی کار می‌کنند ۲۵ سال یا کم‌تر دارند که این عدد را می‌توان با رقم ۱۰٪ در کل نیروی کار بریتانیا مقایسه کرد، علاوه بر این در مجموع ۶۱٪ از افرادی که در صنعت بازی‌ها کار می‌کنند ۳۵ سال یا کم‌تر دارند که می‌توان آن را با ۳۳٪ از افراد در کل نیروی کار مقایسه کرد.

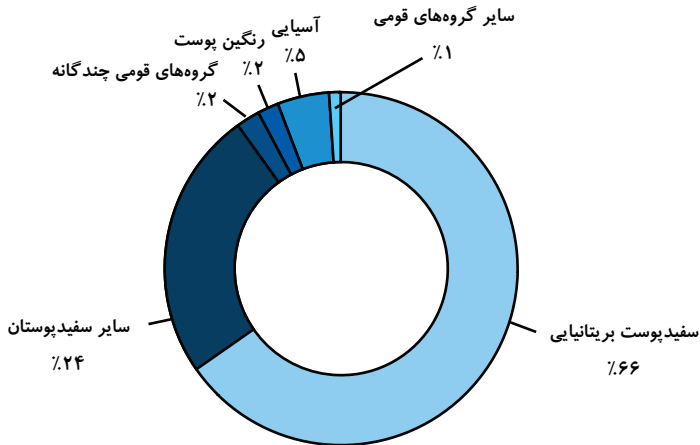
با این وجود در حالی که نیروی کار صنعت بازی‌های بریتانیا جوان‌تر از نیروی کار کلی است، در مقایسه با سرشماری سال ۲۰۲۰ دچار تغییرات شده است. در مجموع ۶۱ درصد از مردم پاسخ دادند که ۳۵ سال یا جوان‌تر بوده‌اند، که این عدد نسبت به ۶۶ درصد دو سال قبل کاهش داشته است.



نمودار ۸- وضعیت شاغلان بر مبنای سن

### وضعیت شاغلان در صنعت بازی بر مبنای گروه‌های قومی

۶۶ درصد از افرادی که در صنعت بازی‌های بریتانیا کار می‌کنند، سفید پوست بریتانیایی را انتخاب کردند و ۲۴ درصد دیگر گروه سفید پوست متفاوتی را انتخاب کردند. ۲٪ گروه‌های قومی چندگانه، ۲٪ سیاه پوست، ۵٪ آسیایی و ۱٪ سایر گروه‌های قومی را انتخاب کردند.



نمودار ۹- وضعیت شاغلان بر مبنای گروه‌های قومی



## وضعیت شاغلان در صنعت بازی بر مبنای ملیت

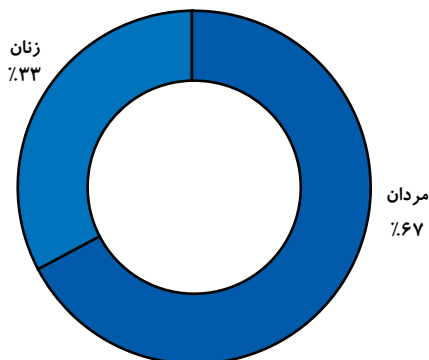
بررسی‌ها نشان می‌دهد که ۷۱ درصد از شاغلان فعال در صنعت بازی بریتانیا را مردم و افراد دارای تابعیت بریتانیا تشکیل می‌دهند، ۲۰٪ دارای ملیت یک کشور در اتحادیه اروپا هستند و ۹٪ تابعیت یک کشور دیگر را دارند. همچنین در پاسخ به این سؤال که در کدام کشور دوران کودکی هزینه خود را گذرانده‌اند؛ در سراسر نمونه، ۸۱ کشور مختلف حضور داشتند.

## وضعیت شاغلان بر مبنای ملیت



نمودار ۱۰- وضعیت شاغلان بر مبنای ملیت

## وضعیت شاغلان در صنعت بازی بر مبنای جنسیت



نمودار ۱۱- وضعیت شاغلان بر مبنای جنسیت

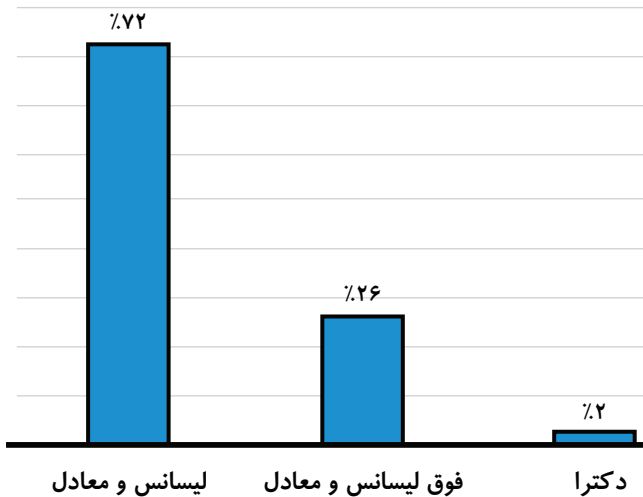
به طور کلی، ۶۷٪ از فعالان شاغل در صنعت بازی بریتانیا را مردان و ۳۳ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. درصد پاسخ دهندگان زن از سال ۲۰۲۰ از ۲۸ درصد به ۳۳ درصد



افزایش یافته است. درصد پاسخ دهندگان مرد نیز از ۷۰ درصد به ۶۷ درصد کاهش یافته است. مشخصات جنسیتی شاغلان در صنعت بازی با سن متفاوت است. در گروه‌های سنی ۳۶ سال و بالاتر نسبت مردان بیشتر است، در حالی که در گروه زیر ۲۵ سال بیشترین نسبت مربوط به زنان است.

### وضعیت شاغلان در صنعت بازی بر مبنای تحصیلات

به طور کلی، ۷۲ درصد از افرادی که در حوزه بازی کار می‌کنند حداقل دارای مدرک کارشناسی هستند. ۲۸٪ نیز دارای صلاحیت تحصیلات تکمیلی هستند که از این میزان ۲۶ درصد در مقطع فوق لیسانس و معادل آن و ۲ درصد در مقطع دکترا تحصیل کرده‌اند.



نمودار ۱۲ - وضعیت شاغلان بر مبنای تحصیلات



## وضعیت مصرف در صنعت بازی بریتانیا

در ادامه به وضعیت مصرف بازی‌ها، بازیکنان و نوع بازی‌ها پرداخته می‌شود.

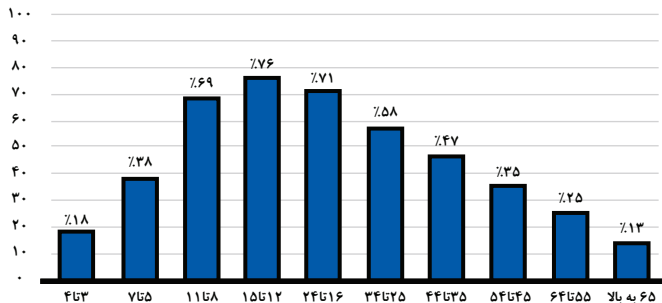
### وضعیت بازیکنان

بزرگسالان بریتانیایی ۱۶ ساله که به صورت برخط بازی می‌کنند	۳۹٪
کودکان بریتانیایی ۳ تا ۱۵ ساله که به صورت برخط بازی می‌کنند	۵۶٪
میانگین زمان صرف شده برای بازی در هفته گذشته توسط بازیکنان بریتانیایی ۳۱ تا ۴۶ ساله	۷ ساعت و ۳۳ دقیقه
بازیکنان بریتانیایی در محدوده سنی ۳۱ تا ۴۶ سال که در یک سرویس اشتراک بازی ثبت‌نام کردند	۵۸٪

### جدول ۱- شاخص‌های مصرف بازی

#### میزان بازی برخط در بریتانیا

بیشتر بازیکنان بریتانیا بازی‌های برخط انجام می‌دهند: ۵۶٪ بازیکنان بالغ بریتانیا و ۶۶٪ بازیکنان کودک بازی‌های برخط انجام می‌دهند.



نمودار ۱۳- میزان بازی برخط در بریتانیا



تحقیقات مرکز اینترنت ایمن بریتانیا نشان داد که برای ۶۵٪ از افراد ۸ تا ۱۷ ساله، انجام بازی‌های برخط بخش مهمی از زندگی آن‌ها در سال ۲۰۲۱ بود و ۷۰٪ از جوانانی که بازی‌های برخط انجام می‌دادند گفتند که بیش از هر زمان دیگری در سال گذشته از این کار لذت برده‌اند.

### زمان صرف شده برای بازی در بریتانیا

زمانی که بازیکنان گزارش دادند که آن‌ها بازی را سپری کرده‌اند از میانگین ۷ ساعت و ۴۳ دقیقه در هفته در فصل دوم ۲۰۲۱ به ۷ ساعت و ۳۳ دقیقه در فصل چهارم ۲۰۲۱ کاهش یافته است. در مقایسه با فصل دوم ۲۰۲۱، بازیکنان جوان‌تر زمان کمتری را صرف بازی می‌کنند.

#### میانگین زمان بازی در هفته به تفکیک جنسیت



۶ ساعت و ۱ دقیقه



۸ ساعت و ۵۴ دقیقه

تصویر ۲- زمان صرف شده به تفکیک جنسیت

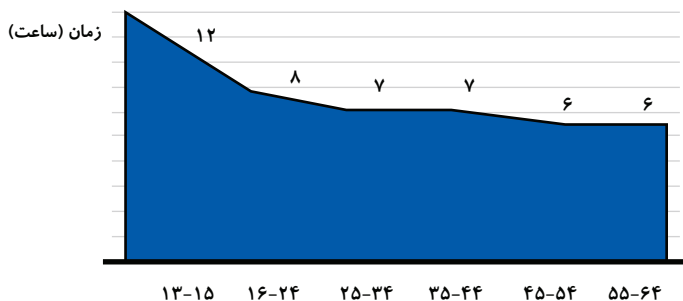
در مقابل، بازیکنان مسن‌تر برای مدت طولانی‌تری بازی می‌کنند. بازیکنان بریتانیا در گروه سنی ۵۵ - ۶۴ افزایش ۲۵ درصدی را در فصل چهارم ۲۰۲۱ در مقایسه با فصل دوم ۲۰۲۱ گزارش می‌دهند.

تحقیقات نشان داد که بازی برخط به طور فزاینده‌ای برای کودکان ۸ تا ۱۷ ساله در طول بیماری همه‌گیر کرونا مهم شده است.

اکثریت قریب به اتفاق (۵۸ درصد) والدین کودکان ۸ تا ۱۷ ساله گفتند که فرزندانشان زمان بیشتری را در سال ۲۰۲۱ به صورت برخط صرف بازی می‌کنند.



اکثر بازیکنان بزرگسال با مقدار زمانی که صرف بازی می‌کنند راحت هستند، اما ۱۷٪ بازیکنان بزرگسال گفتند که زمان زیادی را صرف بازی می‌کنند.



نمودار ۱۴- زمان صرف شده برای بازی

### دستگاه‌های پخش بازی در بریتانیا

گوشی‌های هوشمند مهم‌ترین وسیله بازی در میان بزرگسالان در بریتانیا است، در حالی که کنسول‌های بازی در میان کودکان بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد. ۳۷ درصد از بزرگسالان بریتانیا از گوشی‌های هوشمند برای بازی استفاده می‌کنند چرا که دسترسی گسترده به برنامه‌ها و وبسایت‌های بازی از این طریق امکان پذیر است. ۳۰ درصد از بزرگسالان از کنسول‌های بازی استفاده می‌کنند که بیشتر توسط بزرگسالان جوان استفاده می‌شود، ۹۱ درصد از کودکان ۳ تا ۱۵ ساله در هر وسیله‌ای بازی می‌کنند. استفاده از کنسول در میان پسران ۸ تا ۱۱ ساله شایع‌تر است (۸۹٪).

پسران به طور معنی‌داری بیشتر از دختران به بازی‌های رایانه‌ای روی کنسول‌ها (۷۳٪ پسران در مقابل ۴۴٪ دختران)، رومیزی، لپ‌تاپ یا نوت بوک (۳۴٪ در مقابل ۲۹٪) و واقعیت مجازی (۷٪ در مقابل ۳٪) تمایل دارند.

تحقیق انجام‌شده توسط childwise<sup>۱</sup> در سال ۲۰۲۱ نشان داد که ۱۴٪ از کودکان ۵ تا ۱۶ ساله دارای سری Xbox مایکروسافت یا سری Xbox S هستند و پسران دو برابر

۱. یک سازمان غیرانتفاعی است که زندگی کودکان آسیب پذیر و در معرض خطر را در حوزه ارتقاء آگاهی، حمایت از تغییر در تأمین مالی، حفاظت، درمان و رفاه کودکان و خانواده‌های آنها بهبود می‌بخشد.



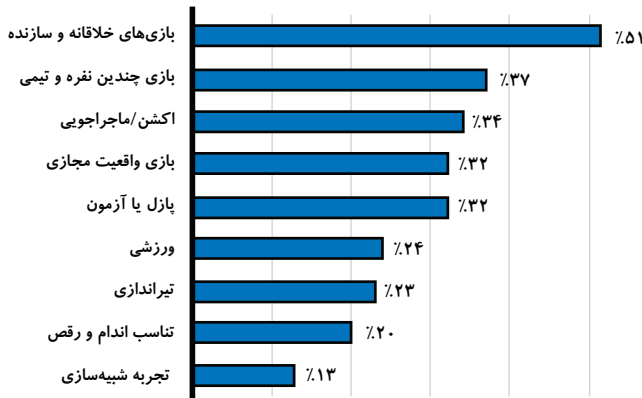


دختران (۱۸٪ در مقابل ۹٪) دسترسی دارند و بیش‌ترین میزان مالکیت در گروه سنی ۱۶-۱۱ سال (۲۰٪) می‌باشد. یکی از ده کودک در خانه به پلی‌استیشن ۵ دسترسی دارد که دو برابر سال گذشته است. پسران نسبت به دختران (۱۲٪ در مقابل ۸٪) شانس بیشتری برای دسترسی دارند و این میزان با سن نیز متفاوت است.

### محبوب‌ترین بازی‌ها در بریتانیا

بازی‌های خلاق و سازنده مانند روبلاکس و ماینکرافت محبوب‌ترین بازی‌ها در میان کودکان بریتانیایی هستند و ۴۰٪ آن‌ها اظهار داشتند که در هفته این بازی را انجام می‌دهند. ۵۲ درصد از پسرها در مقایسه با ۲۷ درصد از دخترها گفتند که در هفته انجام این پژوهش این بازی را انجام داده‌اند.

۳۸ درصد از نوجوانان ۷ تا ۱۶ ساله گفتند که در هفته روبلاکس بازی کرده‌اند و پس از آن ۲۸ درصد گفتند که به صورت جمعی و چند نفره بازی کرده‌اند. نمودار زیر انواع بازی انجام شده در کودکان ۳-۱۵ ساله را نشان می‌دهد.



نمودار ۱۵- بازی کودکان ۳-۱۵ ساله بریتانیایی

### برنامه‌های بازی‌ها و وب‌سایت‌ها در صنعت بازی در بریتانیا

در فوریه ۲۰۲۲ از بازی‌کنندگی کراش ساگا، به طور متوسط ۲/۵ میلیون بزرگسال انگلیسی بازدید کرده‌اند. کندی کراش ساگا، بازی دیجیتال پازلی است که در آوریل ۲۰۱۲ منتشر



شده و کاربردی‌ترین بازی در دستگاه‌های تلفن همراه در بریتانیا است. این بازی در میان زنان محبوب است؛ در فوریه ۲۰۲۲، ۱.۷ میلیون زن از این برنامه بازدید کردند که ۶۸٪ از کل بازدید کنندگان بالغ بریتانیا را در آن ماه تشکیل می‌داد. در سال ۲۰۲۰ کندی کراش بیش از ۲۰۰ میلیون کاربر ماهانه در سطح جهان و ۹۲۱ میلیون پوند درآمد داشت.

نام بازی	تعداد کل بازیکنان بزرگسال در فوریه
کندی کراش ساگا	۲.۵ میلیون
پوکمن گو	۱.۶ میلیون
روبلکس	۱.۵ میلیون
وردز کپس	۱.۴ میلیون
سولیتزر-گرند هاروست	۱.۴ میلیون

جدول ۲- برترین بازی‌های بزرگسالان بریتانیا در فوریه ۲۰۲۲

### بازی‌های چند نفره در صنعت بازی در بریتانیا

۶۰ درصد از بازیکنان بزرگسال بریتانیا برخط با بازیکنان دیگر بازی می‌کنند. بازیکنان می‌توانند به صورت برخط از طریق کنسول‌ها یا از طریق برنامه‌ها و وبسایت‌ها در گوشی‌های هوشمند یا سایر دستگاه‌های متصل به اینترنت، با بازیکنان دیگر بازی کنند. بیش از هفت نفر از هر ده (۷۲٪) کودک ۳ تا ۱۵ ساله‌ای با سایر بازیکنانی که می‌شناسند یا حضوری ملاقات کرده‌اند، به صورت برخط بازی می‌کنند و ۳۱٪ با غریبه‌ها یا افرادی که با آنها ملاقات نکرده‌اند بازی می‌کنند. نسبت کودکانی که با غریبه‌ها بازی می‌کنند با افزایش سن افزایش می‌یابد و در بین کودکان ۱۲ تا ۱۵ سال به ۳۷ درصد می‌رسد. بازی فاینال فانتزی ایکس آی<sup>۱</sup> اولین بازی بود که به بازیکنان اجازه داد تا در چندین سکوی (Xbox 360, PS2 و PC) با هم بازی کنند.

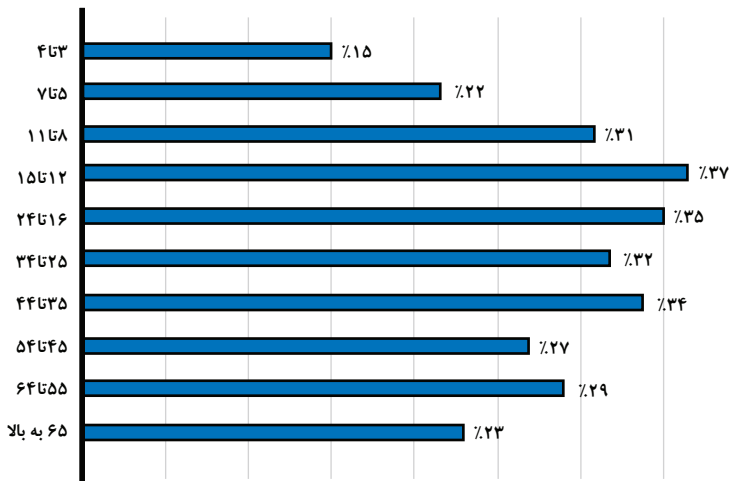
۵۳ درصد از بازیکنان کنسول بزرگسالان می‌گویند که با شخص دیگری بازی می‌کنند.

1. Final Fantasy XI

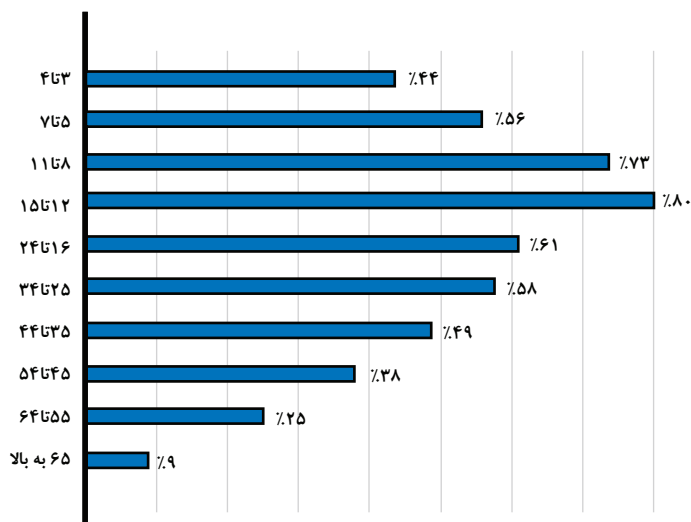


این به احتمال زیاد در میان بزرگسالان جوانتر است: ۶۷٪ از بازیکنان کنسول ۱۶-۲۴ ساله می‌گویند که با شخص دیگری بازی می‌کنند، همانطور که ۳۵٪ از ۵۵-۶۴ ساله‌ها این کار را انجام می‌دهند.

انجام بازی‌های برخط با دیگران می‌تواند فرصتی برای معاشرت و ارتباط با دیگران فراهم کند که می‌تواند تأثیر مثبتی بر سلامتی داشته باشد. تحقیقات مرکز اینترنت ایمن بریتانیا در سال ۲۰۲۱ نشان داد که ۷۰ درصد والدین فکر می‌کنند بازی‌های برخط به فرزندشان کمک کرده تا با دوستانشان ارتباط برقرار کند و ۶۰ درصد از کودکان ۸ تا ۱۷ ساله گفتند که بازی‌های برخط باعث می‌شود کمتر احساس تنهایی کنند.



نمودار ۱۶- درصد بازیکنانی که در مقابل شخصی بازی می‌کنند که نمی‌شناسند یا شخصاً ملاقات نکرده‌اند.



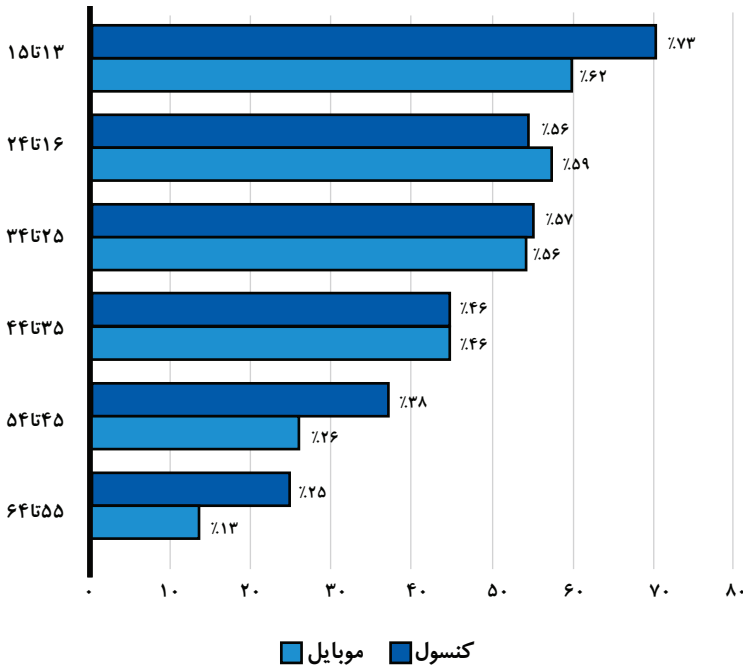
نمودار ۱۷ - درصد بازیکنانی که در مقابل شخصی بازی می‌کنند که می‌شناسند یا شخصاً ملاقات کرده‌اند.

بازی برخط با سایر بازیکنان می‌تواند به ایجاد مهارت‌های زندگی کمک کند. به عنوان مثال، بازی‌های رقابتی و مشارکتی می‌توانند تفکر استراتژیک، کار تیمی، ارتباطات، رهبری و حل مسئله را توسعه دهند. ۴۶ درصد از بازیکنان بریتانیایی بالای ۱۳ سال بازی رقابتی به وسیله موبایل را دوست دارند و همین امر در مورد بازی مشارکتی نیز صادق است (۴۵٪).

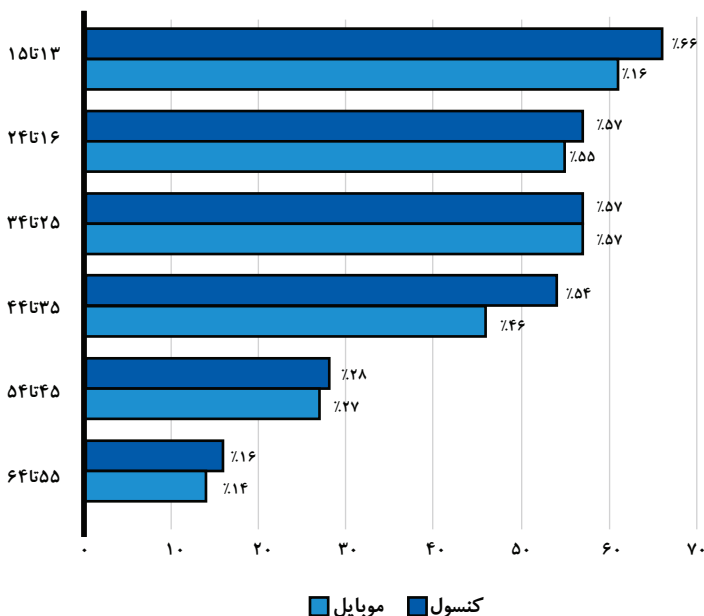


بازی رقابتی ۷۳ درصد و بازی مشارکتی ۶۶ درصد محبوبیت در بین بازیکنان ۱۳ تا ۱۵ ساله دارند که از کنسول استفاده می‌کنند.

تحقیقات مرکز اینترنت امن انگلستان در سال ۲۰۲۱ نشان داد هم کودکان و هم والدین موافق هستند که بازی‌های برخی می‌تواند به رشد مهارت‌های کودکان کمک کند. به طور خاص، ۱۶ درصد از والدین و ۶۶ درصد از نوجوانان ۸ تا ۱۷ ساله موافق بودند که بازی برخی به آنها کمک کرده است تا مهارت‌های قابل انتقال از جمله تمرکز، کار گروهی، تقویت اراده و حل مسئله را توسعه دهند.



نمودار ۱۸- میزان علاقه‌مندی به بازی‌های رقابتی به تفکیک گروه‌های سنی



نمودار ۱۹ - میزان علاقه‌مندی به بازی‌های مشارکتی به تفکیک گروه‌های سنی

باید توجه داشت تاثیر این بازی‌ها به ویژه برای کودکان با نیازهای ویژه و دارای اختلال مشهودتر است. روث ایوانز<sup>۱</sup>، دانشیار جغرافیای انسانی در دانشگاه ریدینگ<sup>۲</sup> انگلستان نیز در تحقیقات خود در مورد تنهایی به یافته‌های مشابهی برخورد کرده است. وی نشان داده است که «برخی از افراد مبتلا به بیماری‌های روانی به این موضوع اشاره داشته‌اند که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند نقش مثبتی در رفع احساس تنهایی داشته باشند، به این صورت که این افراد بتوانند برخط بازی کنند و با مردم تعامل داشته باشند و اغلب در سطح بین‌المللی، با افرادی که با آن‌ها بازی برخط انجام می‌دهند شبکه‌ای تشکیل دهند.» ایوانز در تحقیقات خود دریافت که کودکان دارای معلولیت یا بیماری روانی ممکن است در برابر تنهایی آسیب‌پذیر باشند و از طریق بازی‌های برخط ممکن است این افراد بتوانند از گروه‌های اجتماعی برخط بهره‌مند شوند.<sup>۳</sup> در کنار آنچه گفته شد؛ باید توجه داشت اگرچه انجام بازی‌های برخط ممکن است به

1. Ruth Evans

2. University of Reading

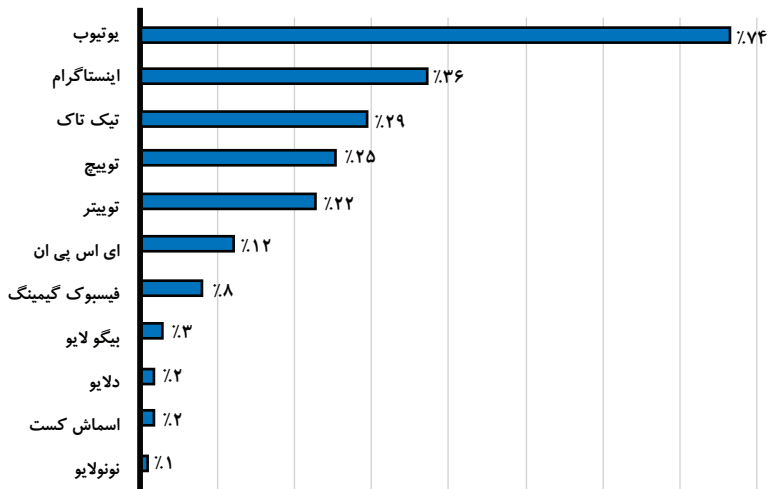
3. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7375781/>



طور موقت از احساسات منفی مرتبط با کمبودهای اجتماعی بکاهد، اما بازی بیش از حد، کمک چندانی به توسعه یا حفظ روابط واقعی نمی‌کند. در عوض، ممکن است جایگزینی برای تعاملات بین فردی در زندگی واقعی شود و به بدتر شدن روابط اجتماعی موجود بیانجامد و در نتیجه احساس تنهایی را تشدید کند. همچنین مطالعات زیادی ارتباط بین تنهایی و اعتیاد به بازی‌های برخط را تایید کرده‌اند. علاوه بر این، احساس تنهایی می‌تواند هم علت اعتیاد به بازی‌های برخط و هم پیامد آن به شمار رود.<sup>۱</sup>

### استریم کردن بازی‌های دیجیتال در بریتانیا

۵۸ درصد از افراد ۱۳ تا ۶۴ ساله بریتانیا محتوای مربوط به بازی‌های دیجیتال را تماشا می‌کنند. جوامع بازی از طیف گسترده‌ای از سکوهای مجاور برای دسترسی و تعامل با سایر بازیکنان استفاده می‌کنند. استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای کشف بازی‌ها، اشتراک گذاری و مشاهده محتوای بازی و تعامل با اینفلوئنسرها و سایر بازیکنان، همگی نقش مهمی در اکوسیستم بازی‌های اجتماعی دارند.



نمودار ۲۰- سکوهای ویدئویی مورد استفاده برای محتوای بازی‌های دیجیتال از جمله ورزش‌های الکترونیک

1. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2019.00247/full>



نوجوانان و جوانان بیشتر به تماشای محتوای مربوط به بازی‌های دیجیتال می‌پردازند. ۸۴ درصد از افراد ۱۳ تا ۱۵ ساله و ۹۰ درصد از افراد ۱۶ تا ۲۴ ساله می‌گویند که این کار را انجام می‌دهند.

یوتیوب، اینستاگرام و تیک تاک، سکوهایی با طیف وسیعی از محتوا بیشتر از سکوی اول بازی توییچ، استفاده می‌شوند. در دسامبر ۲۰۲۱ یوتیوب اعلام کرد که محتوای ۱۲ ساله در سکوی خود مربوط به بازی دیجیتال Minecraft متعلق به مایکروسافت یک تریلیون بار دیده شده است و آن را به پر بیننده‌ترین بازی در این سکو تبدیل کرده است.

۲.۹ میلیون بزرگسال در سپتامبر ۲۰۲۱ از توییچ بازدید کردند. توییچ یک سرویس پخش زنده ویدئویی است که بر پخش زنده بازی‌های دیجیتال، از جمله پخش مسابقات ورزشی الکترونیکی و همچنین ارائه موسیقی و سایر پخش‌های خلاقانه تمرکز دارد. برخلاف یوتیوب، اینستاگرام و تیک تاک، توییچ همچنین بازی‌های رایگان ماهانه و آیتم‌های درون بازی را ارائه می‌دهد. توییچ در سال ۲۰۲۱ دارای ۸.۵ میلیون کانال پخش ماهانه بود. در سال ۲۰۲۱، ۱۴۶۰ میلیارد دقیقه محتوا در توییچ در سراسر جهان مشاهده شد که ۳۱ درصد نسبت به سال ۲۰۲۰ افزایش داشته است.

۷۰ درصد از مخاطبان بزرگسال آن در بریتانیا مرد هستند، اگرچه مخاطبان زن توییچ زمان بیشتری را در این سکو می‌گذرانند، زنان در سپتامبر ۲۰۲۱ به طور متوسط ۲ ساعت و ۸ دقیقه در مقایسه با ۱ ساعت و ۲۷ دقیقه مردان بریتانیایی صرف کردند.

## ارتباطات بازی در بریتانیا

سکوی ارتباطی دیسکورد<sup>۱</sup> محبوب برای چت مرتبط با بازی، توسط ۱۱٪ از بزرگسالان برخط بریتانیا در سپتامبر ۲۰۲۱ استفاده شده است. در بین افراد ۱۵ تا ۲۴ ساله برخط نیز ۳۲٪ از آن‌ها از این سکو بازدید کرده‌اند و محبوبیت خاصی دارد.

دیسکورد یک سکوی چت گروهی است که در اصل برای بازیکنان ساخته شده بود و به یک سکوی عمومی برای بسیاری از جوامع تبدیل شده است. دیسکورد به سرورهای تقسیم می‌شود که هر کدام دارای اعضا، موضوعات، قوانین و کانال‌های خاص خود است. همچنین جوامع بزرگتر و بازتری وجود دارد که عموماً حول موضوعات خاصی مانند

1. Discord





بازی‌های محبوب مانند ماینکرافت<sup>۱</sup> و فورتنایت<sup>۲</sup> متمرکز هستند. توسعه‌دهندگان بازی همچنین از دیسکورد برای برقراری ارتباط مستقیم با بازیکنان استفاده می‌کنند. ردیت<sup>۳</sup> مجموعه‌ای از انجمن‌های گفتگو است که در آن کاربران می‌توانند اخبار و مطالب را به اشتراک بگذارند یا در مورد پست‌های دیگر کاربران نظر دهند و به جوامع بسیاری تقسیم شده است که به عنوان ساب ردیت<sup>۴</sup> شناخته می‌شوند و هر یک موضوع متفاوتی را پوشش می‌دهند. گیمینگ یک ساب ردیت با ۳۲ میلیون مشترک جهانی، در جایگاه چهارم است که بیشترین مشترک را دارد. ۶۱ درصد مخاطبان آن مرد و ۳۹ درصد زن بودند.

۷۵ درصد از بازیکنان برخط ۸ تا ۱۷ ساله در یک بازی با سایر افرادی که در حال بازی هستند، از طریق پیام‌رسانی یا با استفاده از میکروفون و هدست چت می‌کنند. فعالیت چت کردن با دیگران با افزایش سن افزایش می‌یابد، به طوری که ۷۰ درصد از بازیکنان برخط ۸ تا ۱۱ ساله می‌گویند که این کار را انجام می‌دهند، در مقایسه با ۸۰ درصد از بازیکنان ۱۶ تا ۱۷ ساله.

در سال ۲۰۲۱، ۶۱ درصد از نوجوانان ۸ تا ۱۷ ساله توضیح دادند که چگونه بازی برخط به آنها کمک کرده است تا زمان بیشتری را با دوستان خود به صورت برخط بگذرانند تا در زندگی واقعی و ۷۰ درصد از والدین موافق هستند که بازی‌های برخط به فرزندشان کمک کرده تا با دوستان خود در یک سال گذشته ارتباط برقرار کند. پلی‌استیشن و ایکس باکس نیز اپلیکیشن‌های مخصوص به خود را دارند که می‌توان از آنها برای پیام رسانی و چت صوتی استفاده کرد.

### بازی و رفاه در صنعت بازی در بریتانیا

بازی را می‌توان دلیلی برای تنظیم سلامت روان دانست، بازی‌ها علاوه بر ارائه سرگرمی، می‌تواند استرس را کاهش دهند یا به عنوان نوعی فرار از آنها استفاده شود. مطالعه‌ای که توسط دانشگاه آکسفورد در سال ۲۰۲۰ انجام شد، نشان داد که زمان صرف شده برای بازی‌ها ارتباط مثبتی با رفاه دارد. تحقیقات مرکز اینترنت امن‌تر

1. Minecraft  
2. Fortnite  
3. Reddit  
4. Subreddit



انگلستان نشان داد که اکثر جوانان تجربیات مثبت و لذت‌بخشی از بازی برخط گزارش کرده‌اند. بیش از نیمی از نوجوانان ۸ تا ۱۷ ساله (۵۸٪)، می‌گویند که بازی برخط به طور مثبت خلق و خوی آنها را تغییر می‌دهد، ۵۹٪ می‌گویند که باعث می‌شود احساس خوبی نسبت به خودشان داشته باشند و ۷۱٪ از کودکانی که بازی‌های برخط بازی می‌کنند، می‌گویند انجام این کار باعث ایجاد احساس آرامش و شادی در آنها می‌شود. با این حال، بسیاری از جوانانی که بازی‌های برخط بازی می‌کنند، تجربه بازی منفی نیز داشته‌اند: ۶۸ درصد نظرات توهین‌آمیز یا بد از بازیکنان دیگر را تجربه کرده‌اند و ۶۷ درصد می‌گویند که اظهارنظرهای بی‌ادبانه از افرادی که نمی‌شناسند داشته‌اند. یک نظرسنجی در سال ۲۰۱۷ نشان می‌دهد که کودکان هنگام بازی‌های ویدیویی برخط نیز مورد آزار و اذیت قرار می‌گیرند. این نظرسنجی پاسخ‌های بیش از ۲۵۰۰ جوان ۲۱ تا ۲۵ ساله در سراسر بریتانیا را در نظر گرفت و نشان داد که: ۵۷ درصد از جوانان مورد بررسی رفتار قلدری را هنگام بازی‌های ویدیویی برخط تجربه کرده‌اند. پاسخ‌دهندگان گزارش کردند که در معرض ترولینگ<sup>۱</sup>، سخنان نفرت‌انگیز و تهدید به مرگ، به عنوان برخی از رایج‌ترین رفتارهای قلدری قرار گرفته‌اند. از طرف دیگر، وقتی از آنها پرسیده شد که آیا تا به حال کسی را در یک بازی برخط مورد آزار و اذیت قرار داده‌اند یا خیر، ۸۰ درصد از پاسخ‌دهندگان آن را رد کردند، در حالی که تنها ۲۰ درصد پاسخ مثبت دادند. ۲۲ درصد از پاسخ‌دهندگان نیز گفتند که در نتیجه سوء استفاده از بازی برخط خودداری کردند، در مقابل، تقریباً نیمی (۴۸٪) گفتند که قلدری آنها را از انجام بازی‌های ویدیویی برخط باز نمی‌دارد<sup>۲</sup>.

### بازار و مدل‌های کسب و کار در صنعت بازی در بریتانیا

تحقیقات انجام شده توسط امپر<sup>۳</sup> نشان می‌دهد که بازیکنان ۱۳ تا ۶۴ ساله بریتانیایی در ۳۰ روز منتهی به نظرسنجی در سال ۲۰۲۱ به طور میانگین کمتر از ۳۰ پوند برای خریدهای مرتبط با بازی‌های دیجیتال خرج کرده‌اند. بازی‌های دیجیتال از طریق فروشگاه دیجیتال خریداری و دانلود می‌شوند. این نشان‌دهنده

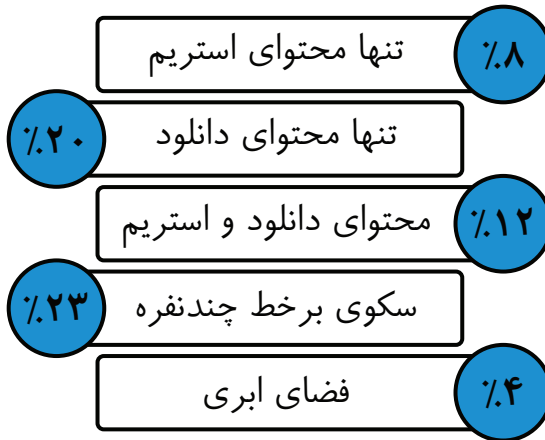
1. Trolling

2. Cybercrew.uk

3. Ampere یک شرکت داده و تجزیه و تحلیل پیشرو در بازار است که متخصص در بخش رسانه، بازی و ورزش است.



نیاز روزافزون به دسترسی به اینترنت برای انجام بازی‌ها، چه برای خرید بازی، چه برای هزینه‌های درون بازی یا بازی با سایر بازیکنان از طریق خدمات اشتراکی است. بازیکنان ۱۳ تا ۱۵ ساله به طور متوسط تقریباً ۱۱ پوند برای هزینه‌های درون بازی در طول ماه خرج کردند که تقریباً دو برابر میانگین بازیکنان بریتانیایی است. ۵۸ درصد از بازیکنان ۱۳ تا ۶۴ ساله بریتانیا مشترک یک سرویس اشتراک بازی هستند. تصویر زیر نشان دهنده دسترسی بازیکنان ۱۳ تا ۶۴ ساله بریتانیایی بر اساس نوع اشتراک سکو است.



تصویر ۳- دسترسی بازیکنان ۱۳ تا ۶۴ ساله  
بریتانیایی بر اساس نوع اشتراک سکو

در نوامبر ۲۰۲۱، تفلیکس چندین بازی موبایل را بدون هیچ هزینه اضافی در دسترس همه مشتریان خود قرار داد، که در انگلستان برابر است با در دسترس بودن آن در ۱۶.۵ میلیون خانوار.

نظرسنجی ویدئویی آفکام که در فوریه ۲۰۲۲ انجام شد، نشان داد که ۵۴٪ از افراد ۱۳ ساله که در سه ماه گذشته از تفلیکس استفاده کرده‌اند، آگاه هستند که تفلیکس بازی‌ها



را ارائه می‌دهد، ۸٪ بازی نتفلیکس را انجام داده‌اند و ۵٪ می‌گویند که بازی چیزهای عجیب<sup>۱</sup> را انجام داده‌اند. اپل همچنین اولین بازی‌های موبایل را ارائه می‌دهد. سایت پلی‌استیشن پلاس<sup>۲</sup> با پرداخت ۲.۳ میلیون مشترک در پایان سال ۲۰۲۱ برطرف‌دارترین سایت برای اشتراک بازی در بریتانیا بود و پس از آن، ایکس‌باکس گیم پس<sup>۳</sup> (همه نسخه‌های آن) (۲.۶ میلیون)، ایکس‌باکس لایوگلد<sup>۴</sup> (۱.۵ میلیون) و نینتندو سویچ برخط<sup>۵</sup> (۱.۴۹ میلیون) قرار داشتند.

### وضعیت بازی‌های واقعیت مجازی در بریتانیا

۴۲٪ بازیکنان ۱۳ تا ۶۴ ساله بریتانیایی، بازی‌های واقعیت مجازی را با استفاده از هدست بازی کرده‌اند. پلی‌استیشن واقعیت مجازی محبوب‌ترین هدست واقعیت مجازی در بریتانیا است.

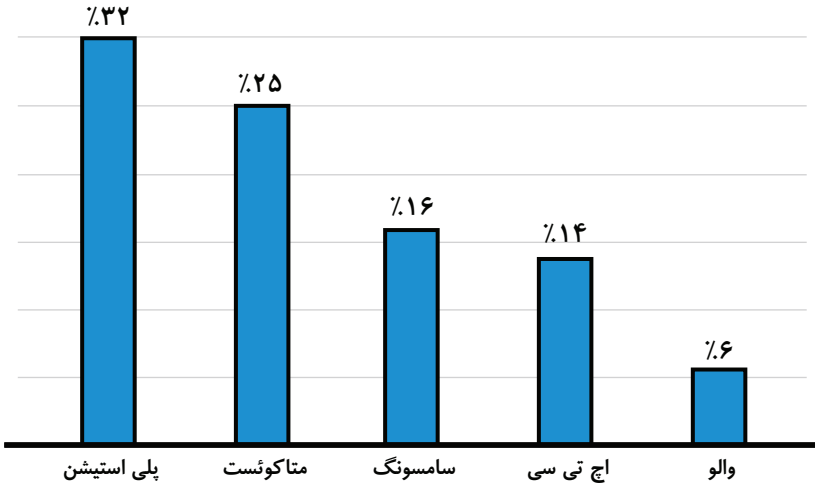
جهان‌های مجازی<sup>۶</sup>، در وسیع‌ترین معنای خود، فضاهای مجازی سه‌بعدی پایدار هستند که در آن کاربران می‌توانند با محیط‌های کامپیوتری و سایر کاربران تعامل داشته باشند. امروزه بازی‌های سرویس برخط مانند فورتنایت، روبلکس و ماینکرافت به عنوان اولین یا اصلی‌ترین جهان‌های مجازی در نظر گرفته می‌شوند، زیرا بازیکنان برای کشف و تعامل در دنیای مجازی که هر روزه تکامل می‌یابند، آزادی دارند. جهان‌های مجازی به دنبال فراهم کردن ابزار و فن‌آوری برای مخاطبان گسترده‌تر هستند.

واقعیت افزوده<sup>۷</sup> (AR)، نیز فناوری است که محتوای دیجیتال را بر روی یک محیط واقعی قرار می‌دهد. این محتوای دیجیتال می‌تواند شامل ترکیبی از ویدئو، متن و گرافیک باشد. در سال ۲۰۲۱، ۵ درصد از بزرگسالان انگلیسی گفتند که حداقل هر ماه بازی‌های واقعیت افزوده (AR) انجام می‌دهند. ماینکرافت هلولنز، اسنپ‌چت و پوکمن‌گو نمونه‌هایی از محصولات و خدماتی هستند که از تکنولوژی واقعیت افزوده (AR) استفاده می‌کنند. واقعیت مجازی (VR) از هدست برای غرق کردن کاربران در محیط‌های کاملاً کامپیوتری ایجاد شده، با صحنه‌ها و اشیایی که می‌تواند دیده شوند و همچنین تعامل از

1. Stranger Things  
2. PlayStation Plus  
3. Xbox Game Pass  
4. Xbox Live Gold  
5. Nintendo Switch Online  
6. Metaverse  
7. Augmented reality



طریق کنترل‌کننده‌ها و فناوری‌های فضایی و ردیابی حرکت، استفاده می‌کند. هدست پلی استیشن VR، که در سال ۲۰۱۶ راه‌اندازی شد، در حال حاضر رهبر بازار بریتانیا است، که توسط ۱۴٪ از بازیکنان بریتانیا استفاده شده‌است.



نمودار ۲۱- شرکت‌های سازنده هدست‌های واقعیت مجازی



## ◆ سازمان‌ها و نهادهای اثرگذار بر صنعت بازی در بریتانیا

در این گزارش به فعالیتهای سازمان‌های اثرگذار و سرمایه‌گذار بر صنعت بازی در بریتانیا نیز اشاره می‌شود. یکی از این سازمان‌ها، سازمانی با عنوان نستا (NESTA)<sup>۱</sup> است، (بنیاد ملی علم، فناوری و هنر) که یک بنیاد نوآوری مستقر در بریتانیا به حساب می‌آید. این سازمان از طریق ترکیبی از برنامه‌ها، سرمایه‌گذاری، سیاست‌گذاری و تحقیقات و شکل‌گیری مشارکت‌ها برای ارتقای نوآوری در طیف وسیعی از بخش‌ها عمل می‌کند. هدف این موسسه این است که ایده‌های جسورانه را زنده کند تا دنیا را برای همیشه تغییر دهد. این سازمان بازوی سرمایه‌گذاری در حوزه نوآوری اجتماعی در بریتانیا است، در دهه گذشته، این سازمان فعال‌ترین صندوق تأثیرگذاری در بریتانیا بوده است و در نسل جدیدی از استارت‌آپ‌های تغییردهنده بازی سرمایه‌گذاری می‌کند. این سازمان به دنبال پیش از یک دهه حمایت از مشاغل هدفمند در سراسر بریتانیا است. از سال ۲۰۱۲ مستقیماً در بیش از ۳۰ شرکت در مراحل اولیه از دو صندوق قبلی سرمایه‌گذاری کرده است. مجموعه فعلی آنها شامل سکوی منابع آموزشی دیجیتال، ابزار هوش مصنوعی و ارائه دهنده داده‌ها و نرم افزار برای مدارس است.

در سال‌های اخیر نستا استراتژی سرمایه‌گذاری ۵۰ میلیون پوندی جدیدی را برای حمایت از کسب‌وکارهای فناوری در مراحل اولیه که تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی قوی ایجاد می‌کنند، اعلام کرده است. بیش از ۲۵ میلیون پوند از صندوق ۵۰ میلیون پوندی برای سرمایه‌گذاری مستقیم در استارت‌آپ‌های اولیه در پنج سال آینده

1. National Endowment for Science, Technology and the Arts



اختصاص یافته است. بین پنج تا ده سرمایه‌گذاری در سال انجام دهند و از این طریق قدرتی را که سرمایه‌گذاری می‌تواند بر مردم و کره زمین داشته باشد و همچنین بازدهی که این رویکرد می‌تواند برای سرمایه‌گذاران به همراه داشته باشد را نشان دهند. در آینده، استراتژی سرمایه‌گذاری نستا منعکس‌کننده تلاش‌های جدید و گسترده سازمان برای تبدیل جهان به مکانی سالم‌تر، منصفانه‌تر و پایدارتر تا سال ۲۰۳۰ خواهد بود. در راستای اهداف ۲۰۳۰ نستا، از استارت‌آپ‌هایی حمایت می‌کند که تاثیرگذاری بالا ایجاد می‌کنند.

یکی دیگر از سازمان‌های اثرگذار بر صنعت بازی در بریتانیا این گیم<sup>۱</sup> (InGame) است، شرکت‌های کوچک و متوسط که در بخش بازی‌های دیجیتال فعالیت می‌کنند، در معرض اختلالات فناوری، بازار و سکو هستند، جایی که دسترسی به سکو، چالش‌های مهمی برای دوام محصول ایجاد می‌کند. این عوامل فشار نزولی بر نوآوری در این صنعت وارد می‌کنند که InGame با ایجاد یک مرکز تحقیق و توسعه اختصاصی در پی مشارکت در این حوزه است. هنرمندان، طراحان و نویسندگان خلاق با فن‌آوران و متخصصان کسب‌وکار مشارکت خواهند داشت تا منبعی پویا و پاسخگو برای درگیر شدن با چالش‌های سطح بالا ارائه دهند، جایی که تحقیق و توسعه مشترک می‌تواند به رشد، پایداری و توسعه قابل توجهی برای بازی‌های رایانه‌ای منجر شود.

این سازمان همچنین در راستای ریسک خلاق فعالیت می‌کند، نسبت به دهه‌های گذشته، مدل کسب‌وکار غالب از مدل انتشاراتی که در آن هزینه‌های توسعه پیش از درآمد فروش توسط ناشر متحمل می‌شود به شیوه‌هایی تغییر کرده که در آن شرکت‌های بازی جداگانه هزینه توسعه را در ازای سهم بیشتری از درآمد فروش متحمل می‌شوند.

همچنین این سازمان کمک می‌کند نوآوری فناورانه گسترش یابد و شیوه‌های کاری بر روی راه حل تکرار شونده و اغلب مبتکرانه فعال و متمرکز باشد و به شرکت‌های کوچک و متوسط کمک می‌کند تا در آزمایش‌های خلاقانه با استفاده از فناوری‌های جدید و نوظهور مشارکت داشته باشند، مخاطبان جدید را کشف کنند و روابط کاری بین‌رشته‌ای

1. InGame: Innovation for Games and Media Enterprise



ایجاد کنند. همچنین به ایجاد شبکه‌های بین بخشی جدید که نوآوری و عملکرد خلاق بین رشته‌ای را ترویج می‌کند، کمک می‌کند. محصولات مبتنی بر طراحی را که بر اساس مدل‌های موفق در صنایع مرتبط است را توسعه و ترویج می‌کند.

InGame همچنین نوآوری و نوآوری‌های فرآیندی را شناسایی می‌کند که به عنوان محصولات مستقل دارای پتانسیل هستند و راه‌حل‌ها و فرصت‌های جدیدی را برای تجاری‌سازی ایجاد می‌کند. این مشارکت از نوآوری فناوری جدید توسط تشکیل پنل ارزیابی نوآوری فناوری، توسعه فرآیندهای نمونه‌سازی سریع با تمرکز بر توسعه محصولات نوآوری جدید، ارائه دسترسی به یک بستر آزمایشی دیجیتال برای نوآوری در فناوری‌های متصل به نسل بعدی و قرار دادن هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و فناوری تجزیه و تحلیل داده‌ها در قلب نوآوری فناوری انجام می‌شود. طرح مشاوره تحقیق و توسعه و شبکه شریک InGame یک سرویس تحقیق و توسعه یکپارچه، نمونه‌سازی و توسعه محصول ارائه می‌دهد که از شرکت‌ها برای نوآوری فناوری‌های جدید برای بازارها، فناوری‌ها و فرآیندهای تاسیس شده و نوظهور پشتیبانی می‌کند. کمک به شرکت‌ها برای انجام ارزیابی فناوری با هدف شناسایی فناوری‌ها، فرآیندها و خدمات جدید با پتانسیل بازار صورت می‌گیرد. شرکت‌ها به پشتیبانی توسعه و پشتیبانی تخصصی بهره‌برداری از نوآوری برای باز کردن فرصت‌ها و بازارهای تجاری جدید دسترسی خواهند داشت.

این بسته حمایتی در افزایش سودآوری و پایداری در شرکت‌ها، رشد و تنوع از طریق همکاری‌های بین‌رشته‌ای و بین‌بخشی، توسعه بازار و جذب مخاطبان، بهبود رشد و انعطاف پذیری از طریق مدل‌سازی اختصاصی و سفارشی کسب و کار موثر است.

یکی دیگر از سازمان‌های فعال در صنعت بازی در بریتانیا TIGA است که یک انجمن تجاری است که صنعت بازی‌های بریتانیا را نمایندگی می‌کند. اعضای این سازمان شامل توسعه‌دهندگان بازی‌های مستقل، ناشران داخلی، شرکت‌های برون‌سپاری، کسب و کارهای نوآوری و دانشگاه‌ها هستند. چشم انداز TIGA این است که بریتانیا را به





بهترین مکان در جهان برای انجام تجارت بازی تبدیل کند. این سازمان تنها نهادی است که به طور مداوم برای تخفیف مالیاتی بازی‌های دیجیتال تلاش کرده است. این سازمان همیشه از تخفیف مالیاتی برای تولید بازی‌ها حمایت می‌کرده و مابین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ یک کمپین هفت ساله متمرکز برای معرفی بازی‌ها از تخفیف مالیاتی به راه انداخته است. این مجموعه در کنار حمایت از بازی‌سازان و فعالان عرصه تولید بازی اصل را دنبال می‌کند:

۱. محافظت از کودکان: در طراحی بازی‌هایی که احتمالاً برای کودکان جذاب هستند، باید دقت شود و ابزارها و اطلاعات لازم در مورد محتوا برای والدین، سرپرستان و کودکان فراهم گردد تا آنها را قادر سازد تا تمام جنبه‌های لذت کودکانشان از بازی‌ها را مدیریت کنند.

۲. رفتار منصفانه با مصرف‌کنندگان: با بازیکنان به‌عنوان مصرف‌کننده همیشه به شیوه‌ای منصفانه برخورد شود، علاوه بر این که از کلیه قوانین مربوط به بازاریابی، تبلیغات و حمایت از مصرف‌کننده پیروی می‌کنیم.

۳. حفاظت از جوامع برخط: جوامع بازی برخط و تعاملات آن باید امنیت کاربران را ایجاد کنند و بازیکنان را در معرض آسیب قرار ندهند.

۴. احترام به داده‌های شخصی: اقدامات مناسب باید صورت گیرد تا اطمینان حاصل شود که حقوق بازیکنان برای حفظ حریم خصوصی داده‌های شخصی رعایت می‌شود.

۵. مدیریت هزینه و زمان: با طراحی و اقدامات متناسب، میزان زمان و هزینه صرف شده برای بازی‌ها باید مدیریت شود.

یکی دیگر از نهادهای اثرگذار بر صنعت بازی در بریتانیا UKiE می‌باشد، انجمن سرگرمی‌های تعاملی انگلستان. یک انجمن تجاری غیرانتفاعی برای صنعت بازی‌های دیجیتال در بریتانیا است و قدیمی‌ترین سازمان تجارت بازی‌های دیجیتال و سرگرمی‌های تعاملی در جهان است. این سازمان ابتدا به‌عنوان انجمن ناشران نرم‌افزار تفریحی اروپا (ELSPA) و سپس انجمن ناشران نرم‌افزار سرگرمی و اوقات فراغت (ELSPA) تأسیس



شد، قبل از اینکه در سال ۲۰۱۰ به Ukie تغییر کند. هدف اصلی این سازمان نمایندگی صنعت بازی‌های دیجیتال انگلستان است. در سال جاری این مجموعه بیش از ۲۰۰۰ کسب‌وکار بازی را برای پشتیبانی از ۷۳۰۰۰ شغل در بخش بازی‌های سریع و خلاقانه و سرگرمی‌های تعاملی بریتانیا نمایندگی کرده است. این انجمن استراتژی و مشاوره برای توسعه دهندگان و ناشران ارائه می‌دهد و با اعضای دولت ملاقات می‌کند تا به ایجاد سیاست‌های مربوط به بازی‌های دیجیتال کمک کند. Ukie به رشد بخش سرگرمی‌های تعاملی بریتانیا کمک می‌کند و نمایندگی کسب‌وکارها از استودیوهای خرد گرفته تا شرکت‌های چندملیتی، توسعه‌دهندگان، ناشران و شرکت‌های خدماتی، ورزش‌های الکترونیکی و ... را به عهده دارد و تلاش می‌کند تا بریتانیا بهترین مکان در جهان برای ساخت، فروش و بازی بازی‌های دیجیتال شود. همچنین در طیف گسترده‌ای از ابتکارات و فعالیت‌ها، از آموزش گرفته تا سیاست، از رویدادها تا سرمایه‌گذاری را مدیریت می‌کند تا از این طریق به صنعت بازی کمک کند.



## ◆ حمایت مالیاتی از بازی‌های رایانه‌ای

کمک مالیاتی بازی‌های ویدیویی (VGTR)<sup>۱</sup> یکی از فرصت‌هایی است که در راستای توسعه صنایع خلاق در انگلستان مطرح شده است و به شرکت‌های واجد شرایط اجازه می‌دهد تا از تخفیف‌های مالیاتی بهره‌مند شوند.

یک بازی ویدئویی در صورتی واجد شرایط خواهد بود که برای عموم مردم عرضه شده باشد و موفق به اخذ گواهی بازی ویدئویی بریتانیا تحت قوانین آزمون فرهنگی شده باشد. این گواهی‌نامه‌ها توسط دپارتمان ورزش DCMS<sup>۲</sup> صادر می‌شوند.

همچنین این بازی‌ها باید حداقل ۲۵ درصد از کل مخارج خود را در منطقه اقتصادی اروپا صرف کرده باشند.

لازم به ذکر است بازی‌های تولید شده با اهداف تبلیغاتی و همینطور بازی‌های تولید شده برای اهداف قمار شامل امکان استفاده از این فرصت نمی‌شوند.

تنها شرکت‌هایی که به عنوان شرکت توسعه دهنده بازی‌های ویدئویی هستند، قادر خواهند بود تا مدعی استفاده از این فرصت شوند. برای واجد شرایط بودن به عنوان یک شرکت توسعه دهنده بازی‌های ویدئویی یک شرکت باید یا در بریتانیا ادغام شود و یا باید یک موسسه دائمی در بریتانیا داشته باشد.

این شرکت‌ها باید مسئول طراحی، تولید و آزمایش بازی ویدئویی باشند؛ در طول فرآیند به طور فعال در تولید، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری درگیر باشند، به طور مستقیم مذاکره، قرارداد و پرداخت حقوق، کالاها و خدمات در رابطه با بازی ویدئویی را بر عهده داشته باشند.

1. Video Games Tax Relief

2. Department for Digital, Culture, Media and Sport of the United Kingdom

یکی از بخش‌های وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش که مسئولیت فرهنگ و ورزش در انگلستان و برخی از جنبه‌های رسانه‌ای در سراسر بریتانیا، مانند پخش را بر عهده دارد. همچنین مسئولیت گردشگری، اوقات فراغت و صنایع خلاق را بر عهده دارد.



علاوه بر آن چه گفته شد، بازی‌ها باید صاحب ۱۶ امتیاز از ۳۱ امتیاز ممکن در آزمون فرهنگی باشند تا بتوانند از فرصت تخفیف‌های مالیاتی بهره‌مند شوند. این آزمون به چهار بخش تقسیم می‌شود:

محتوای فرهنگی: ۱۶ امتیاز (در این بخش از آزمون توجه به محتوای انگلیسی یا اروپایی بازی ویدئویی، توجه به بریتانیا یا منطقه اقتصادی اروپا در بازی، توجه به شخصیت‌های اصلی و شهروندان انگلیسی یا اروپایی، توجه به زبان انگلیسی (یا یکی از شش زبان اقلیت بومی بریتانیا) مورد سنجش قرار می‌گیرد.

مشارکت فرهنگی: ۴ امتیاز (در این بخش برای آن دسته از بازی‌ها که خلاقیت بریتانیا، میراث بریتانیا یا تنوع فرهنگی را نشان می‌دهند امتیاز اعطا می‌شود).

مراکز فرهنگی: ۳ امتیاز (این بخش استفاده از امکانات توسعه بازی‌های ویدئویی نظیر طراحی، ضبط موسیقی، تولید صدا و... را اندازه‌گیری می‌کند)

پرسنل: ۸ امتیاز (در نهایت این که در این بخش استفاده از پرسنل بریتانیایی را در نقش‌های توسعه بازی شامل رهبران پروژه، نمایشنامه‌نویسی، آهنگسازان، هنرمندان، برنامه‌نویسان و طراحان مورد بررسی قرار می‌دهند).



## ◆ جمع بندی

ظهور صنعت سرگرمی جدید در بریتانیا در دهه ۱۹۸۰ باعث شد بازار بازی‌های کامپیوتری رونق گرفت. امروزه، حدود ۷۰ درصد از جمعیت بریتانیا از بازی کردن لذت می‌برند. این صنعت بزرگ‌ترین صنعت سرگرمی در جهان است و به رشد خود ادامه می‌دهد. صنعت بازی‌ها به شدت رقابتی است و این صنعت به بهترین استعداد با مهارت‌های سخت نیاز دارد و بریتانیا در موقعیت بسیار خوبی در تولید بازی‌ها و همچنین تربیت نیروی انسانی قرار دارد.

سرشماری صنعت بازی‌های بریتانیا در سال ۲۰۲۲ نشان می‌دهد که ۶۷ درصد نیروی کار مرد و ۳۳ درصد زن هستند. نیروی کار صنعت بازی همچنان جوان باقی مانده‌اند و ۶۱ درصد سن خود را ۳۵ سال یا کمتر در سال ۲۰۲۲ ذکر کرده‌اند، اگرچه این کاهش جزئی در مقایسه با ۶۶ درصد دو سال قبل بود.

آمارها همچنین نشان می‌دهد نیروی کار صنعت بازی به شدت بین المللی باقی مانده است، به طوری که ۲۰٪ از افراد در صنعت بازی‌های بریتانیا ملیت خود را از منطقه اقتصادی اروپا و ۹٪ از بقیه جهان گزارش کرده‌اند. آمارهای منتشر شده از سوی آفکام نیز نشان می‌دهد که ۳۹٪ بزرگسالان بریتانیایی ۱۶ ساله به بالا و ۵۶٪ کودکان بریتانیایی ۳ تا ۱۵ ساله به صورت آنلاین بازی می‌کنند. میانگین زمان صرف شده برای بازی در هر هفته توسط بازیکنان بریتانیایی ۱۳ تا ۶۴ ساله برابر با ۷ ساعت و ۳۳ دقیقه بوده است و ۵۸٪ بازیکنان بریتانیایی در محدوده سنی ۱۳ تا ۶۴ سال که در یک سرویس اشتراک بازی ثبت‌نام کردند.



## منابع ♦

- ♦ <https://www.thecreativeindustries.co.uk/site-content/industries-games-games-why-the-uk>
- ♦ <https://www.statista.com/>
- ♦ <https://www.gwi.com>
- ♦ <https://www.nesta.org.uk/>
- ♦ <https://variety.com/2022/gaming/global/uk-consumer-games-market-report-2021-1235219704>
- ♦ <https://ukie.org.uk/>
- ♦ <https://www.innovationforgames.com/>
- ♦ <https://tiga.org/>
- ♦ [https://www.ofcom.org.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0023/238361/online-nation-2022-report.pdf](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0023/238361/online-nation-2022-report.pdf)
- ♦ <https://entaingroup.com/wp-content/uploads/2022/02/Gaming-Alliance-Responsible-Gaming-Whitepaper.pdf>
- ♦ [file:///C:/Users/Admin/Downloads/Ukie%20Diversity%20Census%20Report%202022%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/Ukie%20Diversity%20Census%20Report%202022%20(1).pdf)

## شناسنامه گزارش

نگاهی به صنعت بازی‌های دیجیتال در بریتانیا	عنوان
بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک)	نام نهاد
مهشید شهیدی	تهیه و تدوین
فرزانه شریفی	ناظر
۱۴۰۲/۰۲/۳۰	تاریخ انتشار

