

گزارش پدیده سال

# کوئیز آو کینگز: پدیده اجتماعی



نسخه رایگان

# Quiz of Kings

دانش  
هدایتگر  
تفاوتهاست



Quiz of Kings  
به یادگیری معتاد شوید



QUIZ  
OF  
KINGS



# فهرست

شروع بازی

۳

داستان کوییز آو کینگز

۴

این پژوهش چگونه انجام شده است؟

۶

برترین‌ها

۷

اعداد پررنگ مربوط به بازی

کوییزبازا

۹

اطلاعات مربوط به دستگاه‌های فعال بازی

بازی نامحدود

۲۰

اطلاعات مربوط به میزان زمان صرف شده برای بازی

یک دست چایی کوییز

۲۹

اطلاعات مربوط به میزان دست‌های بازی شده

نوبت توئه

۴۲

درباره دایرک

۴۳

استناددهی به این گزارش

۴۵

## شروع بازی

و اما بازی **Quiz of Kings**؛ این بازی که در ژانر Trivia تولید شده و گیم‌پلی بسیار ساده‌ای از دید کاربر دارد، قطعاً یک خاطره به یادماندنی از تاریخچه بازی‌های دیجیتال در کشور ما را رقم زده است. این بازی در لیگ بازی‌های رایانه‌ای ایران ۲۰۱۷، پر مخاطب‌ترین بازی در مسابقات بود. کوییز آو کینگز، یکی از پر مخاطب‌ترین بازی‌ها در ایران محسوب شده و نیز یکی از پردرآمدترین بازی‌ها در کشور به حساب می‌آید. کوییز، یک بازی بیشتر مردانه یا بیشتر زنانه نیست، کوییز، یک بازی دوستانه و خانوادگی است. اگرچه گیم‌پلی بازی بسیار ساده است اما در عین حال طرفدارانی از همه سنین دارد. جذابیت این بازی بیشتر معطوف به محتوا است، محتوایی که بیشتر توسط خود کاربران تولید می‌شود و گسترش می‌یابد. فارغ از اظهارنظرهای انتقادی درباره بازی دیجیتالی بودن کوییز آو کینگز، از نظر بازیکنان میلیونی این بازی، کوییز، یک بازی جذاب و درگیرکننده است. این بخشی از دلایلی است که این بازی توسط مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال به عنوان پدیده سال انتخاب شد. داده‌های بدست آمده از این بازی نیز که با مساعدت و همکاری بی‌دریغ تیم حرفه‌ای و جوان سازنده کوییز در اختیار DIREC قرار گرفت، مهر تاییدی بر این انتخاب است.

اطلاعات ارائه شده در این گزارش به طور خاص می‌تواند مورد توجه بازی‌سازان قرار گرفته و در موفقیت بازی‌های تولید شده و یا در شرف ساخت تاثیر به‌سزایی داشته باشد. اطلاعات مورد اشاره در این گزارش، بازه زمانی از ابتدای پاییز ۹۴ تا انتهای پاییز ۹۶ را پوشش می‌دهد و غالب مطالب مطرح شده در این گزارش رایگان، متمرکز بر توصیف داده‌های اصلی بدست آمده از بازی است، داده‌هایی که عمدتاً مبتنی بر دستگاه‌های فعال این بازی است، مباحثی از قبیل شاخص چسبندگی، نرخ نگهداشت، زمان صرف شده، نوبت بازی کردن و ...

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال در نظر دارد تا در گزارشی که متعاقب این گزارش در سال ۱۳۹۷ منتشر می‌شود، به تحلیل داده‌های مرتبط با این بازی پرداخته و از توصیف صرف این داده‌ها فراتر رود. این بررسی عمیق‌تر، در صورت استفاده، می‌تواند به بهبود ارزش در شاخص‌های کلیدی عملکرد بازی‌های تولید شده توسط بازی‌سازان جوان ایرانی کمک کند.

این گزارش نتیجه اعتماد یکی از موفق‌ترین تیم‌های بازی‌سازی ایرانی به تیم تحقیقاتی ما است تا بتوانیم اطلاعاتی کلیدی پیرامون یک بازی موفق را در فضای رو به رشد و رقابتی این صنعت نوپا به اشتراک گذاشته، مسیری را برای جلوگیری از شکست‌ها و ناامیدی‌های احتمالی تیم‌های بازی‌سازی جوان و مستعد ایرانی ترسیم کرده و به رشد و بلوغ بازی‌سازی در کشور از طریق توصیف، تحلیل و پیش‌بینی اطلاعات ضروری در این حوزه، یاری رسانیم.

سید محمد علی سید حسینی  
مدیرعامل دایرک



# داستان کوپیز آو کینگز

ما ۶ نفر از دانشجویان دانشگاه امیرکبیر بودیم که قبل از شروع کار روی کوپیز، در جاهای مختلفی با هم کار کرده بودیم. تو یکی از شرکت‌هایی که مشغول به کار بودیم، مدیر اون مجموعه ایده کوپیز رو به عنوان یک بازی برای آزمایش گروه مطرح کرد و حاضر شد که سرمایه‌ی اولیه رو تامین کنه تا بعد از آزمایش تیم، یک استودیوی بازی‌سازی تاسیس بشه. ۴ ماه روی تولید نمونه‌ی اولیه وقت گذاشتیم. موازی با اون فراخوانی رو برای تولید محتوا در دانشگاه دادیم تا با کمک بقیه دانشجویها بتونیم محتوای اولیه بازی رو تامین کنیم. ۱۰ هزار سوال از همین طریق آماده شد و نمونه اولیه رو در مایکت منتشر کردیم. یک ماه روی بازخوردهایی که از کاربران مایکت گرفتیم کار کردیم و مشکلات اصلی رو حل کردیم. علاوه بر اون، گرافیک بازی رو هم تغییر دادیم و بعد از آماده شدن نسخه‌ی اصلی، اون رو در کافه بازار منتشر کردیم. به خاطر جدی‌تر شدن کار، تصمیم گرفتیم شغل فعلیمون رو که درآمد نسبتاً خوبی هم داشت رها کنیم و کار رو توی یک اتاق کوچیک تو زیرزمین دانشکده کامپیوتر دانشگاه امیرکبیر ادامه دادیم. تو این زمان، تاسیس استودیوی بازی‌سازی رو موقتاً گذاشتیم کنار و تمرکز اصلی رو گذاشتیم رو خود کوپیز. ۶ ماه روی آپدیت‌ها و بهبود بازی کار کردیم و با اینکه تا قبل از عید سال ۹۵ بیش از ۲۰ هزار کاربر فعال روزانه داشتیم، ولی درآمد ماهیانه‌مون ۵ میلیون تومان بود که عدد ناامیدکننده‌ای بود! به همین خاطر برای عید یه برنامه‌ریزی اساسی کردیم و با یک آپدیت ویژه بر اساس تحقیق‌هایی که کرده بودیم و یک کمپین تبلیغاتی در نوروز، تونستیم تغییری رو ایجاد کنیم که عید ۹۵ رو تبدیل به یک نقطه‌ی عطف و شروع موفقیت‌های کوپیز کرد. روز به روز تعداد کاربرها بیشتر می‌شد؛ تا جایی که تکنولوژی‌هایی که داشتیم دیگه جوابگوی حجم بالای تعداد کاربرانمون نبود و باعث شد با مشکلات متعددی مواجه بشیم. با توجه به اینکه زیرساخت‌های مناسب برای استفاده وجود نداشت، خودمون شروع کردیم به تغییر تکنولوژی‌ها و استفاده از به‌روزترین تکنولوژی‌های روز دنیا (که این کار تقریباً یک سال زمان برد و در این مدت یه سری از مشکلات پابرجا مونده بودن؛ ولی در حال حاضر شرایط خوبی رو داریم از این نظر). بعد از افتی که به خاطر کم بودن تجربه نسبت به سرعت رشد کاربران داشتیم، سعی کردیم که اون افت‌ها رو جبران کنیم؛ تابستان ۹۶ ویژگی بازی گروهی که یکی از جذاب‌ترین ویژگی‌های بازی تا به

امروز هست رو به بازی اضافه کردیم؛ ویژگی‌ای که هیچ یک از بازی‌های مطرح دنیا در سبک دانستی اون رو ندارن و یک ویژگی منحصر به فرد محسوب میشه و نتیجه خوبی هم از اون گرفتیم و خدا رو شکر اکثر مشکلاتی که داشتیم رو پشت سر گذاشتیم.

در حال حاضر یک تیم ۲۵ نفره پویا و پرانرژی داریم که تمرکز اصلیمون رو گذاشتیم روی اضافه کردن ویژگی‌های جدید و جذاب و همچنین چالش‌های جذابی که جدیداً به بازی اضافه شدن و باعث شدن بازی از یکنواختی خارج بشه و هیجان تازه‌ای به بازی دادن. علاوه بر اون، تمرکز جدی روی بحث محتوا داریم تا بتونیم هم کیفیت سوالات بیشتر از همیشه باشه و هم سرعت بازرسی سوالات کاربران به حداکثر خودش برسه. تیم پشتیبانی رو تقویت کردیم و روی موارد اصلی که از سمت کاربران گزارش میشه تمرکز ویژه‌ای داریم. عید امسال هم برنامه‌های هیجان‌انگیزی داریم؛ مسابقات و چالش‌های جذاب با جوایز فوق‌العاده.

تابستون سال ۹۶ با حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای اولین دوره مسابقات جایزه بزرگ «کوئیز کاپ» که اولین مسابقه حضوری کوئیز بود رو با حضور ۱۰۰۰ شرکت کننده از سراسر ایران در برج میلاد برگزار کردیم و علاوه بر اینکه رکورد تعداد ثبت نام کنندگان در تمام ادوار رو شکستیم، نتایج بسیار خوبی رو هم گرفتیم و تمام تلاشمون رو خواهیم کرد که در سال‌های آینده هم این رویداد رو با کیفیت بیشتری برگزار کنیم.

یکی دیگه از اهداف اصلی کوئیز در سال ۹۷، انتشار بازی در حداقل یک کشور دیگه هست که امیدواریم با توجه به کیفیتی که داریم بتونیم در عرصه بین‌المللی هم حضور پررنگی داشته باشیم و باعث افتخار کشورمون ایران باشیم.

در آخر تشکر می‌کنم از همه عزیزانی که ما رو در این مسیر حمایت کردن و همچنین از کوئیزبازهای عزیزمون که با وجود تمام کمی و کاستی‌ها همیشه با ما همراه و باعث پیشرفت روزافزون ما بودن.

امیرحسین ناطقی

مدیر استودیو Quiz of Kings



## این پژوهش چگونه انجام شده است؟

در نسخه رایگان گزارش پدیده سال، صرفاً به توصیف برخی از شاخص‌های داخلی بازی بسنده شده است. دسترسی به داده اولیه این شاخص‌ها با همکاری استودیو کوپیز آو کینگز و از طریق پلتفرم آماری و تحلیلی بازی میسر گردید و صحت اطلاعات ارائه شده توسط این تیم تأیید شد.

بازه زمانی مورد بررسی، از ابتدای پاییز ۹۴ تا انتهای پاییز ۹۶ بوده است. با هدف بررسی دقیق‌تر، بازه‌های زمانی در مقاطع فصلی تفکیک شده‌اند و در غالب نمودارها، معیارها به صورت میانگین در هر فصل ارائه گشته‌اند. اگرچه مهرماه ۹۴ تاریخ انتشار رسمی بازی نیست و بازی اندکی پیش از این در فروشگاه‌های دیجیتال منتشر گردیده، عملاً از مهرماه ۹۴ معرفی بازی به بازیکنان صورت گرفته است و می‌توان پاییز ۹۴ تا پاییز ۹۵ را سال اول انتشار بازی در نظر گرفت. با وجود این، در مورد برخی اطلاعات، خصوصاً در سطح هفتگی و روزانه، داده‌های ماه‌های ابتدایی انتشار در دسترس نبوده است که به این دلیل در این موارد، اطلاعات از بهار ۹۵ ارائه گشته‌اند. از سوی دیگر، انتخاب انتهای آذرماه ۹۶ به عنوان نقطه پایانی بازه تحلیل، با هدف بررسی بازی در دو سال پس از انتشار صورت گرفته است اما در عین حال این انتخاب باعث می‌شود تا داده‌های مربوط به زمستان ۹۶ در گزارش منعکس نشده باشند. با هدف تسهیل قرائت گزارش، تا حد امکان اعداد بدون اعشار بوده و اصطلاحاً گرد شده‌اند. در مواردی که اعداد به یکدیگر بسیار نزدیک هستند، به حسب نیاز، با دو رقم اعشار نمایش داده شده‌اند.

پویان نژادی

سرپرست تجزیه و تحلیل‌های آماری دایرک





# برترین‌ها

(اعداد پررنگ مربوط به بازی)



## از ابتدای پاییز ۹۴

## تا انتهای پاییز ۹۶...

۱. ۸ میلیون و ۸۵۰ هزار و ۲۶۹ دستگاه فعال (Active Device) برای بازی وجود داشته است. باید توجه داشت که تعداد حساب‌های کاربری (User ID) ساخته شده برای بازی در این بازه زمانی، ۱۱ میلیون و ۱۳۳ هزار و ۸۸۴ عدد بوده که علت این اختلاف، ثبت چند حساب کاربری روی یک دستگاه و یا تولید حساب‌های کاربری تقلبی در ابتدای انتشار بازی است.
۲. به صورت میانگین ۱ میلیون و ۴ هزار و ۴۱۱ دستگاه فعال ماهیانه (Monthly Active Device) برای بازی وجود داشته است. این معیار به معنای تعداد دستگاه‌های منحصربه‌فردی است که در یک بازه یک ماهه وارد بازی می‌شوند.
۳. به صورت میانگین ۲۲۹ هزار و ۴۸۴ دستگاه فعال روزانه (Daily Active Device) برای بازی وجود داشته است. این معیار به معنای تعداد دستگاه‌های منحصربه‌فردی است که در یک بازه یک روزه وارد بازی می‌شوند.
۴. زمان صرف شده (Time Spent) برای بازی کوییز، در مجموع ۷ میلیارد و ۷۱۶ میلیون و ۹۲۲ هزار و ۴۳۴ دقیقه بوده است.
۵. در مجموع ۲ میلیارد و ۳۶۶ میلیون و ۱۴۱ هزار و ۱۲۷ دست (Session) کوییز بازی شده است. در اینجا منظور از دست، تعداد دفعات ورود به بازی است و نباید با هر دست مسابقه که داخل بازی انجام می‌شود اشتباه گرفته شود.
۶. به طور متوسط، هر دستگاه فعال روزانه، نزدیک به ۱۲ دست کوییز در هر روز بازی کرده است. ماهیت نوبتی (Turn-based) بودن بازی کوییز، عامل ایجاد این تعداد دست‌ها در روز است.
۷. به طور متوسط طول هر دست (Session Length)، ۱۹۶ ثانیه بوده است.
۸. ۵ برند اصلی گوشی هوشمند یا تبلت با بیشترین تعداد دستگاه فعال، بیشترین زمان صرف شده برای بازی و بیشترین تعداد دست‌های بازی شده، به ترتیب برندهای SONY، APPLE، HUAWEI، SAMSUNG و LG بوده‌اند.
۹. بیش از ۹۰ درصد از سهم دستگاه‌های فعال، زمان صرف شده برای بازی و تعداد دست‌های بازی شده مختص گوشی‌های هوشمند و باقی برای تبلت‌ها بوده است.
۱۰. بیش از ۸۵ درصد از سهم دستگاه‌های فعال، زمان صرف شده برای بازی و تعداد دست‌های بازی شده مختص سیستم عامل اندروید و باقی برای iOS بوده است.

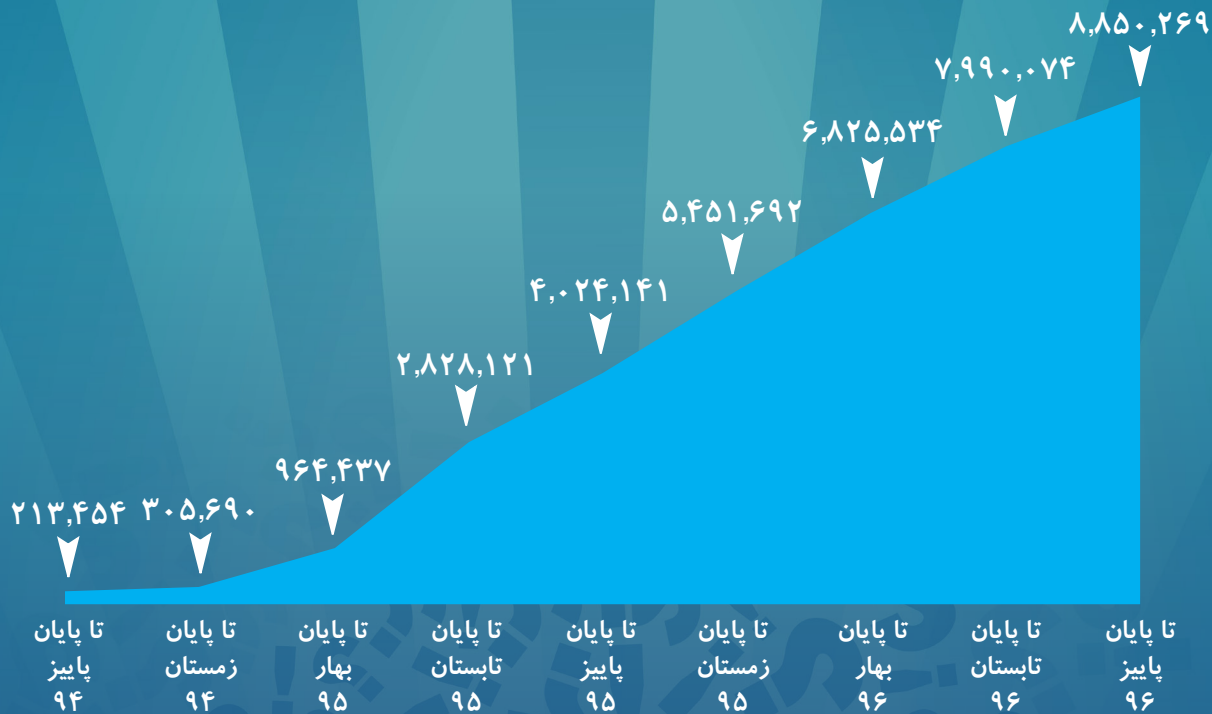
# کوئیزبازا

(اطلاعات مربوط به دستگاه‌های فعال بازی)

همان‌طور که مطرح شد، دستگاه فعال دستگاهی محسوب می‌شود که در یک بازه زمانی مشخص وارد بازی شده است. در این بخش، در بازه‌های زمانی مختلف این دستگاه‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند.



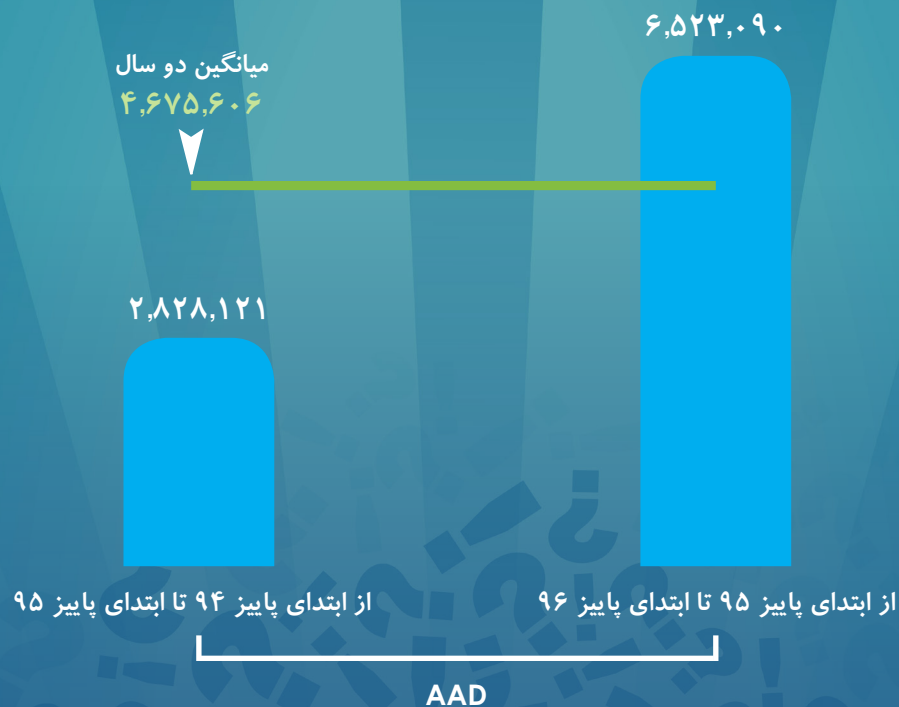
# تعداد کل دستگاه‌های فعال (Active Devices)



این نمودار مقادیر تجمعی دستگاه‌های فعال بازی را مشخص می‌کند. اگرچه دستگاه‌های فعال به تنهایی بیانگر تعداد کاربران واقعی بازی نیست؛ تعداد دستگاه‌های فعال که در ابتدای بهار ۹۵ مقدار ۳۰۵ هزار و ۶۹۰ دستگاه بوده است، در پایان این سال به ۵ میلیون و ۴۵۱ هزار و ۶۹۲ دستگاه رسیده است که رشد ۱۶۸۳ درصدی دستگاه‌های فعال در این سال، بازی کوئیز آو کینگز را تبدیل به پدیده سال ۹۵ می‌نماید.

## تعداد دستگاه‌های فعال سالیانه

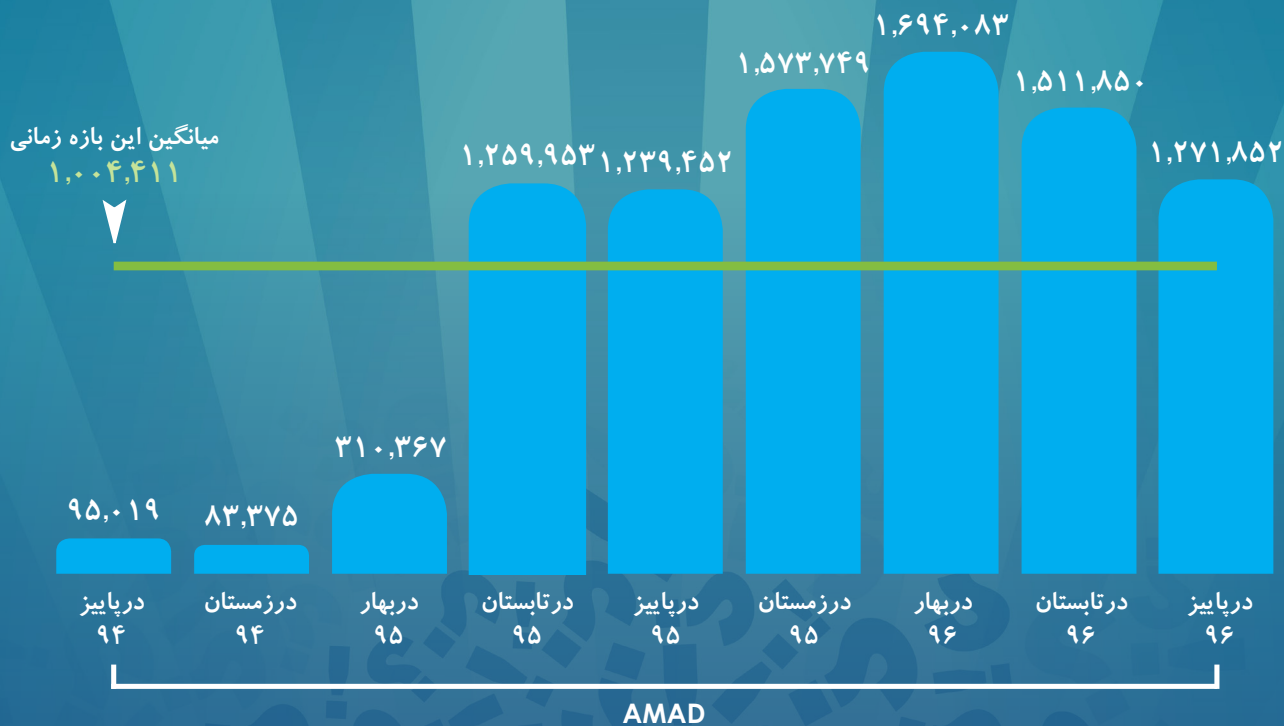
(Annual Active Devices یا AAD)



این عدد نسبت به دستگاه‌های فعال دید نسبتاً بهتری از کاربران بازی ارائه می‌دهد. در سال اول انتشار، تعداد دستگاه‌هایی که حداقل یک مرتبه وارد بازی شده‌اند، نزدیک به ۳ میلیون بوده است که در سال دوم انتشار با ۱۳۱ درصد رشد، این عدد به بیش از ۶ میلیون می‌رسد.

## میانگین تعداد دستگاه‌های فعال ماهیانه

(Average Monthly Active Devices یا AMAD)



در تحلیل‌های داده محور بازی، این عدد، از مهم ترین مبانی تحلیل محسوب می‌شود. همان‌طور که مشخص است، میانگین تعداد دستگاه‌های فعال ماهیانه در بهار ۹۶ به مقدار ۱ میلیون و ۶۴۹ هزار و ۸۳ دستگاه بوده است. این بدان معناست که به طور متوسط در هر یک از ماه‌های بهار ۹۶ بیش از ۱ میلیون و ۶۴۹ هزار دستگاه فعال برای بازی وجود داشته است که در این بازه، بهار ۹۶ را پر ترافیک ترین فصل از لحاظ دستگاه فعال ماهیانه می‌کند. این مقدار در تابستان و پاییز ۹۶ روند کاهشی گرفته است که به نقل از تیم توسعه‌دهنده بازی، یکی از علل اصلی آن وقوع مشکلات فنی در زیرساخت بازی در ابتدای سال ۹۶ بوده است.

# میانگین تعداد دستگاه‌های فعال هفتگی

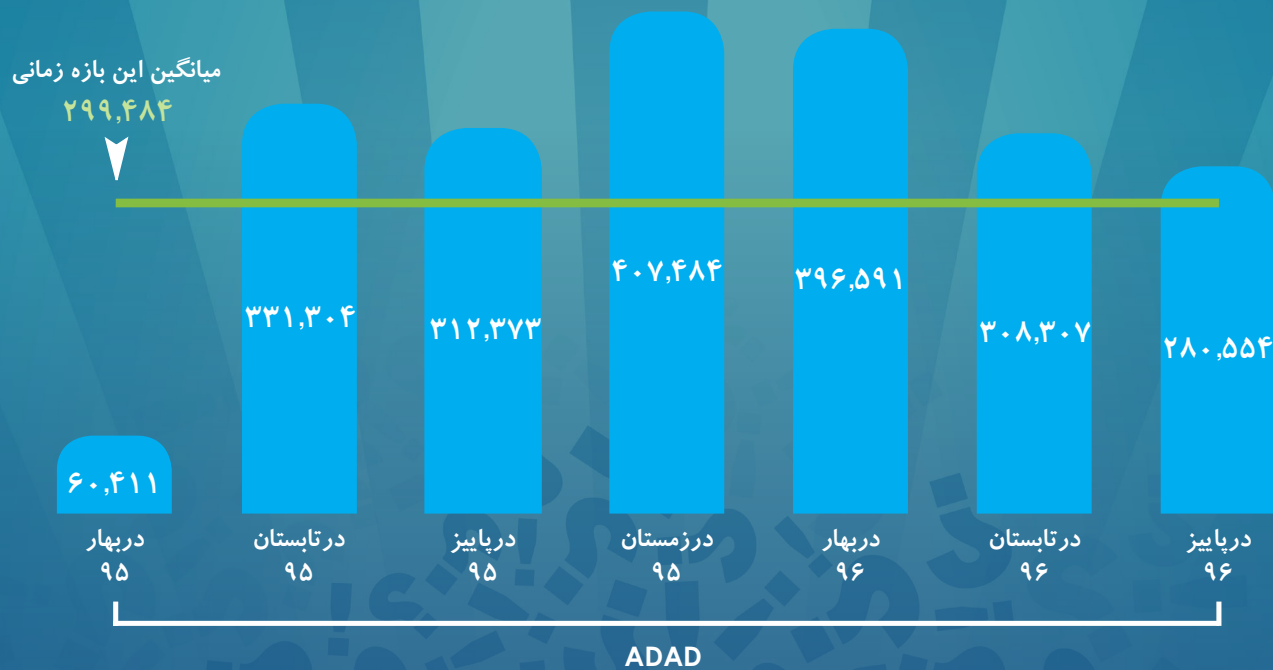
(Average Weekly Active Devices یا AWAD)



به صورت میانگین، از ابتدای بهار ۹۵ تا انتهای پاییز ۹۶، ۶۴۲ هزار و ۵۲۰ دستگاه در هر هفته فعال بوده‌اند. هفته‌های بهار ۹۶ از بیشترین میزان دستگاه‌های فعال برخوردار هستند.

## میانگین تعداد دستگاه‌های فعال روزانه

(Average Daily Active Devices یا ADAD)

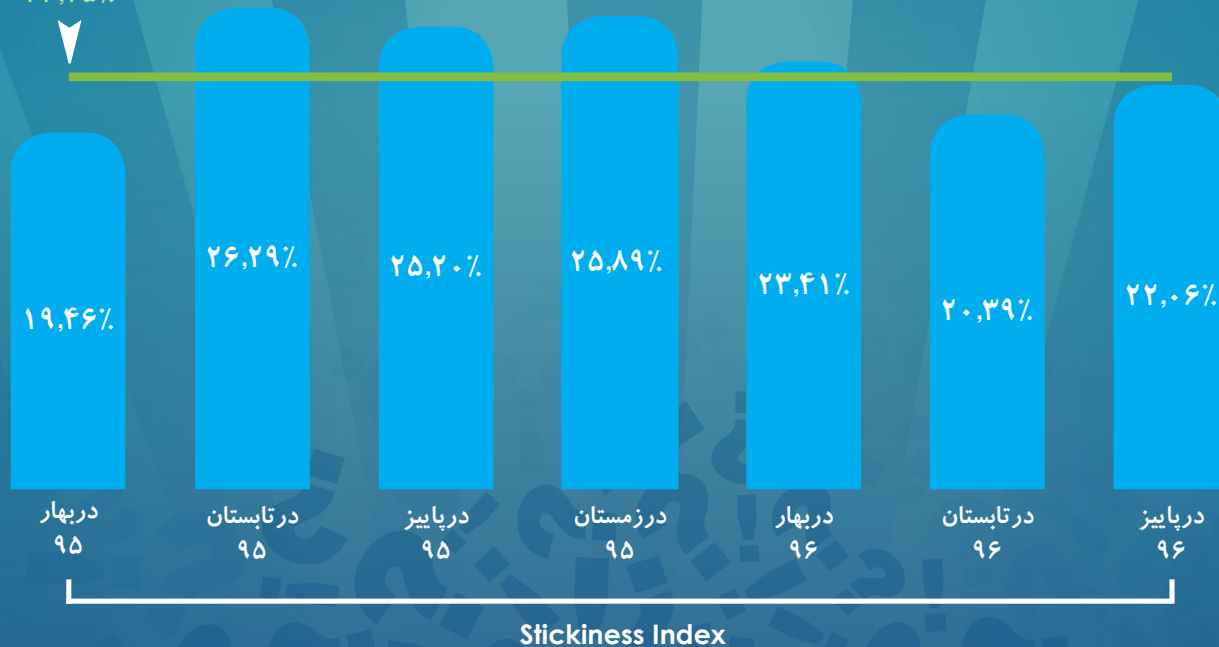


روزهای زمستان ۹۵ دارای بیشترین تعداد دستگاه‌های فعال بوده‌اند. اهمیت وجود زیرساخت‌های فنی قدرتمند برای پشتیبانی از این تعداد بازیکن رو به رشد بسیار حائز اهمیت محسوب می‌شود. لازم به تاکید است که بازی در سال ۹۶ با برخی از مشکلات فنی مواجه شده که پس از برطرف شدن این مشکلات، ADAD در زمستان ۹۶ رشد داشته است.



## شاخص چسبندگی بازی (Stickiness Index)

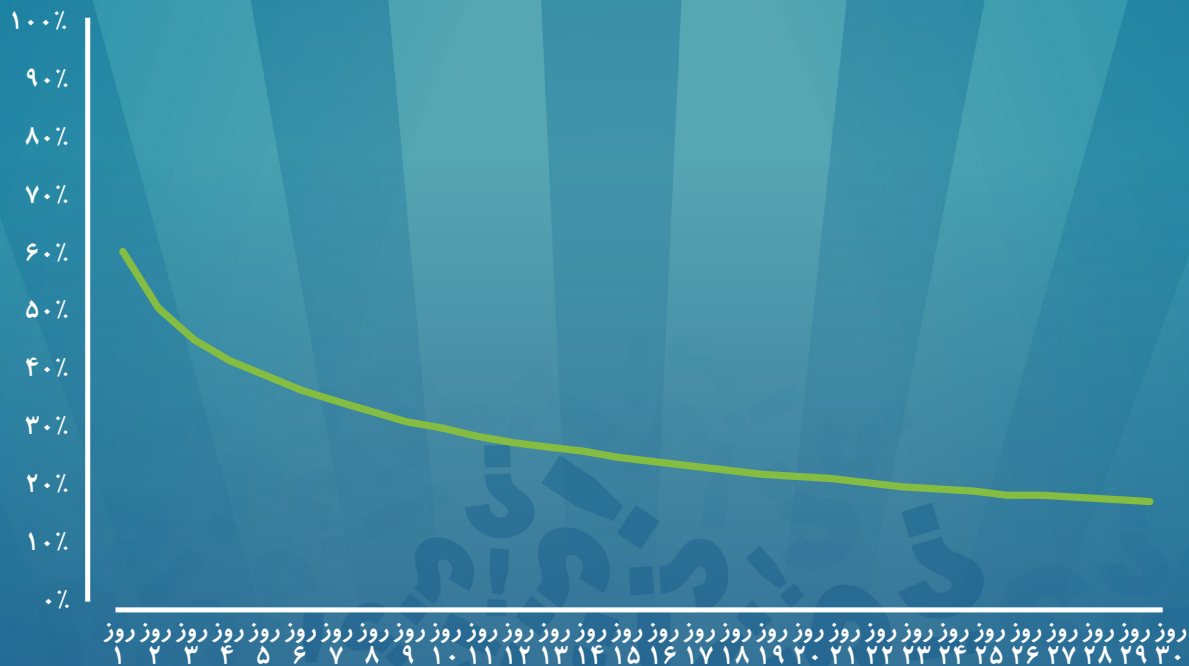
میانگین این بازه زمانی  
۲۳,۲۵%



شاخص چسبندگی بازی که معیاری از متوسط میزان درگیری بازیکنان با بازی است، در این گزارش از تقسیم ADAD هر فصل به AMAD همان فصل به دست آمده است. مطابق با نمودار، روند مشخصی میان شاخص‌های چسبندگی بازی در فصول مختلف وجود ندارد و این شاخص در مقاطع گوناگون، اعداد متنوعی را به خود گرفته است. با این حال به صورت میانگین، شاخص چسبندگی بازی در این بازه زمانی ۲۳,۲۵ درصد بوده است.

## میانگین نرخ نگهداشت (Retention Rate)

به صورت روزانه برای بازی از ابتدای پاییز ۹۵ تا ابتدای پاییز ۹۶



این معیار مشخص کننده درصد بازگشت به بازی به صورت متوالی در بازه زمانی ۱ تا ۳۰ روزه پس از نصب بازی است. به صورت میانگین در سال دوم انتشار (از ابتدای مهرماه ۹۵ تا ابتدای مهرماه ۹۶) نرخ نگهداشت روز اول پس از نصب برای بازی ۶۱ درصد، روز سوم، ۴۶ درصد، روز هفتم، ۳۵ درصد، روز بیست و یکم، ۲۱ درصد و روز سی ام، ۱۷ درصد بوده است. این مقادیر از متوسط نرخ نگهداشت بازی های موبایلی که به نقل از **GameAnalytics** برای روز اول بین ۳۵-۴۰ درصد، روز سوم ۲۰-۲۵ درصد، روز هفتم حدود ۱۵ درصد و روز سی ام حدود ۵ درصد است بسیار بالاتر بوده و موفقیت بازی در نگهداشت بازیکنان را مشخص می کند.

## سهم درصدی گوشی هوشمند و تبلت

از کل دستگاه‌های فعال



مشخص است که گوشی‌های هوشمند در میان دستگاه‌های فعال سهم غالب را دارند و این سهم در فصول مختلف، صرفاً دچار تغییرات جزئی گشته است. در کل به صورت میانگین در این بازه زمانی، ۹۲ درصد از دستگاه‌های فعال گوشی هوشمند و ۸ درصد تبلت بوده‌اند.

## پنج برند گوشی هوشمند یا تبلت

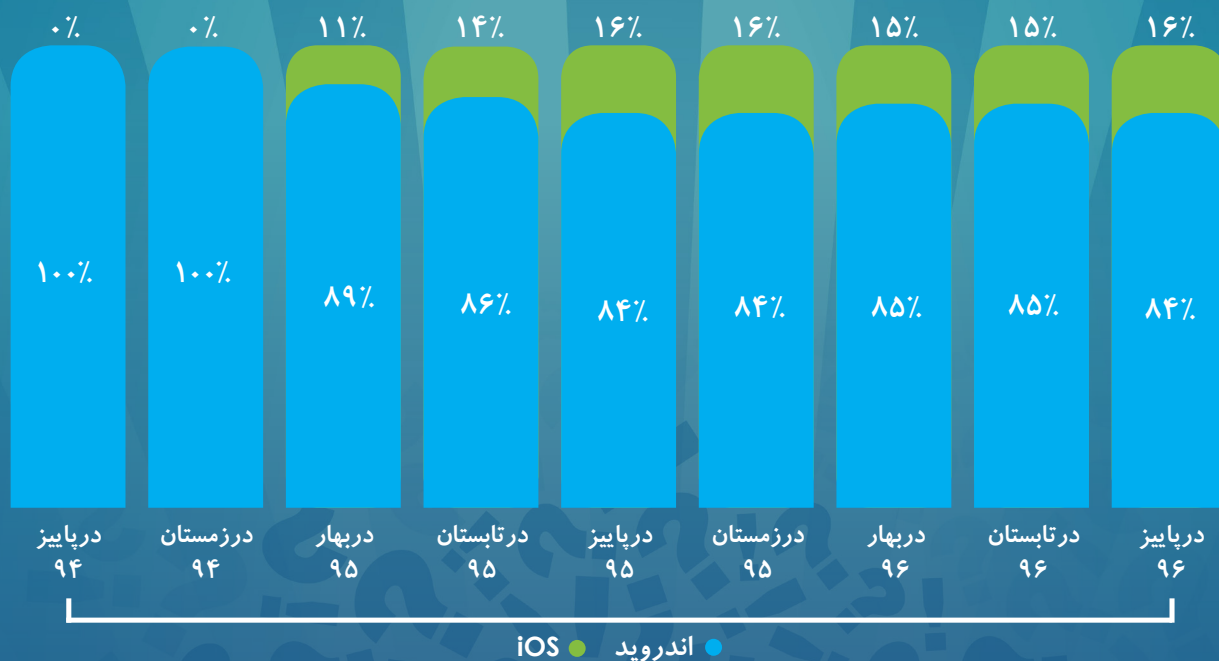
با بیشترین تعداد دستگاه فعال در بازی

رتبه	درپاییز ۹۴	درزمستان ۹۴	دربهار ۹۵	درتابستان ۹۵	درپاییز ۹۵	درزمستان ۹۵	دربهار ۹۶	درتابستان ۹۶	درپاییز ۹۶
۱	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG
۲	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI
۳	SONY	SONY	Apple	Apple	Apple	Apple	Apple	Apple	Apple
۴	LG	htc	SONY	SONY	SONY	SONY	SONY	SONY	SONY
۵	htc	LG	LG	LG	LG	LG	LG	LG	LG

باید توجه داشت که در سال ۹۴ نسخه iOS بازی منتشر نشده است و به همین جهت، در این سال برند APPLE سهمی از دستگاه‌های فعال ندارد. با این حال از بهار ۹۵ این برند در ۵ برند اصلی قرار می‌گیرد. به صورت میانگین در کل این بازه، به ترتیب برندهای SAMSUNG، HUAWEI، APPLE، SONY و LG دارای بیشترین دستگاه‌های فعال بوده‌اند.

## سهم درصدی اندروید و iOS

از تعداد کل دستگاه‌های فعال



فراگیری سیستم عامل اندروید باعث می شود تا توسعه دهندگان مستقل با سهولت بیشتری برنامه خود را روی این سیستم عامل توسعه دهند. این ویژگی در بازی کوپیز به شکل پررنگی قابل مشاهده است. فارغ از اینکه در سال ۹۴ نسخه iOS بازی توسعه داده نشده بود؛ به طور متوسط، ۸۷ درصد از دستگاه‌های فعال در طول این بازه زمانی، دارای سیستم عامل اندروید بوده اند که در این میان سامسونگ بیشترین تعداد دستگاه‌ها را در اختیار دارد.

# بازی نامحدود

(اطلاعات مربوط به میزان زمان صرف شده برای بازی)

هر دستگاه مدت زمان مشخصی را برای بازی، در یک بازه زمانی صرف کرده است. در این بخش میزان زمان صرف شده برای بازی توسط دستگاهها ارائه شده‌اند.



## مجموع دقایق صرف شده برای بازی

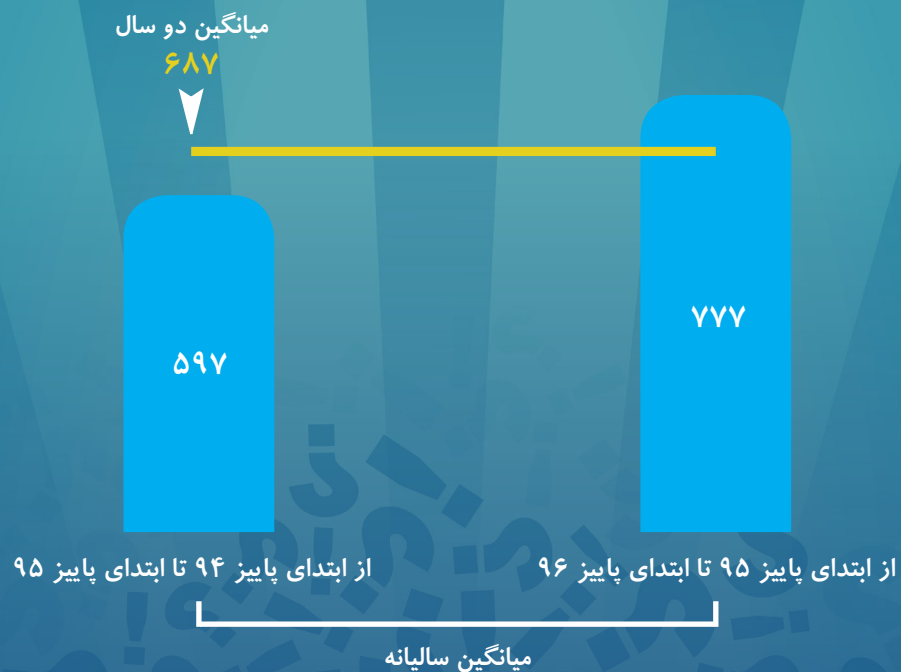
(Time Spent)



مجموع دقایق صرف شده برای بازی در فصول مختلف، مشخص است. بر این اساس زمستان ۹۵ بیشترین میزان دقایق صرف شده برای بازی را داشته است و همچنین مجموع دقایق صرف شده برای بازی از ابتدای پاییز ۹۴ تا انتهای پاییز ۹۶ به میزان ۷ میلیارد و ۷۱۶ میلیون و ۹۲۲ هزار و ۴۳۴ دقیقه بوده است.

میانگین دقایق صرف شده برای بازی

توسط یک دستگاه فعال سالیانه در طول یک سال



به صورت میانگین، هر دستگاه فعال سالیانه، ۶۸۷ دقیقه در سال را صرف بازی کویز کرده است. سال دوم انتشار نسبت به سال اول به وضوح رشد بیشتری در میانگین دقایق صرف شده را با ۳۰ درصد رشد شاهد بوده است.



میانگین دقایق صرف شده برای بازی

توسط یک دستگاه فعال ماهیانه در طول یک ماه

میانگین این بازه زمانی

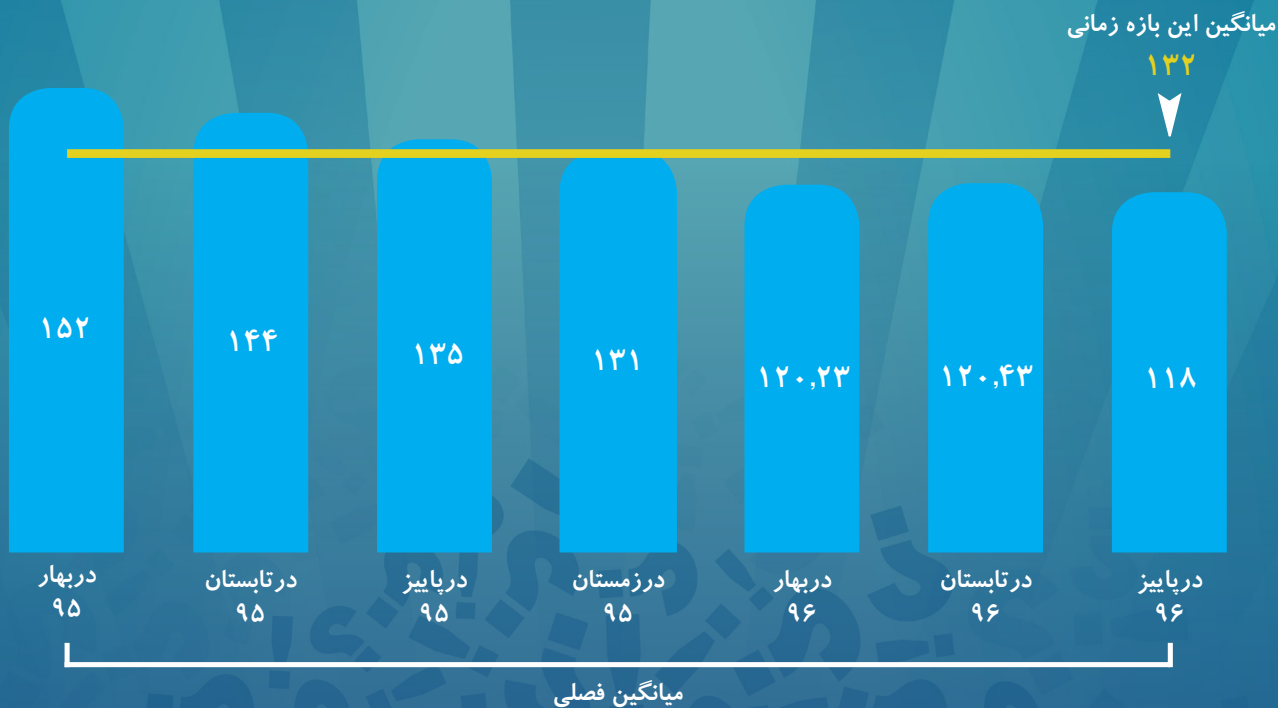
۲۷۹



همان‌طور که مشخص است، دستگاه‌های فعال ماهیانه به طور متوسط ۲۷۹ دقیقه در ماه برای بازی وقت صرف می‌کنند. به طور میانگین، ماه‌های فصل تابستان ۹۵ از بیشترین میزان زمان صرف شده به ازای یک دستگاه فعال ماهیانه برخوردار بوده‌اند.

میانگین دقایق صرف شده برای بازی

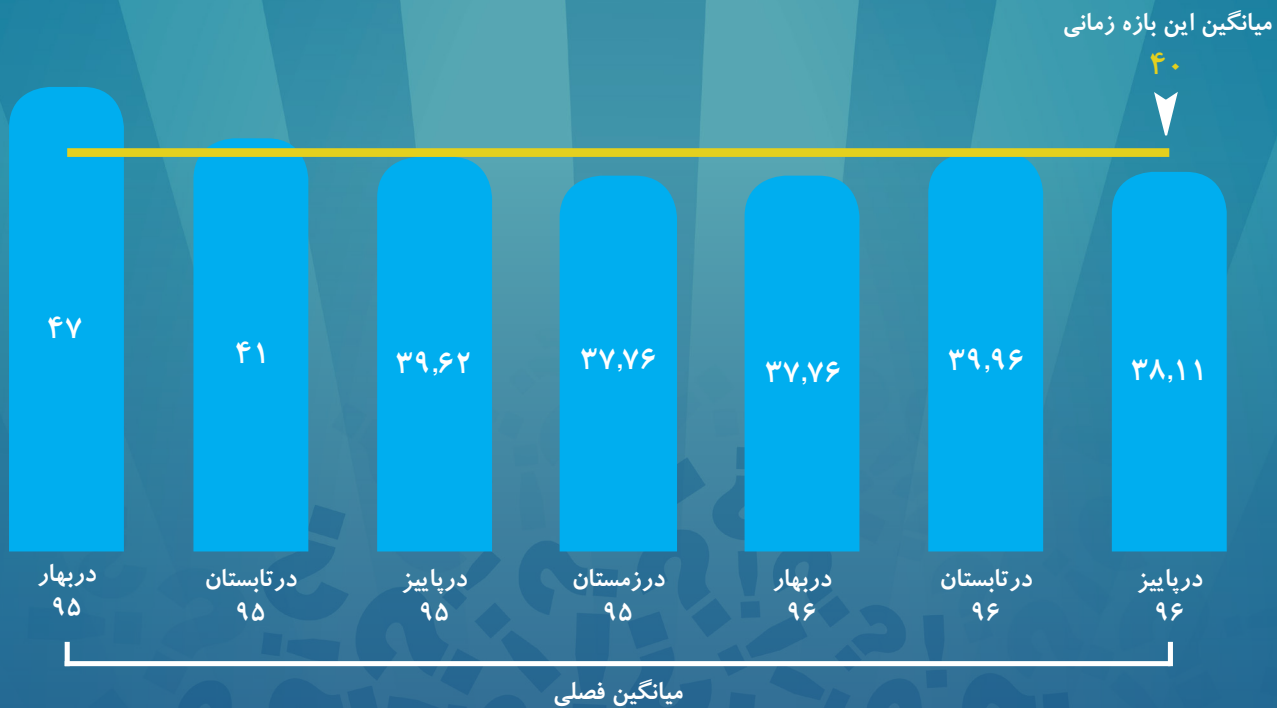
توسط یک دستگاه فعال هفتگی در طول یک هفته



هفته‌های سپری شده در بهار ۹۵ بیشترین میزان دقایق صرف شده برای بازی توسط یک دستگاه فعال هفتگی را داشته‌اند. مقدار این معیار به صورت میانگین، ۱۳۲ دقیقه در هفته بوده است.

## میانگین دقایق صرف شده

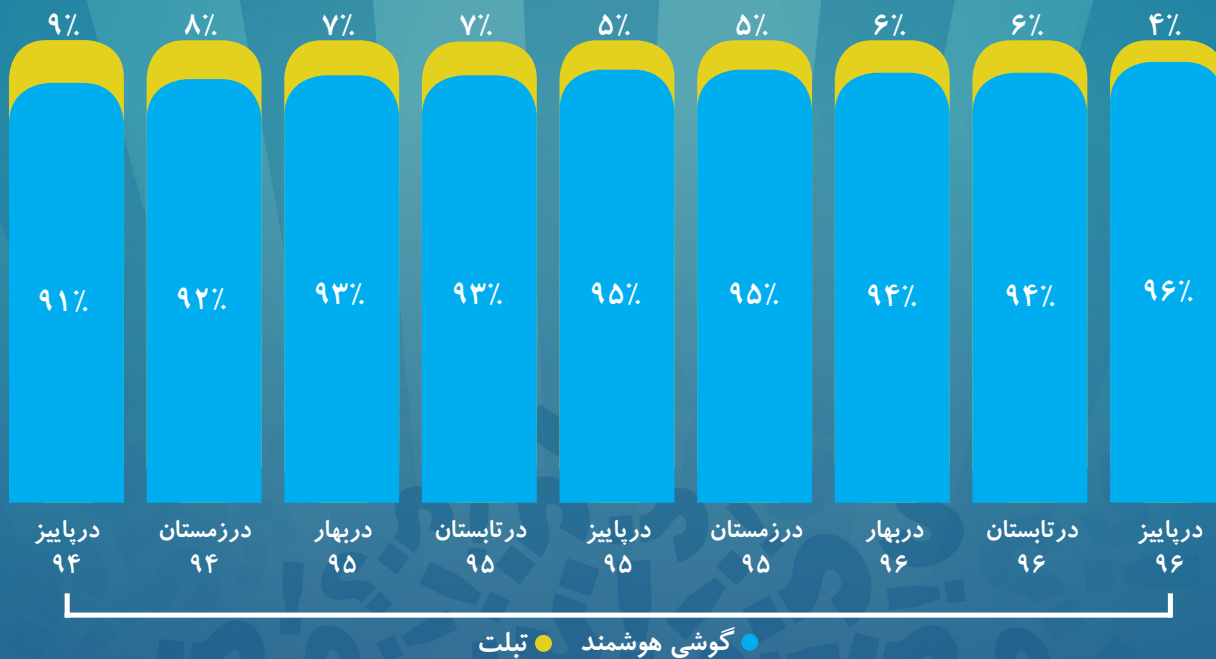
برای بازی توسط یک دستگاه فعال روزانه در طول یک روز



متوسط دقایقی که یک دستگاه فعال روزانه برای بازی کردن صرف می کند، ۴۰ دقیقه در روز است. این عدد نیز در بهار ۹۵ بیشترین میزان خود را دارا بوده و هر دستگاه فعال روزانه در روزهای بهار ۹۵، به صورت متوسط ۴۷ دقیقه وقت صرف بازی می کرده است.

## سهم درصدی گوشی هوشمند و تبلت

از مجموع دقایق صرف شده برای بازی



الگوی نسبت گوشی هوشمند و تبلت در اینجا نیز به شکلی مشابه با تعداد دستگاه‌های فعال تکرار شده است. در مجموع، در این بازه زمانی به صورت میانگین، ۹۴ درصد از زمان صرف شده برای بازی برای گوشی هوشمند و ۶ درصد برای تبلت بوده است.

## پنج برند گوشی هوشمند یا تبلت

با بیشترین میزان مجموع دقایق صرف شده برای بازی

رتبه	درپاییز ۹۴	درزمستان ۹۴	دربهار ۹۵	درتابستان ۹۵	درپاییز ۹۵	درزمستان ۹۵	دربهار ۹۶	درتابستان ۹۶	درپاییز ۹۶
۱	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG
۲	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI
۳	SONY	SONY	Apple	Apple	Apple	Apple	Apple	Apple	Apple
۴	htc	htc	SONY	SONY	SONY	SONY	SONY	SONY	SONY
۵	LG	LG	LG	htc	LG	LG	LG	LG	LG

به صورت میانگین در کل این بازه، به ترتیب برندهای SAMSUNG، HUAWEI، APPLE، SONY و LG دارای بیشترین دقایق صرف شده برای بازی بوده‌اند.

## سهم درصدی اندروید و iOS

از مجموع دقایق صرف شده برای بازی



در کل از ابتدای مهر ۹۴ تا انتهای آذر ۹۶ به صورت میانگین ۸۷ درصد از زمان صرف شده با سیستم عامل اندروید و ۱۳ درصد با iOS بوده است. در این میان سهم گوشی‌های هوشمند با برند سامسونگ از کل زمان صرف شده ۴۷ درصد است که بیشترین سهم را در میان برندها دارد.

# یک دست چایی کوئیز

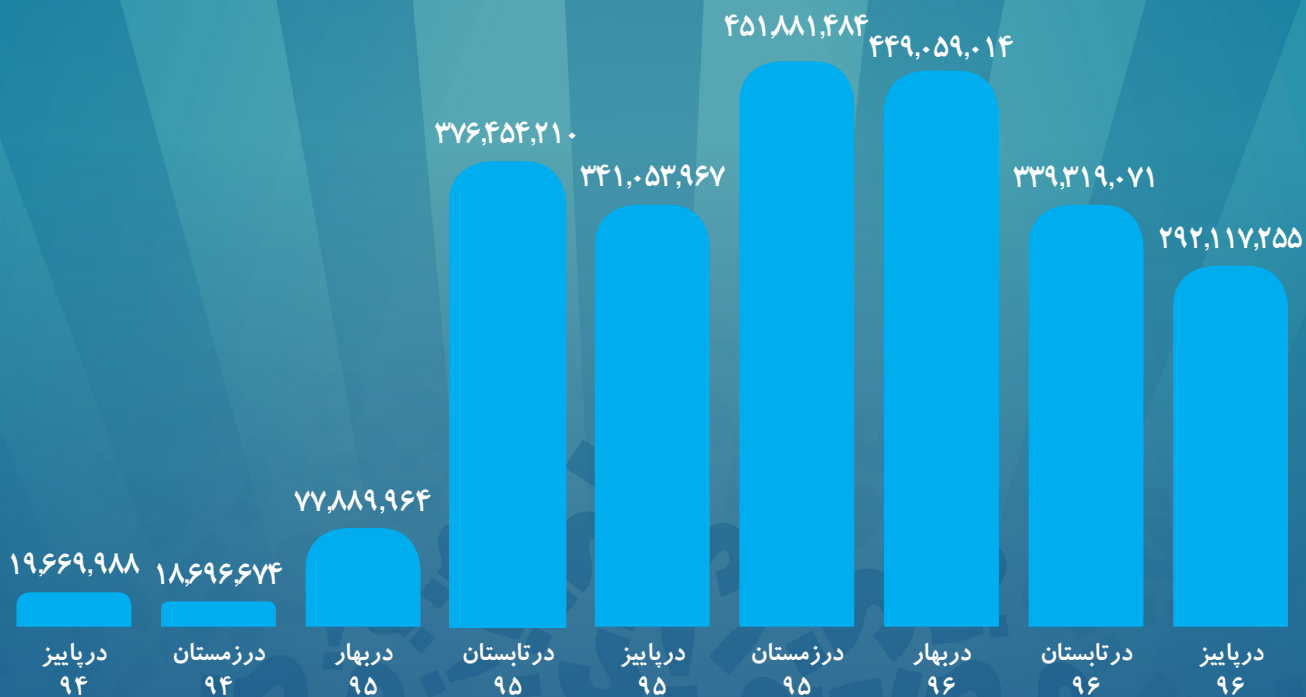
(اطلاعات مربوط به میزان دست‌های بازی شده)

همان‌طور که مطرح شد، در این گزارش منظور از دست، تعداد دفعات ورود به بازی است و نباید با هر دست مسابقه که داخل بازی انجام می‌شود اشتباه گرفته شود. در این بخش به بررسی تعداد دست‌ها پرداخته می‌شود.



## مجموع تعداد دست بازی شده

(Session)

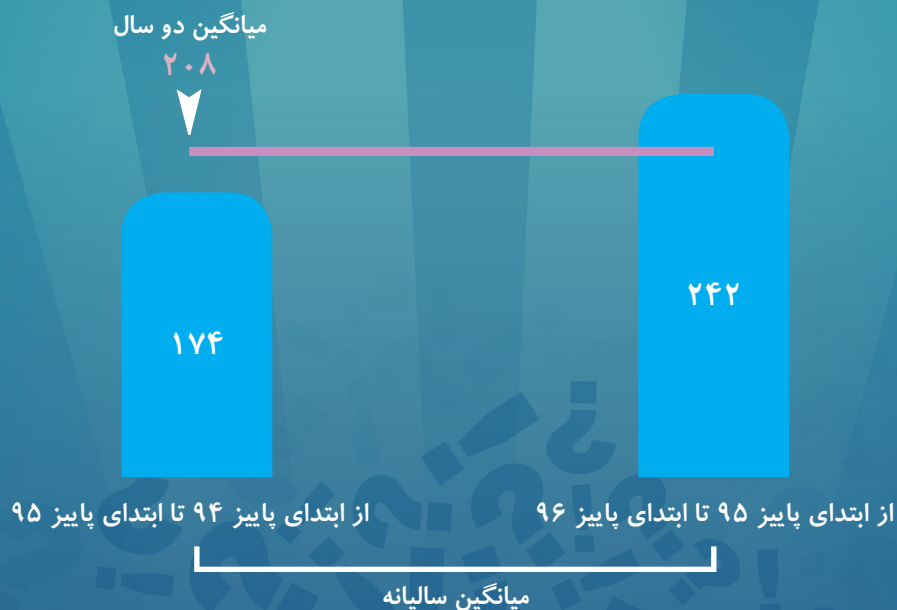


از پاییز ۹۴ تا پاییز ۹۶، در مجموع ۲ میلیارد و ۳۶۶ میلیون و ۱۴۱ هزار و ۱۲۷ دست کوئیز بازی شده است. زمستان ۹۵ و سپس بهار ۹۶ بیشترین تعداد دست‌های بازی شده را دارا هستند.



## میانگین تعداد دست‌های بازی شده

توسط یک دستگاه فعال سالیانه در طول یک سال



به طور میانگین، هر دستگاه فعال سالیانه، ۲۰۸ دست کوییز در سال بازی می‌کند. مقدار این عدد در سال دوم انتشار، نسبت به سال اول، ۳۹ درصد رشد داشته است.

## میانگین تعداد دست‌های بازی شده

توسط یک دستگاه فعال ماهیانه در طول یک ماه

میانگین این بازه زمانی

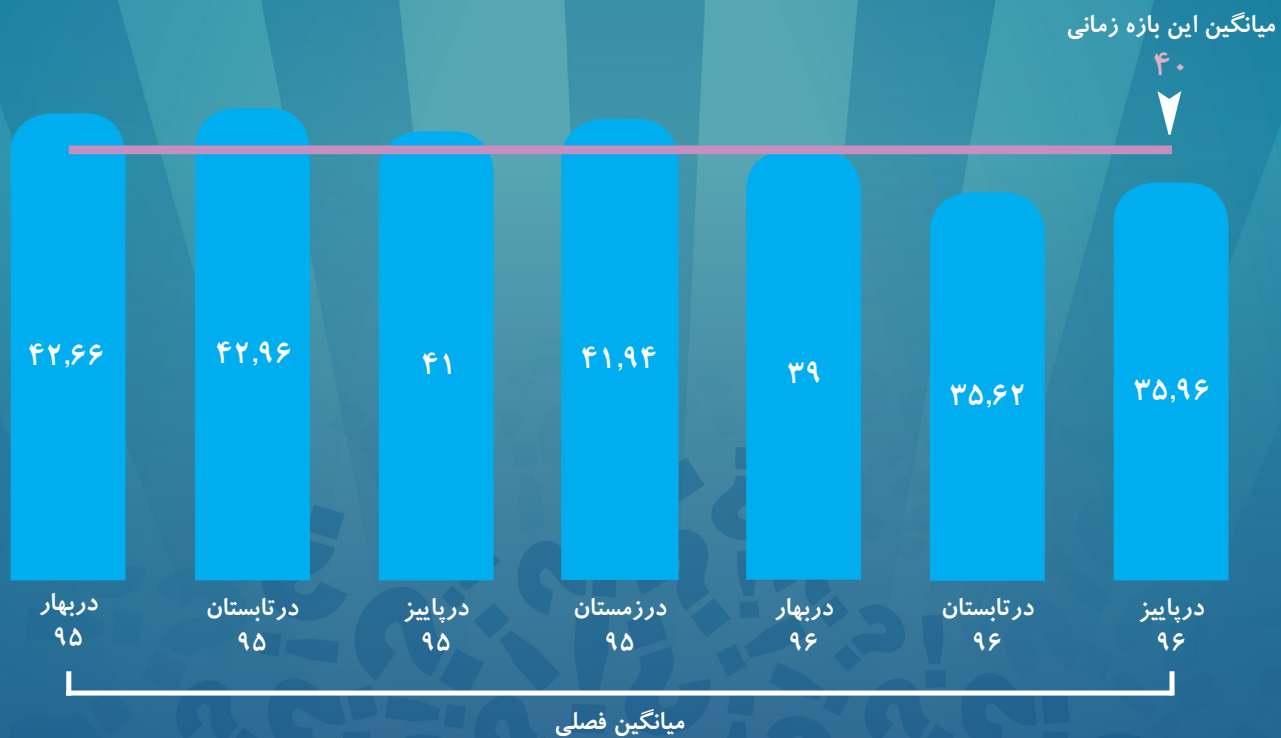
۸۳٫۶۳



هر دستگاه فعال ماهیانه، به طور متوسط در هر یک از ماه‌های تیر، مرداد و شهریور ۹۵، ۱۰۰ دست کوئیز بازی کرده است که این فصل را فصلی با بیشترین تعداد دست‌های بازی شده در هر ماه توسط یک دستگاه فعال ماهیانه می‌کند. تعداد دست‌ها در تابستان و پاییز ۹۶، با کاهش روبرو بوده‌اند که این امر می‌تواند به دلیل مشکلات فنی پیش آمده برای بازی در نیم فصل ابتدایی ۹۶ باشد.

## میانگین تعداد دست‌های بازی شده

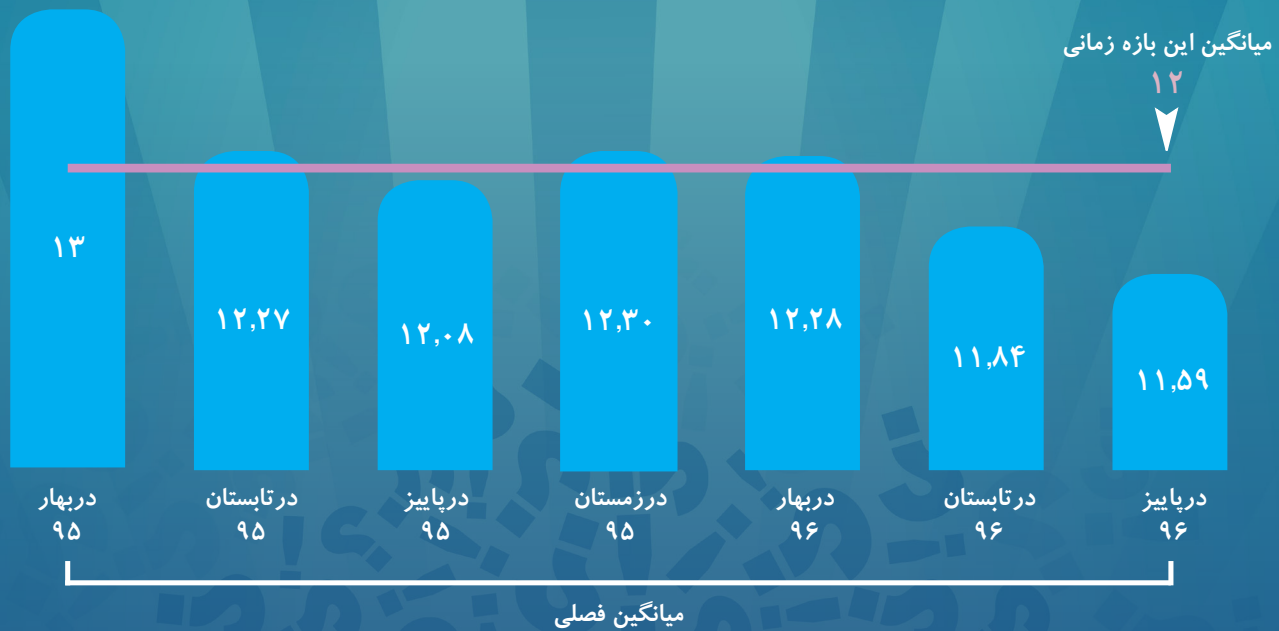
توسط یک دستگاه فعال هفتگی در طول یک هفته



به طور متوسط دستگاه‌های فعال هفتگی، ۴۰ دست در یک هفته، کوییز بازی می‌کنند. این عدد در بهار ۹۵ بیشترین مقدار خود را داشته است و در تابستان و پاییز ۹۶ به کمترین میزان خود در این بازه زمانی رسیده است.

## میانگین تعداد دست‌های بازی شده

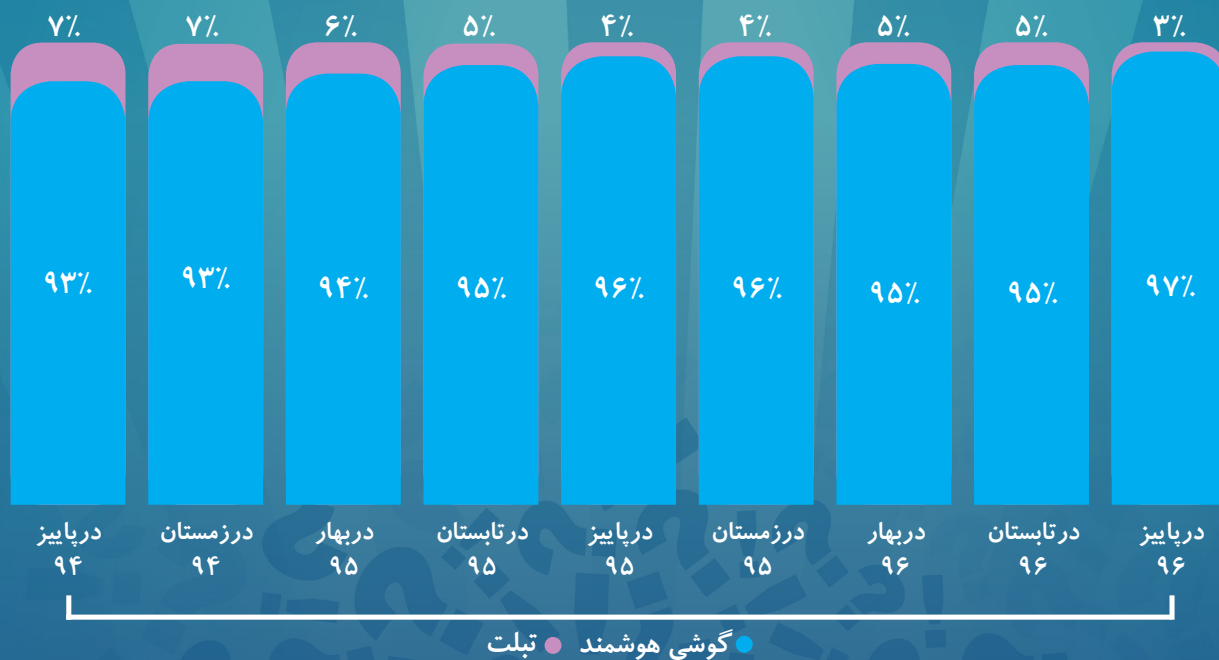
توسط یک دستگاه فعال روزانه در طول یک روز



به طور متوسط، هر دستگاه فعال روزانه، در این بازه زمانی، نزدیک به ۱۲ دست کوئیز در هر روز بازی می‌کند. ماهیت نوبتی (Turn-based) بودن بازی کوئیز، عامل ایجاد این حجم از تعداد دست‌ها در روز است.

## سهم درصدی گوشی هوشمند و تبلت

از تعداد دست‌های بازی شده



در کل از ابتدای مهرماه ۹۴ تا انتهای آذرماه ۹۶، از مجموع دست‌های بازی شده، ۹۵ درصد با گوشی هوشمند و ۵ درصد با تبلت بوده است.

## پنج برند گوشی هوشمند یا تبلت

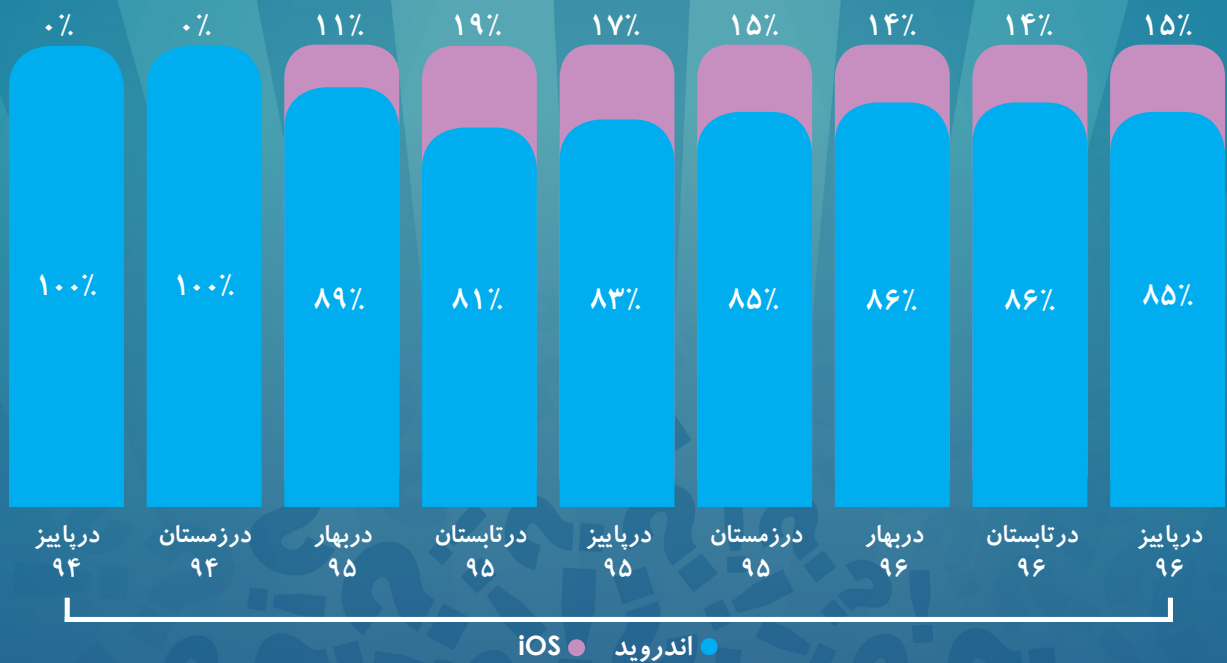
با بیشترین تعداد دست‌های بازی شده

رتبه	دریایز ۹۴	درزمستان ۹۴	دریهار ۹۵	درتابستان ۹۵	دریایز ۹۵	درزمستان ۹۵	دریهار ۹۶	درتابستان ۹۶	دریایز ۹۶
۱	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG	SAMSUNG
۲	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI	HUAWEI
۳	SONY	SONY	Apple	Apple	Apple	Apple	Apple	Apple	Apple
۴	LG	htc	SONY	SONY	SONY	SONY	SONY	SONY	SONY
۵	htc	LG	LG	LG	LG	LG	LG	LG	LG

به صورت میانگین در کل این بازه، به ترتیب برندهای SAMSUNG، HUAWEI، APPLE، SONY و LG دارای بیشترین دست‌های بازی هستند.

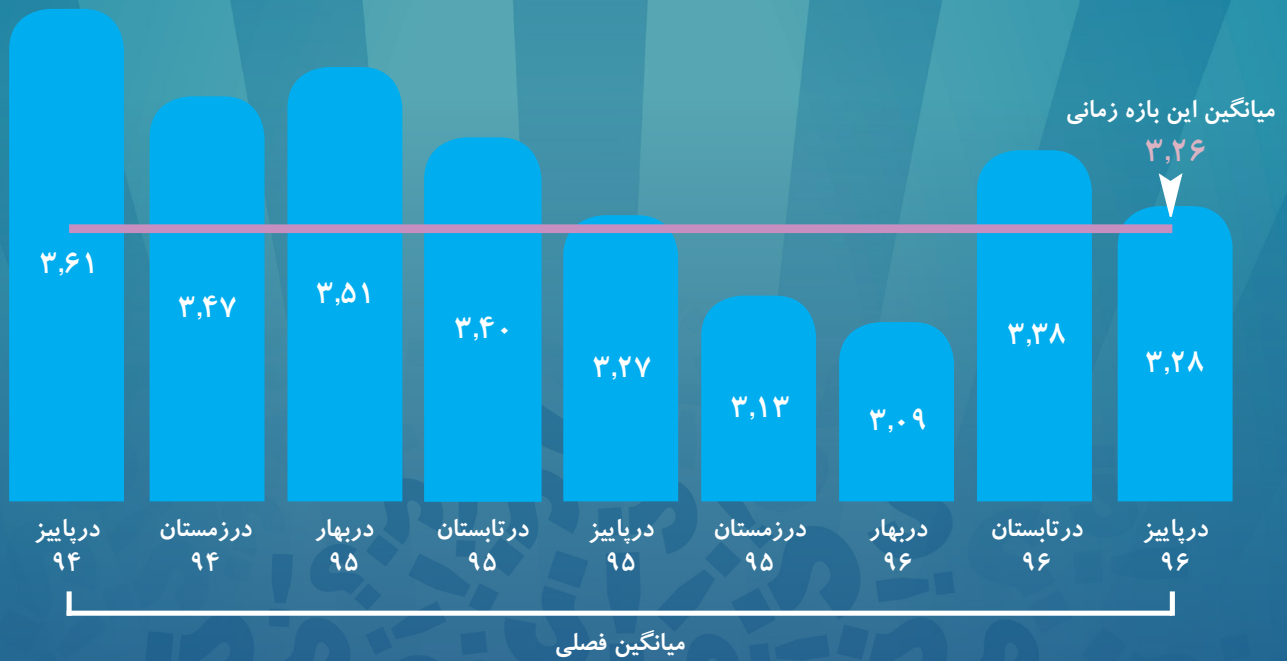
## سهم درصدی اندروید و iOS

از تعداد دست‌های بازی شده



در کل این بازه زمانی، ۸۵ درصد از دست‌ها با سیستم عامل اندروید و باقی با سیستم عامل iOS بازی شده است.

## طول هر دست به دقیقه (Session Length)

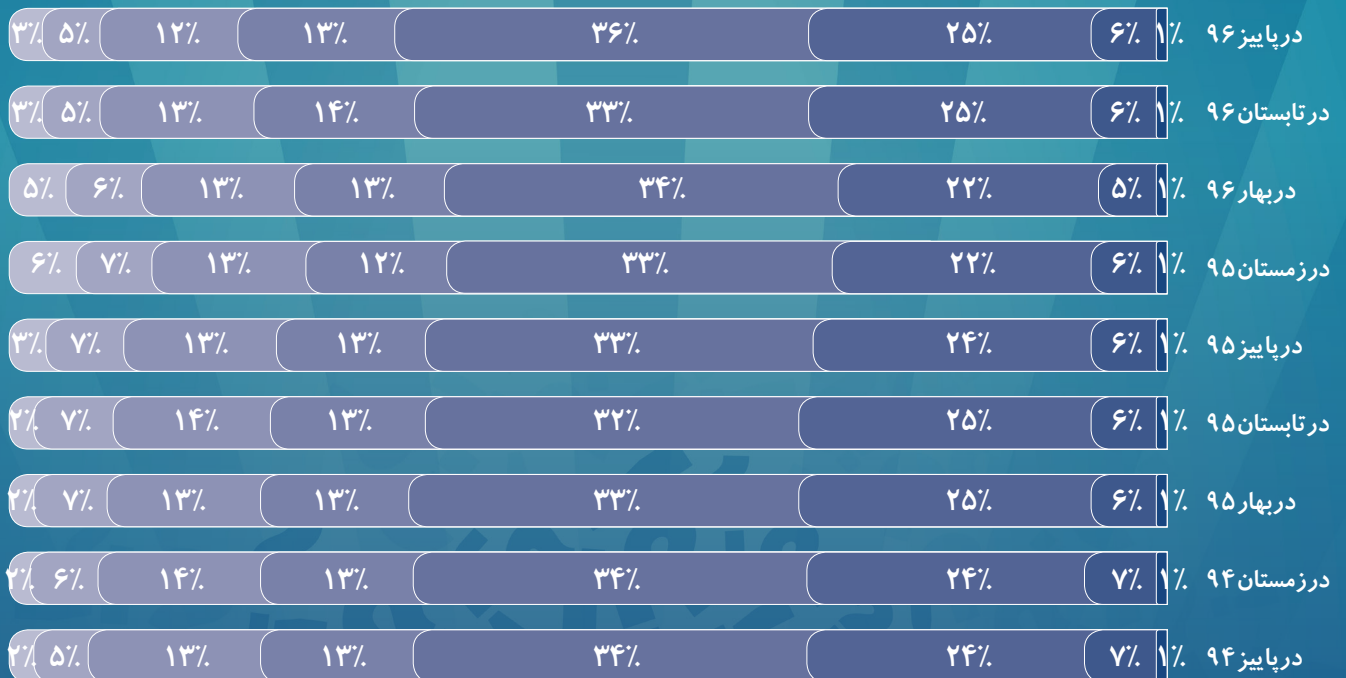


میانگین طول هر دست در بازه پاییز ۹۴ تا پاییز ۹۶، ۱۹۶ ثانیه بوده است.



## طول هر دست

### به تفکیک بازه‌های زمانی مختلف

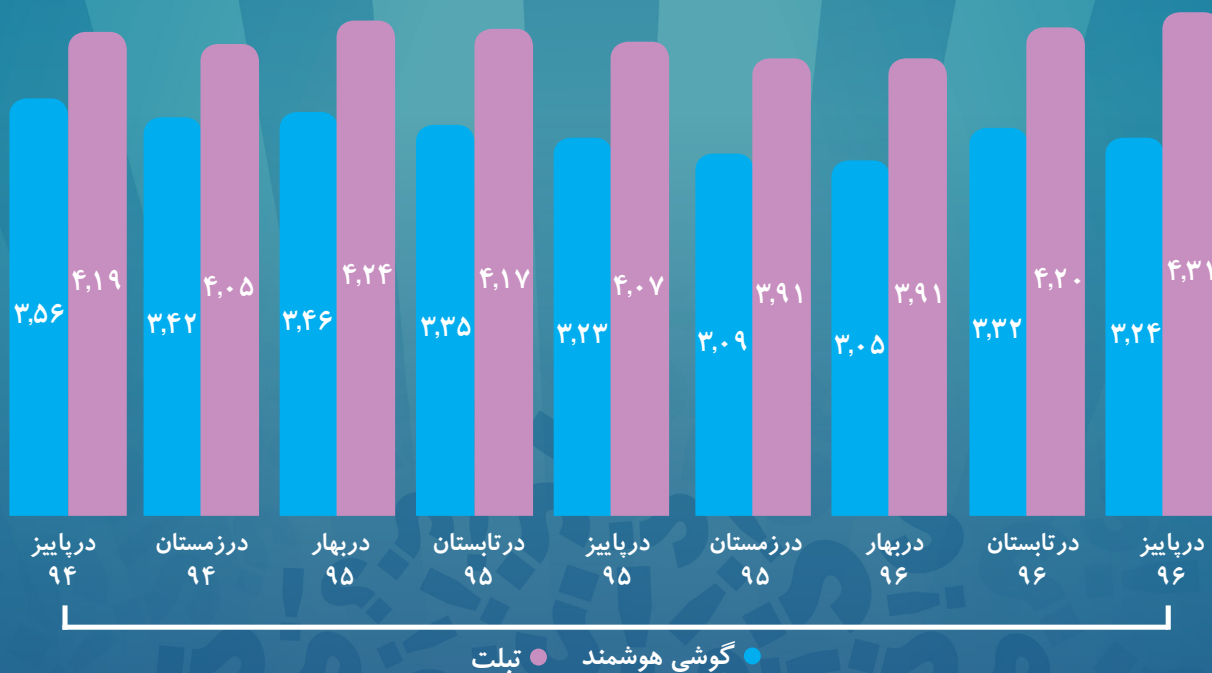


- بین ۱ تا ۳ دقیقه
- بین ۳ تا ۱۰ دقیقه
- بین ۱۰ تا ۳۰ دقیقه
- بیشتر از ۳۰ دقیقه
- کمتر از ۳ ثانیه
- بین ۳ تا ۱۰ ثانیه
- بین ۱۰ تا ۳۰ ثانیه
- بین ۳۰ تا ۱ دقیقه

در کل از ابتدای پاییز ۹۴ تا پایان پاییز ۹۶، ۳۳ درصد از دستگاه‌ها به ازای هر دست، ۱ تا ۳ دقیقه زمان گذاشته‌اند و تنها ۱ درصد از دستگاه‌ها بیش از ۳۰ دقیقه در هر دست فعال بوده‌اند.

## طول هر دست

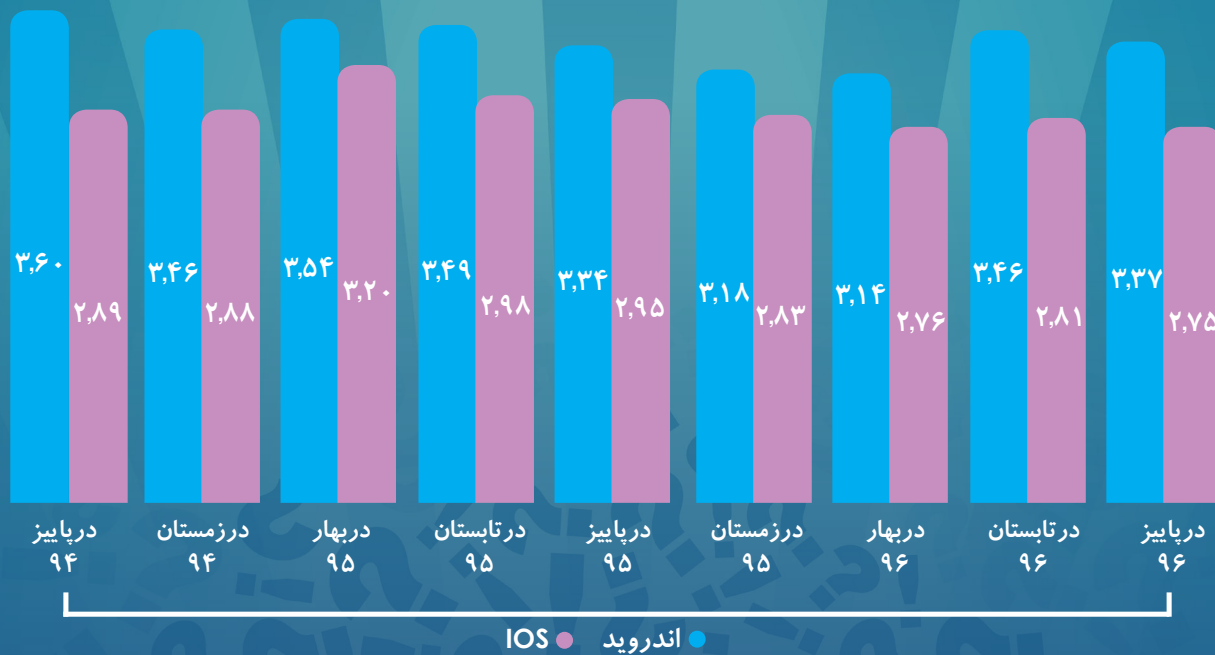
به تفکیک گوشی هوشمند و تبلت (به دقیقه)



در این بازه زمانی متوسط زمان صرف شده در هر دست برای گوشی‌های هوشمند، ۱۹۳ ثانیه و برای تبلت‌ها ۲۴۵ ثانیه بوده است. این مسئله مشخص می‌کند که اگرچه تعداد تبلت‌های فعال کمتر است اما طول هر دست توسط آن‌ها بیشتر بوده و در حقیقت هر یک به تنهایی زمان بیشتری را صرف بازی کردن در هر دست می‌کنند.

## طول هر دست

به تفکیک اندروید و iOS (به دقیقه)



به طور متوسط طول هر دست برای دستگاه‌های اندرویدی در این بازه زمانی، ۱۹۹ ثانیه و برای iOS، ۱۷۲ ثانیه است.

## نوبت توئه

بازی کوپیز را می توان از جمله بازی های موفق اجتماعی محسوب کرد. البته همه با مفهوم بازی های اجتماعی آشنا هستند. بازی هایی که در قالب یک پلتفرم از پیش آماده شده (مثل فیسبوک) یا یک پلتفرم مخصوص بازی طراحی می شوند و افراد مختلف روی آن پلتفرم با یکدیگر بازی می کنند؛ اما آنچه در این یادداشت منظور من از بازی های اجتماعی است، ابعاد وابسته به فعالیت جمعی در این دسته از بازی هاست.

بازی های اجتماعی، بازی هایی هستند که ماهیت و ذات وجودی آن ها وابسته به جمع مخاطبان آن ها است. بدین معنا که مثلاً بازی فیفا، حتی اگر یک بازیکن در سراسر جهان داشته باشد، همچنان یک بازی مستقل است و اگرچه از منظر اقتصادی داشتن فقط یک مشتری برای او توجیه پذیر نیست؛ اما از منظر ماهیت وجودی همچنان بازی محسوب می شود؛ اما بازی های اجتماعی بدون کنار هم قرار گرفتن افراد برای بازی و شکل گیری حالت رقابتی و به اصطلاح کل میان بازیکنان، معنایی ندارند و اصولاً بازی کردن یک چنین بازی ای بدون تهییج ابعاد اجتماعی بی معناست.

از سوی دیگر، بازی های اجتماعی به شکل مستقیم بازیکنان را از حلقه آخر زنجیره تولید، یعنی مشتری، به حلقه های بالادستی که تولیدکننده قرار دارد منتقل می کنند. بازیکنان با تولید سوال برای بازی کوپیز، در کنار استودیوی کوپیز و کینگز در تولید بازی نقش داشته اند و هزاران سوال طراحی شده توسط آن ها باعث شده است تا مفهوم بازیکن به عنوان مشتری نهایی محصول، به کلی دچار تغییر گردد.

همچنین بازی های اجتماعی از جنس Trivia، الگوی بسیار خاص رفتاری بازیکنان را در خود دارند. نوع طراحی بازی که شامل مجموعه سوالات نوبتی با زمان محدود برای پاسخگویی است باعث می شود تا اگرچه Session Length بازی پایین باشد، اما متریک هایی مرتبط با Engagement بازیکن، مثل نرخ نگهداشت یا تعداد Session ها نسبت به متوسط صنعت بالا باشد و این کشش زمانی خاص، موجب خلق مدل های جذابی برای پولسازی شود.

در عین حالی که کوپیز به عنوان یک بازی اجتماعی، دارای محاسن خاص خود است؛ با چالش های متنوعی نیز مواجه می گردد. ورود بازیکن به چرخه تولید محتوا، باعث وقوع اختلالات مخاطره آمیزی در ابعاد فرهنگی می شود. در مواردی کوپیز به دلیل یک سوال نامناسب تولید شده توسط کاربر تحت تاثیر فشارهای شدید فرهنگی قرار گرفته است. این مسئله اهمیت بسیار زیاد مدیریت محتوا در چنین بازی هایی را مشخص می نماید.

همچنین در کنار هم قرار گرفتن این حجم وسیع از مخاطب که در بازی های اجتماعی میسر می شود، منجر به وقوع تقلب هایی در بازی می گردد که در بازی های معمولی و آفلاین معمولاً اتفاق نمی افتند. بزرگانی همچون Ernest Adams در کتاب Fundamentals of Game Design به بررسی تقلب های احتمالی در این سبک از بازی ها و روش های مقابله با آنان می پردازد و در عین حال عملیاتی کردن این راهکارها به مراتب دشوارتر است.

در نهایت اینکه کوپیز و کینگز به نظر برخی منتقدان، بازی محسوب نمی شود و به نظر برخی دیگر حتی اگر هم بازی باشد، ایده اولیه آن کپی شده است؛ اما آنچه باعث می شود کوپیز پدیده سال باشد، نه ایده اولیه آن است (که به گفته خود تیم توسعه دهنده از یک بازی خارجی الگوبرداری شده است) و نه ژانر و گیم دیزاین بازی (که البته فارغ از بازی محسوب شدن یا نشدن آن از نظر منتقدان، در همه مارکت های بازی دنیا جزو بازی ها و جزو پردرآمدها محسوب می شود)؛ در حقیقت آنچه که کوپیز را تبدیل به پدیده سال می کند، مدیریت یک پروژه کلان اجتماعی است که میلیون ها نفر را در کشور با خود درگیر نموده و افراد مختلف با سلیقه، ارزش ها و فرهنگ های متنوع را گرد هم آورده است. کوپیز و کینگز در حقیقت، یک پدیده اجتماعی محسوب می شود که اثر شبکه ای بی نظیری را خلق کرده است. یک پدیده اجتماعی که با توسعه یک ایده اولیه تکراری به یک پلتفرم اجتماعی، خلاقیت های مداوم تیم توسعه دهنده برای مشغول نگهداشتن مخاطب با بازی و مدیریت پرفشار محتوا، در کشور شیوع پیدا کرده و از پس چالش های مداوم فرهنگی و فنی گذر نموده است.

گزارش پدیده سال تلاش نموده است تا با ارائه معرفی بهتری از این بازی و انتقال بخشی از تجارب تیم توسعه دهنده در فرآیند پرفرازونشیب توسعه بازی در طول این ۳ سال، قدمی برای الگوبرداری مناسب و بهبود فضای رقابت سالم میان توسعه دهندگان در صنعت بازی های موبایلی بردارد.

حامد نصیری  
معاون توسعه کسب و کار دایرک



## درباره 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 بزرگ ۴۵۰۰۰ نفری با پوشش سراسری کشور است که در کلان‌شهرها، شهرهای کوچک و مناطق روستایی اجرا شده و با مطالعه ترجیحات و رفتار بیش از ۱۵۰۰۰ بازیکن به عنوان نمونه آماری، 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، مرکز رسمی انتشار آمار صنعت در ایران محسوب می‌شود.

### برخی از منتشر شده‌های دایرک

تا کنون گزارش‌های زیر از دایرک منتشر شده 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.

## درباره دایرک

### گزارش «گزاره برگ»

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 «گزاره برگ» 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. همزمان با انتشار هر شماره از فصلنامه «گردایه» یک وبینار تحلیلی با محوریت اطلاعات آن فصلنامه برگزار می‌گردد تا فضای بحث، تحلیل و تبادل نظر میان بازیگران صنعت ایجاد شده و بینش دقیق‌تری از روندهای صنعت در جهان حاصل گردد.

### ماهنامه «مطالعات بازی: دریچه»

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

### سایر خدمات دایرک

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

- 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
- ارائه اطلاعات بازیگران کلیدی صنعت و شبکه‌سازی میان آن‌ها
- 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)

### مشتریان دایرک

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

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

## استناددهی به این گزارش

برای استناددهی به نسخه رایگان گزارش «پدیده سال- کوئیز آو کینگز: پدیده اجتماعی»، به شیوه APA، از یکی از دو متن زیر بنا به نیاز خود استفاده نمایید:

استناددهی به زبان فارسی:

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک). (۱۳۹۶). پدیده سال- کوئیز آو کینگز: پدیده اجتماعی (نسخه رایگان). بازیابی شده از:

<http://direc.ir/Uploads/PersianFreeQoK۹۶۱۲.pdf>.

استناددهی به زبان انگلیسی:

Digital Games Research Center (DIREC). (۲۰۱۸). Phenomenon of the year- Quiz of Kings: A social phenomenon (Free version). Retrieved from:

<http://direc.ir/Uploads/PersianFreeQoK۹۶۱۲.pdf>.

لطفا سوالات، پیشنهادات و انتقادات خود را با ما در میان بگذارید:  
نشانی: تهران. خیابان مطهری. خیابان سلیمان خاطر. خیابان وراوینی.  
خیابان زیرک زاده. نبش کوچه گلزار غربی. پلاک ۳۲ - طبقه ۴  
تلفن: (۴۱۴) ۸۸۳۴۵۵۹۱-۰۲۱  
آدرس وبسایت: [www.direc.ir](http://www.direc.ir)  
تماس تلگرامی: +۹۸۹۰۲۸۴۹۲۸۹۶ یا @DIREC\_Telegram

## Quiz of Kings

به یادگیری معتاد شوید

دانستن  
هدایتگر  
تفاوتهاست

