

The Lived Experience of Iranian Game Streamers: A Phenomenological Study

Forough Rastegar Mehr*

Mohsen Godarzi**

Abstract

With the rapid growth of the video game industry and live-streaming platforms, game streaming has emerged as a new form of digital communication and cultural expression. This qualitative research explores the lived experiences of Iranian game streamers using descriptive phenomenology. The participants were six professional streamers active on platforms such as Twitch, YouTube, and Aparat, each with diverse backgrounds and streaming styles. Data were collected through semi-structured interviews and analyzed using Colaizzi's seven-step phenomenological method. Findings reveal that streamers perceive game streaming as a creative lifestyle and space for self-expression. Five main themes emerged: (1) critical assessment of domestic platforms and digital divide, (2) identity and representation in digital space, (3) human connection and emotional bonds, (4) creativity and media performance challenges, and (5) streamer lifestyle. The study demonstrates game streaming as an emerging cultural-media ecosystem in Iran, where streamers navigate technical limitations, cultural sensitivities, and gender dynamics while constructing professional identities. This research contributes to understanding game streaming within Iran's unique sociocultural context, bridging gaps between global and local studies while offering insights into platform dynamics, gender issues, and cultural agency in digital spaces.

* M.A. in Social Communication Sciences, Islamic Azad University, Esfahan, Iran (Corresponding Author),
forough.ras@gmail.com

** Assistant Professor of Communication, University of Isfahan, Social Sciences Department,
m.goudarzi@ltr.ui.ac.ir

Date received: 14/07/2025, Date of acceptance: 04/01/2026



Keywords: Game Streaming, Lived Experience, Descriptive Phenomenology, Digital Culture, Media Identity, Social Interaction.

Introduction

Game streaming, as a novel form of interactive media, has transformed digital entertainment by turning players into content creators and facilitating real-time engagement with audiences. Beyond serving as a platform for leisure, it has become a space for the emergence of new cultural practices, virtual communities, and the redefinition of concepts such as identity and power. Globally, platforms like Twitch and YouTube have established creative economies worth billions of dollars annually by enabling direct interaction between streamers and audiences. In Iran, however, this ecosystem operates under unique technical, cultural, and political constraints. Despite the rapid growth of digital gaming and evolving media consumption patterns, live game streaming has become a primary site for digital interaction. In 2024, more than 18 billion hours of live streams were viewed on Twitch alone, demonstrating the emergence of a lifeworld based on moment-to-moment representation, direct audience connection, and digital identity construction. Iranian game streaming, though widely embraced by youth, is shaped by infrastructural limitations, regulatory oversight, and socio-cultural tensions, creating a space where streamers emerge as cultural agents navigating complex challenges.

Materials & Methods

This study adopted a descriptive phenomenological approach to explore the lived experiences of Iranian game streamers. Descriptive phenomenology emphasizes faithful representation of participants' experiences without imposing pre-existing theoretical frameworks, focusing on uncovering subjective and cultural meanings. Six streamers (four men and two women) were purposively selected based on long-term streaming experience, weekly activity, and a minimum of 500 followers, with the support of the National Foundation for Computer Games. Participants included three professional streamers earning over 20 million Iranian rials monthly and three semi-professional streamers earning below 10 million rials, with diversity in gender, age, education, and game genre specialization. Data were collected via semi-structured interviews addressing platform usage, audience interaction, challenges, content creation, and identity formation. Interviews were transcribed verbatim and analyzed using Colaizzi's seven-step method, including deep familiarization with

the texts, identification of significant statements, formulation of meanings, clustering into thematic groups, structuring major categories, drafting a comprehensive description, and returning to participants for validation. Credibility was ensured through participant validation, detailed documentation, and triangulation with researcher observations. Saturation was reached after six interviews, consistent with prior phenomenological studies indicating that major themes typically emerge within 5–6 interviews (Gust et al., 2006; Saunders et al., 2018). An illustrative example of the analytical process includes the statement “Streaming allows me to be myself and express freely,” which was conceptualized as “self-expression and sense of freedom,” later grouped with similar concepts to form the semantic cluster “self-expression and digital identity construction.”

Discussion & Result

Analysis revealed that Iranian game streaming constitutes a complex, multi-layered, socially embedded practice shaped by cultural, technical, economic, and psychological factors. Five major themes emerged: (1) critique of local structures and digital divides, (2) identity and representation in digital spaces, (3) human connection and emotional bonds, (4) creative and media performance challenges, and (5) streamer lifestyle. Collectively, these themes provide a comprehensive depiction of streamers’ lifeworlds.

Findings align with international studies highlighting entertainment, interaction, and identity formation as key motivations (Hilvert-Bruce et al., 2018), but introduce new insights specific to Iran: streamers navigate structural constraints including platform limitations, content oversight, and gender disparities rarely addressed in Western contexts. Streaming remains a space for identity expression and social belonging (Lin et al., 2019), yet Iranian women streamers experience dual dynamics of opportunity and restriction: they gain visibility, skill recognition, and independence, but face societal pressures and stereotypes. Additionally, Iranian streamers contend with dual constraints—algorithmic biases on global platforms and content regulation on domestic platforms—resonating with findings from Edwards et al. (2022) and Kenny (202).

This study contributes to knowledge by framing game streaming as a cultural-media experience, using descriptive phenomenology to capture raw participant perspectives, and analyzing gender and power dynamics. It bridges global and local research gaps, demonstrating how Iran’s cultural, political, and technical context

shapes streaming practices. Practical implications suggest policymakers should develop domestic platforms with higher technical quality and flexible content policies, provide targeted support for female streamers through training, funding, and legal recognition, and recognize streaming as a culturally meaningful and socially impactful activity. Researchers are encouraged to conduct larger-scale quantitative studies, explore audience-streamer dynamics, and undertake comparative regional analyses. Limitations include the small, urban, highly educated sample and exclusive focus on streamer perspectives. Future research should expand geographic and demographic diversity and examine interactions between streamers and audiences to gain a more comprehensive understanding.

Conclusion

Persian game streaming in Iran constitutes an emerging cultural-media ecosystem in which streamers act as both content creators and cultural agents. They navigate technical constraints, cultural sensitivities, and gendered dynamics while creatively constructing professional identities. Streaming offers spaces for self-expression, emotional engagement, community building, and social interaction, yet it also poses challenges related to structural limitations, visibility, and competition. Iranian streamers operate within multi-layered power structures encompassing platform algorithms, domestic regulatory oversight, and socio-cultural norms. Nevertheless, they exercise creative agency by using VPNs, forming informal support networks, developing locally adapted streaming styles, and cultivating emotional communities. These practices illustrate the applicability of de Certeau's "everyday tactics" (1984) in digital contexts. The study underscores that game streaming is a significant socio-cultural phenomenon, with implications for policy, education, digital economy, gender equity, and the formation of a distinctive Persian subculture influenced by both global streaming cultures and local cultural norms.

Bibliography

- Anciones-Anguita, K., & Checa-Romero, M. (2024). Sexualized culture on livestreaming platforms: A content analysis of Twitch.tv. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 257. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02724-z>
- Bauman, Z. (2004). *Identity: Conversations with Benedetto Vecchi*. Polity Press.
- Bogost, I. (2007). *Persuasive games: The expressive power of videogames*. MIT Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood.

143 Abstract

- Chen, D. M. (2022). Issues and strategies of localising sensitive audiovisual elements in game streaming. *British Journal of Chinese Studies*, 12(2), 154–179.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Sage Publications.
- De Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. University of California Press.
- Edwards, C. G., Pollack, C. C., Pritschet, S. J., Haushalter, K., Long, J. W., & Masterson, T. D. (2022). Prevalence and comparisons of alcohol, candy, energy drink, snack, soda, and restaurant brand and product marketing on Twitch, Facebook Gaming and YouTube Gaming. *Public Health Nutrition*, 25(1), 1–12.
- Foucault, M. (1978). *The history of sexuality: Volume I. An introduction*. Pantheon Books.
- Foucault, M. (1978). The history of sexuality: Volume I. In *Feminist Studies* (pp. 61–66). Routledge.
- Fox, J., & Tang, W. Y. (2017). Women's experiences with general and sexual harassment in online video games: Rumination, organizational responsiveness, withdrawal, and coping strategies. *New Media & Society*, 19(8), 1290–1307.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Goffman, E. (2023). The presentation of self in everyday life. In *Social theory re-wired* (pp. 450–459). Routledge.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82.
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2), 211–232.
- Hambrick, M. E., Montanaro, A. E., Frederick, E. L., & Cocco, A. R. (2023). Exploring motives for Twitch viewership and content creation with the exergame Zwift. *Journal of Electronic Gaming and Esports*, 1(1).
- Hamilton, W. A., Garretson, O., & Kerne, A. (2014). Streaming on Twitch: Fostering participatory communities of play within live mixed media. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1315–1324).
- Herrera, M. J. G., & Cañedo, A. (2025). Mujeres streamers en Twitch: Ciberfeminismo frente a las violencias machistas. *Teknokultura*, 22(2), 209–217.
- Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58–67.
- IRNA (Islamic Republic News Agency). (2025, June 28). *29 million gamers in Iran; the financial turnover of the gaming industry reached 700 trillion tomans*. Islamic Republic News Agency. [in Persian]
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. MIT Press.

- Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2019). The impacts of live streaming and Twitch.tv on the video game industry. *Media, Culture & Society*, 41(5), 670–688.
- Kenny, S. (n.d.). *Streamlined interaction: Adapting interactive artwork to live streaming on Twitch* (Doctoral dissertation, Toronto Metropolitan University).
- Kim, J. E., Ha, S., Kim, S., & Hemphill, L. (2025). The spread of virtual gifting in live streaming: The case of Twitch. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2501.09235>
- Kowsari, M., & Shahghasemi, E. (2009). *Interactivity in computer games: Reproducing communicative experience in digital space*. *Iranian Cultural Studies*, 2(3), 1–19. [in Persian]
- Lin, J. H. T., Bowman, N., Lin, S. F., & Chen, Y. S. (2019). Setting the digital stage: Defining game streaming as an entertainment experience. *Entertainment Computing*, 31, 100309.
- Mazaherizadeh, A., Taherifar, Z., Farahani, H., & Hussain, Z. (2024). Screened realities: A grounded theory exploration of gaming disorder dynamics among Iranian male adolescents. *Frontiers in Psychiatry*, 15, 1357211.
- Mulvey, L. (2013). Visual pleasure and narrative cinema. In *The sexual subject* (pp. 22–34). Routledge.
- Nakandala, S., Ciampaglia, G. L., Su, N. M., & Ahn, Y. Y. (2017). Gendered conversation in a social game-streaming platform. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 11(1), 162–171.
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275–4292.
- Oberle, M. (2016). Robert D. Putnam: Bowling Alone. In *Klassiker der Sozialwissenschaften* (pp. 408–411). Springer.
- Ray, M. A. (1994). The richness of phenomenology: Philosophic, theoretic, and methodologic concerns. In *Critical issues in qualitative research methods* (pp. 117–133).
- Ruberg, B., Cullen, A. L. M., & Brewster, K. (2019). Nothing but a “titty streamer”: Legitimacy, labor, and the debate over women’s breasts in video game live streaming. *Critical Studies in Media Communication*, 36(5), 466–481.
- Ruvalcaba, O., Shulze, J., Kim, A., Berzenski, S. R., & Otten, M. P. (2018). Women's experiences in eSports: Gendered differences in peer and spectator feedback during competitive video game play. *Journal of Sport and Social Issues*, 42(4), 295–311.
- Saleem, N., Young, P., & Yousuf, S. (2024). Exploring the relationship between social media use and symptoms of depression and anxiety among children and adolescents: A systematic narrative review. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 27(11), 771–797.
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: Exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & Quantity*, 52(4), 1893–1907.
- Seyed Hosseini, S. M. A., Nezhadi, P., & Nasiri, H. (2019). *A model of perceived values among audiences of digital game platforms*. *Iranian Journal of Cultural Research*, 12(1), 1–25. <https://doi.org/10.22035/jicr.2019.377> [in Persian]

145 Abstract

- Shahghasemi, E., & Mousavi Haghshenas, M. (2024). Beyond streaming: Twitch's economic and creative impact in gaming. *Journal of Cyberspace Studies*, 8(1), 59–82.
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Vieira, M. J., & Cardoso, P. (2023). A systematic literature review of inclusion and representativity of women in videogame live streaming between 2017–2023. In *International Conference on Design and Digital Communication* (pp. 357–370). Springer.
- Welden, R., Johnston, L., & Hasford, J. (2025). The impact of gender expectations on the evaluation of video game livestreaming content. *International Journal of Research in Marketing*. (In press).
- Woodcock, J., & Johnson, M. R. (2021). Live streamers on Twitch.tv as social media influencers: Chances and challenges for strategic communication. In *Social Media Influencers in Strategic Communication* (pp. 88–102). Routledge.

تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی: یک مطالعه پدیدارشناسانه

فروغ رستگارمهر*

محسن گودرزی**

چکیده

با گسترش روزافزون صنعت بازی و پلتفرم‌های پخش زنده، گیم‌استریمینگ به یکی از اشکال نوین ارتباطات دیجیتال و بازنمایی‌های فرهنگی در فضای مجازی تبدیل شده است. این تحقیق با هدف فهم تجربه زیسته گیم‌استریم‌های فارسی‌زبان در بستر پلتفرم‌های گیم‌استریمینگ، از رویکرد کیفی پدیدارشناسی توصیفی بهره گرفته است. مشارکت‌کنندگان شامل شش گیم‌استریم‌ر حرفه‌ای با سبک‌های متنوع در پلتفرم‌هایی چون توییچ، یوتیوب و آپارات بودند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری و با روش هفت‌مرحله‌ای کولایزی تحلیل شد. یافته‌ها نشان می‌دهند استریم بازی برای گیم‌استریم‌رها سبک زندگی خلاقانه و فضایی برای بیان خود است. پنج مضمون اصلی شناسایی شد: (۱) نقد ساختارهای بومی و گسست دیجیتال، (۲) هویت و بازنمایی در بستر دیجیتال، (۳) ارتباط انسانی و پیوندهای عاطفی، (۴) چالش‌های خلاقیت و عملکرد رسانه‌ای، و (۵) سبک زندگی گیم‌استریم‌ر. مطالعه نشان می‌دهد گیم‌استریمینگ فارسی یک اکوسیستم فرهنگی-رسانه‌ای در حال شکل‌گیری در ایران است که در آن گیم‌استریم‌رها با محدودیت‌های فنی، حساسیت‌های فرهنگی و پویایی‌های جنسیتی روبرو هستند و هویت حرفه‌ای خود را می‌سازند. این پژوهش به فهم گیم‌استریمینگ در بافت اجتماعی-فرهنگی

* کارشناسی‌ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیکی (نویسنده مسئول)،

Foroug.ras@gmail.com

** استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، m.goudarzi@ltr.ui.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۲۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۰/۱۴



ایران کمک می‌کند و شکاف میان مطالعات جهانی و بومی را پر کرده و بینش‌هایی درباره پویایی‌های پلتفرم، مسائل جنسیتی و کنشگری فرهنگی ارائه می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: گیم‌استریمینگ، تجربه زیسته، پدیدارشناسی توصیفی، فرهنگ دیجیتال، تعامل اجتماعی، هویت رسانه‌ای.

۱. مقدمه

گیم‌استریمینگ، به عنوان یکی از اشکال نوین رسانه‌های تعاملی، با تبدیل بازیکنان به ارائه‌دهندگان محتوا و ایجاد ارتباط زنده با مخاطبان، تحولی اساسی در صنعت سرگرمی دیجیتال ایجاد کرده است. این پدیده نه تنها یک رسانه سرگرمی، بلکه بستری برای شکل‌گیری فرهنگ‌های جدید، جوامع مجازی و بازتعریف مفاهیمی مانند هویت و قدرت است. در سطح جهانی، پلتفرم‌هایی مانند توییچ و یوتیوب با فراهم آوردن امکان تعامل مستقیم بین گیم‌استریمرها و مخاطبان، اقتصاد خلاقانه‌ای را پایه‌گذاری کرده‌اند که سالانه میلیاردها دلار گردش مالی دارد. با این حال، در کشورهایی مانند ایران، این اکوسیستم تحت تأثیر محدودیت‌های فنی، فرهنگی و سیاسی منحصربه‌فردی قرار گرفته است.

با رشد شتابان صنعت بازی‌های دیجیتال و تحول در الگوهای مصرف رسانه‌ای، پلتفرم‌های پخش زنده بازی به یکی از حوزه‌های اصلی تعامل دیجیتال بدل شده‌اند. تنها در پلتفرم توییچ، ماهانه بیش از ۷ میلیون استریمر فعال به تولید محتوای زنده مشغول‌اند و در سال ۲۰۲۴ بیش از ۱۸ میلیارد ساعت استریم توسط کاربران تماشا شده است. این ارقام نشان‌دهنده ظهور نوعی زیست‌جهان جدید مبتنی بر بازنمایی لحظه‌به‌لحظه، ارتباط مستقیم با مخاطب و خلق هویت دیجیتال در بستر بازی است.

گیم‌استریم به عنوان یک رسانه گرم تعاملی مورد توجه کارشناسان حوزه ارتباطات اجتماعی قرار گرفته است. تحولاتی که این رسانه تعاملی به وجود آورد چه در حوزه توسعه صنعت بازی آنلاین و چه در عرصه کسب و کارهای برخاسته از آن بوده است. این پدیده برخلاف سرویس‌های پخش قبلی، مانند تلویزیون و یوتیوب، پخش زنده تعامل انسانی در زمان واقعی را بین پخش‌کننده و بینندگان ارائه می‌دهد و توانایی آن‌ها را برای تعامل با یکدیگر تسهیل می‌کند (هیلورت بروس، نیل و همکاران، ۲۰۱۸: ۵۹). این مسائل تاکید می‌کنند که دیگر نمی‌توان گیم‌استریم را صرفاً امری سرگرمی محور دانست، بلکه باید آن را به مثابه شکلی نوین از کنش اجتماعی و تولید رسانه‌ای تحلیل کرد.

در ایران، گیم استریمینگ با وجود استقبال گسترده نسل جوان، در میانه تنش‌های فرهنگی و چالش‌های زیرساختی رشد کرده است. به گفته مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، ۲۹ میلیون گیمر فعال در ایران وجود دارد و گردش مالی این صنعت به ۷۰۰ هزار میلیارد ریال رسیده است (ایرنا، ۱۴۰۴). در این میان، گیم استریم‌ها به عنوان چهره‌های شاخص و سلبریتی‌های نوظهور این عرصه شناخته می‌شوند و تماشای بازی دیگران به یک رفتار رایج بدل شده است.

محدودیت‌های دسترسی به پلتفرم‌های خارجی به دلیل فیلترینگ و سیاست‌های نظارتی پلتفرم‌های داخلی، چالش‌هایی برای گیم استریم‌ها ایجاد می‌کند. آپارات گیم به عنوان پلتفرم داخلی پیشرو، با وجود حمایت نهادی، با انتقاداتی مانند نظارت سخت، کیفیت پایین پخش زنده و محدودیت‌های فنی روبروست. این محدودیت‌ها باعث شده است بسیاری از گیم استریم‌های حرفه‌ای به پلتفرم‌های خارجی مانند توییچ مهاجرت کنند، هرچند دسترسی به این پلتفرم‌ها نیازمند استفاده از ابزارهایی مانند وی‌پی‌ان است که خود به ناپایداری ارتباط و ریسک قانونی منجر می‌شود.

مسئله اصلی در ایران آن است که گیم استریم‌ها در پلتفرم‌های داخلی با نظارت مضاعف و سیاست‌های محتوایی محافظه‌کارانه مواجه‌اند که آن‌ها را وادار به خودسانسوری و محدود کردن خلاقیت می‌کند. در عین حال، گیم استریم‌هایی که در پلتفرم‌های جهانی فعالیت می‌کنند، با چالش‌های دیده شدن در الگوریتم‌های توصیه‌گر این پلتفرم‌ها مواجه‌اند. علاوه بر این، فقدان نظام‌های رگولاتوری مؤثر پیرامون گیم استریمینگ باعث شده که کودکان و نوجوانان، بدون هیچ گونه درجه‌بندی سنی یا کنترل محتوایی، مخاطب مستقیم استریم‌ها قرار گیرند.

علی‌رغم اهمیت روزافزون این فضا، تاکنون تحقیقی بومی با رویکرد کیفی که به بررسی عمیق تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی بپردازد، انجام نشده است. این مقاله با تمرکز بر روایت‌های دست‌اول گیم استریم‌ها، ابعاد مختلف زیست‌جهان آنان را آشکار می‌سازد و نشان می‌دهد که چگونه گیم استریم در ایران یک کنش فرهنگی پیچیده در تقاطع قدرت، هویت و رسانه است.

۲. پیشینه تحقیق

بخش اعظم پیشینه پژوهش در عرصه گیم استریم به بازی‌های ویدئویی مربوط می‌شود. پخش بازی‌های ویدیویی، گونه‌ای نوظهور از پخش زنده ویدئو محسوب می‌شود که از سال ۲۰۱۱ با پلتفرم‌هایی چون توییچ، یوتیوب گیمینگ، فیس‌بوک گیمینگ و میکسر گسترش یافته است. بر اساس گزارش‌ها، در سال ۲۰۱۹ کاربران بیش از ۱۲ میلیارد ساعت به تماشای استریم بازی پرداخته‌اند. در میان آن‌ها، پلتفرم توییچ به تنهایی میزبان بیش از دو میلیون استریم‌ر فعال بوده و در سال ۲۰۱۹ حدود ۷۳ درصد سهم بازار را داشته است (استریم‌منتس، ۲۰۱۹ به نقل از جانسون و همکاران، ۲۰۲۰؛ جانسون و وودکاک، ۲۰۱۹).

در سطح بین‌المللی، هیلورت-بروس و همکاران (۲۰۱۸) در چارچوب نظریه استفاده و رضایت‌مندی، سه عامل کلیدی برای اقبال به استریم را شناسایی کردند: سرگرمی، تعامل و هویت‌یابی. لین و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که استریم بازی، کارکردی فراتر از سرگرمی دارد و نیاز به تعلق اجتماعی و ابراز هویت را پاسخ می‌دهد. همبریک و همکاران (۲۰۲۳) هشدار داده‌اند که در جوامعی فاقد چارچوب‌های نظارتی، استریم ممکن است الگوهای رفتاری نامتناسبی را به نوجوانان منتقل کند.

چن (۲۰۲۲) با مطالعه لیگ اورواج، به لزوم بومی‌سازی استراتژیک محتوا برای تطابق با حساسیت‌های فرهنگی اشاره کرد. ادواردز و همکاران (۲۰۲۱) به مسئله سوگیری الگوریتمی در پلتفرم‌های استریم جهانی پرداخته‌اند که کاربران غیربومی را به حاشیه می‌برد. کنی (۲۰۲۴) نیز نشان داد که ابزارهای نظارتی پلتفرم‌ها چگونه تعاملات زنده را فیلتر یا هدایت می‌کنند.

در سال‌های اخیر، با گسترش مصرف بازی‌های ویدئویی در ایران، برخی تحقیق‌ها به ابعاد اجتماعی و فرهنگی آن پرداخته‌اند. کوثری و شاه‌قاسمی (۱۳۸۸) به ظرفیت بازی‌های رایانه‌ای در بازآفرینی تجربه‌های ارتباطی اشاره کردند. سیدحسینی و همکاران (۱۳۹۸) تفاوت ارزش‌های ادراکی کاربران در پلتفرم‌های مختلف را بررسی کردند. مظاهری‌زاده (۱۴۰۳) با روش نظریه زمینه‌ای نشان داد که مشارکت در فضای استریم بازی، تحت‌تأثیر عواملی چون کیفیت زیرساخت، سرمایه اجتماعی و چالش‌های فرهنگی است. موسوی حق‌شناس و شاه‌قاسمی (۱۴۰۳) نیز در پژوهشی با روش فراتحلیل کیفی، به تحلیل نقش پلتفرم توییچ در زیست‌بوم بازی‌های دیجیتال پرداختند و نشان دادند که توییچ نه تنها یک

تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی: ... (فروغ رستگارمهر و محسن گودرزی) ۱۵۱

بستر سرگرمی است، بلکه نقشی کلیدی در تحول ساختار اقتصادی، تولید مستقل بازی و ایجاد شغل ایفا می‌کند.

اگرچه این تحقیق‌ها زمینه‌ساز شناخت فضای بازی در ایران بوده‌اند، اما گیم‌استریم را به‌مثابه یک رسانه فرهنگی مستقل و تجربه زیسته استریم‌ها را تحلیل نکرده‌اند. در واقع، تحقیق‌های داخلی عمدتاً به رفتار فردی گیم‌ها پرداخته‌اند. این در حالی است که تحقیق‌های خارجی به ابعاد فرهنگی، الگوریتمی و اجتماعی استریم توجه کرده‌اند. تحقیق حاضر تلاش دارد با رویکرد پدیدارشناسی توصیفی، شکاف میان این دو حوزه را پر کند و ابعاد فرهنگی زیست‌جهان گیم استریم‌های ایرانی را از منظر خود آن‌ها کشف و تبیین کند.

۱.۲ تدارک نظری

این تحقیق اگرچه از رویکرد پدیدارشناسی توصیفی بهره می‌برد و در مرحله تحلیل داده از پیش فرض‌های نظری پرهیز می‌کند (فرایند اپوخه کردن)، اما برای فهم عمیق‌تر بافت فرهنگی و اجتماعی که در آن گیم‌استریم‌های ایرانی فعالیت می‌کنند، به چارچوبی نظری نیاز دارد که پس از استخراج یافته‌ها، برای تفسیر و بحث درباره آن‌ها به کار رود. این چارچوب نظری شامل سه بُعد اصلی است: رسانه‌شناختی، فرهنگی-اجتماعی و روان‌شناختی-ارتباطی. این ابعاد در کنار یکدیگر، تصویری جامع از زیست‌جهان گیم‌استریم‌ها ارائه می‌دهند.

۲.۲ پلتفرم‌سازی و اقتصاد پلتفرمی

پدیده گیم‌استریم را باید در بستر تحولات رسانه‌ای و شکل‌گیری پلتفرم‌های دیجیتال فهم کرد. نیبورگ و پول (۲۰۱۸) با مفهوم «پلتفرم‌سازی تولید فرهنگی» نشان می‌دهند که پلتفرم‌هایی چون توییچ و یوتیوب، نه تنها واسطه انتقال محتوا بلکه ساختارهایی تکنولوژیک و فرهنگی‌اند که با قواعد خاص خود، نوعی اقتصاد توجه و تعامل میان کاربران ایجاد می‌کنند. این پلتفرم‌ها با الگوریتم‌های توصیه‌گر، سیاست‌های محتوا و ابزارهای مونتیژاسیون، تعیین می‌کنند که چه کسی دیده می‌شود، چه محتوایی ارزش دارد و چه کنش‌هایی پاداش می‌گیرند.

ون دایک و همکاران (۲۰۱۸) در تحلیل خود از جامعه پلتفرمی، تأکید می‌کنند که پلتفرم‌ها نه خشی‌اند و نه صرفاً فناوری. آن‌ها ساختارهایی هستند که قدرت را توزیع

می‌کنند، هنجارها را شکل می‌دهند و روابط اجتماعی را سازماندهی می‌کنند. در بستر گیم‌استریم، این به معنای آن است که استریمرها نه تنها با مخاطبان خود، بلکه با قواعد، الگوریتم‌ها و سیاست‌های پلتفرم نیز در تعامل‌اند. موفقیت یک استریمر نه فقط به مهارت او در بازی یا جذابیت شخصیتی او بستگی دارد، بلکه به توانایی او در درک و بهره‌برداری از منطق پلتفرم نیز وابسته است.

تحقیقات اخیر نشان می‌دهند که پلتفرم‌ها از طریق معماری انتخاب (choice architecture) رفتار کاربران را شکل می‌دهند. گیلپی (۲۰۲۳) در مطالعه‌ای جدید درباره الگوریتم‌های توصیه در پلتفرم‌های استریم، نشان داد که این الگوریتم‌ها نه تنها بر اساس ترجیحات کاربران عمل می‌کنند، بلکه ترجیحات جدیدی نیز خلق می‌کنند. به عبارت دیگر، پلتفرم‌ها نه صرفاً بازتاب‌دهنده سلیقه‌های موجود، بلکه سازنده سلیقه‌های جدید هستند. این موضوع برای استریم‌های ایرانی که در دو اکوسیستم پلتفرمی (داخلی و خارجی) فعالیت می‌کنند، اهمیت دوچندان دارد.

۳.۲ فرهنگ مشارکتی و همگرایی رسانه‌ای

جنکینز (۲۰۰۶؛ ۲۰۰۹) با مفهوم «فرهنگ مشارکتی» و «همگرایی رسانه‌ای» چارچوبی برای فهم چگونگی تعامل کاربران با رسانه‌های جدید ارائه می‌دهد. در فرهنگ مشارکتی، مرزهای میان تولیدکننده و مصرف‌کننده محو می‌شود و کاربران نقش فعالی در تولید، بازتوزیع و بازآفرینی محتوا ایفا می‌کنند. گیم‌استریمرها نمونه بارز این فرهنگ مشارکتی هستند: آن‌ها هم بازیکن‌اند (مصرف‌کننده بازی)، هم تولیدکننده محتوا (خالق استریم) و هم میانجی فرهنگی (واسطه میان توسعه‌دهنده بازی و مخاطب).

علاوه بر این، سازوکارهای مستقر در فرایند گیم‌استریمینگ نظیر مشارکت فعالانه، چت کردن، دونیت داشتن و بازی مشارکتی بیانگر آن است که در صنعت گیم استریم به جای مخاطب با بینندگان کنش‌گر روبرو هستیم (همیلتون و دیگران، ۲۰۰۴). این در حالی است که استفاده استریمرها از حداقل تجهیزات و امکانات نشان می‌دهد که الگوهای سنتی گران‌قیمت و پرهزینه رسانه‌های سنتی دیگر ملاک کنشگری در فضای رسانه‌ای جدید نیست و ساختارهای برآمده از سازمان‌های رسانه‌ای بزرگ کارکرد خود را از دست داده است (جانسون و وودکوک، ۲۰۱۹).

تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی: ... (فروغ رستگارمهر و محسن گودرزی) ۱۵۳

همگرایی رسانه‌ای نیز در گیم‌استریم به‌وضوح قابل مشاهده است. یک استریم معمولی ترکیبی است از بازی (رسانه تعاملی)، ویدئو (رسانه تصویری)، چت زنده (رسانه متنی)، موسیقی (رسانه صوتی) و شبکه‌سازی اجتماعی (رسانه اجتماعی). استریم باید همزمان در همه این لایه‌های رسانه‌ای فعال باشد و آن‌ها را مدیریت کند. ووداک و جانسون (۲۰۱۹)، (۲۰۲۴) در مطالعات خود نشان دادند که این چندلایگی رسانه‌ای، مهارت‌های جدیدی شامل مهارت‌های ارتباطی، فنی، خلاقانه و مدیریتی را طلب می‌کند که فراتر از مهارت در بازی است.

تحقیقات جدید همچنین به مفهوم «کار عاطفی» (emotional labor) در استریم پرداخته‌اند. داکت و پیرس (۲۰۲۴) نشان دادند که استریم‌ها مرتباً درگیر مدیریت احساسات خود و مخاطبان‌شان هستند. آن‌ها باید حتی در شرایط استرس، خستگی یا ناامیدی، چهره‌ای مثبت، پرانرژی و سرگرم‌کننده به مخاطبان ارائه دهند. این کار عاطفی، بخشی اساسی از «عملکرد» استریم است که اغلب نادیده گرفته می‌شود.

۴.۲ مبادله و سرمایه اجتماعی

از منظر نظریه مبادله اجتماعی (بلاو، ۱۹۶۴)، رابطه بین استریم و مخاطب بر پایه الگوی «دریافت در برابر بازده» استوار است. استریم‌ها محتوا، وقت، مهارت و اجرا را ارائه می‌کنند و در مقابل، انتظار حمایت مالی (دونیت، سابسکرایب)، دیده‌شدن (ویوز، فالوورها) یا تأیید اجتماعی (نظرات مثبت، تعاملات) دارند. این مبادله اما صرفاً تراکنش اقتصادی نیست؛ پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهند که بُعد عاطفی و اجتماعی این مبادله بسیار مهم‌تر از بُعد مالی آن است.

چئونگ و هوانگ (۲۰۱۱) و بعدها هیلورت-بروس و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند که دونیت و سابسکرایب نوعی کنش اجتماعی است که از طریق آن مخاطبان نه تنها حمایت مالی، بلکه حمایت عاطفی، تأیید هویتی و احساس تعلق خود را ابراز می‌کنند. در تحقیقی اخیراً کیم و همکاران (۲۰۲۵) با تحلیل داده‌های بزرگ از توییچ نشان دادند که الگوهای دونیت بیشتر با ارتباطات اجتماعی و احساسی تطابق دارد تا با ارزش اقتصادی محتوا. به عبارت دیگر، مردم به استریم‌هایی که با آن‌ها ارتباط عاطفی برقرار کرده‌اند دونیت می‌دهند، نه لزوماً به کسانی که بهترین بازیکن هستند.

بورديو (۱۹۸۶) مفهوم سرمايه اجتماعي را به عنوان منابعي تعريف مي کند که از طريق شبکه روابط اجتماعي به دست مي آيند. در بستر گيم استريم، استريمها با ساخت و نگهداري کاميونيتهای آنلاين، سرمايه اجتماعي انباشت مي کنند که مي تواند به سرمايه اقتصادي (درآمد) يا سرمايه فرهنگي (اعتبار، شهرت) تبديل شود. پاتنام (۲۰۰۰) تمايز ميان سرمايه اجتماعي «پيوندی» (emotional labor) و «پل زننده» (bridging) قائل مي شود. در گيم استريم، هر دو نوع قابل مشاهده است: کاميونيتهای نزديک و صميمي که پيوند ميان اعضاي آن برقرار است و اعضاي آن حس تعلق قوي دارند و شبکههای گسترده تري که خاصيت پل زنندگي دارند و استريمها را به مخاطبان متنوع تري متصل مي کنند.

۵.۲ استفاده و خشنودی و نظریه خودتعیین گری

از منظر نظريه استفاده و خشنودی (کاتز و همکاران، ۱۹۷۳)، کاربران برای ارضای نیازهای خاصی به سراغ رسانهها مي روند. مطالعات متعدد در زمينه گيم استريم نشان داده اند که انگیزه های اصلي مخاطبان شامل سرگرمي، يادگيري مهارت های بازی، تعلق اجتماعي، حمايت از استريم مورد علاقه و تعامل زنده است (شوئيلوم و هاماري، ۲۰۱۷؛ هامبریک و همکاران، ۲۰۲۳). برای استريمها نيز انگیزه های نظير کسب درآمد، دیده شدن، خودبيانگري، رضايت شخصي و ساخت هويت نقش دارند. استفاده و خشنودی با نظريه خود تعيين گري ارتباطي ناگسستني دارد.

نظريه خودتعیین گری (رايان و دسی، ۲۰۰۰) سه نیاز بنيادين را شناسايي مي کند: خودمختاري (autonomy)، شايستگي (competence) و پيوند (relatedness). پلتفرم های گيم استريم فضاهایی را فراهم مي کنند که اين سه نیاز ارضا مي شوند. استريمها احساس خودمختاري مي کنند چون خود تصميم مي گيرند چه بازی کنند، چه محتوایی توليد کنند و چگونه با مخاطبان تعامل داشته باشند. احساس شايستگي از طريق بازخورد مثبت مخاطبان، افزايش دنبال کنندگان و موفقيت در بازی تقويت مي شود و در نهايت احساس پيوند از طريق روابط عميق با کاميونيتهای ايجاد مي شود.

در تحقيق اخير، ژانگ و لی (۲۰۲۴) با بررسي استريمهای چيني نشان دادند که ارضای اين سه نیاز بنيادين، پيش بيني کننده قوي تداوم فعاليت در استريم است. استريمهایی که احساس مي کنند بر کار خود کنترل دارند، در آن شايسته اند و با مخاطبان پيوند عميق دارند، احتمال بيشتری دارد که طولاني مدت در اين حوزه بمانند و از آن رضايت داشته باشند. اين

تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی: ... (فروغ رستگارمهر و محسن گودرزی) ۱۵۵

یافته با شرایط استریم‌های ایرانی نیز قابل مقایسه است، هرچند محدودیت‌های ساختاری ممکن است ارضای این نیازها را دشوارتر کند.

۶.۲ جنسیت، بدن و قدرت در فضای دیجیتال

جنسیت، بدن و قدرت در فضای دیجیتال از جمله میدان‌های مطالعاتی است که در سال‌های اخیر مورد توجه بسیاری از صاحب‌نظران و پژوهشگران مطالعات فرهنگی و جامعه‌شناسی قرار گرفته است. تحلیل جنسیت و قدرت در گیم‌استریم نیازمند توجه به نظریه‌های فمینیستی و مطالعات رسانه است. تحقیقات متعدد نشان داده‌اند که زنان استریم با چالش‌های چندگانه‌ای روبرو هستند که مردان کمتر با آن‌ها مواجه می‌شوند. نکندالا و همکاران (۲۰۱۷) در تحلیل ۷۰ میلیون پیام پست در توییچ نشان دادند که گفتگوها در این پلتفرم به شدت جنسیت‌زده است. در کانال‌های محبوب زنان استریم، واژگانی مانند «hot»، «cute»، «smile» و عبارات مربوط به ظاهر جسمانی غالب است، در حالی که در کانال‌های مردان، واژگان مرتبط با بازی مانند «kills»، «rank» و «points» بیشتر به کار می‌رود. این تفاوت بیانگر شیء‌سازی و تمرکز بر بدن زنان استریم است.

روبرگ و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه کیفی خود بر روی انجمن‌های توییچ، به واژه‌های تحقیرآمیزی پرداخت که برای برچسب‌زدن به زنان استریم به کار می‌رود، واژگانی که با نمایش جنسی شده بدن، توجه ناشایست مخاطبان را جلب می‌کنند. این گفتمان تبعیض‌آمیز نشان می‌دهد که زنان استریم اغلب در وضعیتی قرار می‌گیرند که باید میان «دیده‌شدن» و «جنسیت‌زدایی‌شدن» تعادل برقرار کنند. هیرا و کاندئو (۲۰۲۵) نیز تأیید کردند که حملات به زنان در توییچ به دلیل جنسیت آن‌ها صورت می‌گیرد و آزار آنان عمدتاً با جنسی‌سازی ظاهرشان مرتبط است.

پژوهش جامع دیگری توسط آنکینس-آنگیتا و چکا-رومرو (۲۰۲۴) بر روی ۱۹۲۰ استریم زننده در توییچ انجام شد. این مطالعه نشان داد که زنان استریم به طور قابل توجهی بیشتر از مردان درگیر خودجنسی‌سازی می‌شوند. این مسئله در انتخاب لباس، ژست بدن و بافت استریم‌هایشان مشهود است. محققان استدلال می‌کنند که این خودجنسی‌سازی نه تنها نگرش‌های جنسیتی را شکل می‌دهد، بلکه به انسان‌زدایی از زنان و مشروعیت‌بخشی به خشونت علیه آنان منجر می‌شود. این پدیده تحت تأثیر فشارهای اجتماعی و انگیزه‌های اقتصادی است که در پلتفرم‌های دیجیتال بر زنان وارد می‌شود.

فوکو (۱۹۷۸) در کتاب تاریخ جنسیت: جلد اول مفهوم «بایوقدرت» (biopower)^۱ را معرفی کرد که بر چگونگی کنترل و نظم‌دهی بدن‌ها از طریق گفتمان‌ها و نهادهای اجتماعی تمرکز دارد. بایوقدرت به عنوان فناوری قدرتی برای مدیریت انسان‌ها در گروه‌های بزرگ عمل می‌کند و به کنترل بدن‌های انسانی از طریق سیاست آناتومیک بدن و بیوسیاست جمعیت می‌پردازد. در بستر گیم‌استریم، بدن زنان به عنوان یک سایت قدرت عمل می‌کند. زنان استریم باید مرتباً با نگاه‌های جنسیت‌زده، نظرات درباره ظاهرشان و انتظارات متناقض مواجه شوند. از یک سو، انتظار می‌رود که «زنانه» و «جذاب» باشند تا مخاطب را جلب کنند، از سوی دیگر، اگر بیش از حد بر ظاهر تمرکز کنند، متهم به «استفاده از جنسیت» برای موفقیت می‌شوند.

رووالکابا و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه خود نشان دادند که زنان در مقایسه با مردان، آزار جنسی بیشتری را در بازی‌های آنلاین تجربه می‌کنند. یافته‌های آنان بیانگر تجربه‌ای دوگانه برای زنان است که شامل بازخوردهای مثبت و منفی، اما به طور مشخص آزار جنسی بیشتر است. فوکس و تانگ (۲۰۱۷) نیز در پژوهش کمی خود بر روی ۲۹۳ زن، نشان دادند که هم آزار عمومی و هم آزار جنسی پیش‌بینی‌کننده انصراف زنان از بازی‌های آنلاین است، اما آزار جنسی به طور خاص منجر به نشخوار فکری و در نتیجه کناره‌گیری می‌شود.

زنان استریم استراتژی‌های مختلفی برای مقابله با این چالش‌ها اتخاذ می‌کنند. برخی تلاش می‌کنند «یکی از پسرها» باشند و جنسیت خود را کمرنگ کنند، برخی دیگر جنسیت خود را به عنوان منبع قدرت استفاده می‌کنند و هویت زنانه‌ای قوی می‌سازند، و گروه سومی سعی می‌کنند از تقابل دوگانه فرار کنند و فضایی فراجنسیتی بسازند. چسنی و همکاران (۲۰۲۵) در مطالعه خود نشان دادند که انتظارات جنسیتی کلیشه‌ای بر ارزیابی مخاطبان از استریم‌های زن ماهر تأثیر منفی می‌گذارد، اما پیام‌رسانی بازاریابی که کلیشه‌های جنسیتی را به چالش می‌کشد، می‌تواند این اثر را کاهش دهد. هیچ‌یک از این استراتژی‌ها بی‌هزینه نیست و همه نیازمند «کار هویتی» مداوم هستند.

۳. روش تحقیق

این تحقیق به منظور فهم تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی از رویکرد پدیدارشناسی توصیفی (Descriptive Phenomenology) بهره گرفته است. پدیدارشناسی توصیفی با تأکید بر

تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی: ... (فروغ رستگارمهر و محسن گودرزی) ۱۵۷

توصیف دقیق تجربه‌های زیسته، بدون تحمیل چارچوب نظری پیشینی، به کشف معانی ذهنی و شخصی شرکت‌کنندگان می‌پردازد. هدف اصلی، شناسایی ابعاد فرهنگی نهفته در کنش گیم‌استریم و تجربه درونی گیم استریم‌ها از این فضا است. برخلاف پدیدارشناسی تفسیری که بر تفسیر پژوهشگر از تجربه‌ها متمرکز است، پدیدارشناسی توصیفی بر وفاداری به توصیف‌های شرکت‌کنندگان تأکید دارد.

انتخاب رویکرد پدیدارشناسی توصیفی به دلیل همخوانی آن با هدف تحقیق یعنی کشف و توصیف تجربه‌های واقعی گیم استریم‌های ایرانی بدون پیش‌فرض‌های نظری است. این رویکرد به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا با نگاهی باز و کمتر متأثر از نظریه‌های پیشین، به درک عمیق‌تری از زیست‌جهان استریم‌ها دست یابد و معانی خاص فرهنگی و اجتماعی را که از تجربه‌های آنان برمی‌خیزد، آشکار سازد.

۱.۳ مشارکت‌کنندگان و نمونه‌گیری

ملاک انتخاب افراد داشتن سابقه طولانی در گیم استریم، تعداد دنبال‌کننده بیش از ۵۰۰ نفر و فعالیت منظم هفتگی بود. نمونه‌گیری به روش هدفمند و با همکاری بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای انجام شد که منجر به انتخاب ۶ گیم استریم (۴ مرد و ۲ زن) با تنوعی از ویژگی‌های حرفه‌ای و جمعیت‌شناختی گردید. این نمونه شامل سه گیم استریم حرفه‌ای با درآمد ماهانه بالای ۲۰ میلیون تومان و سه گیم استریم نیمه‌حرفه‌ای با درآمد زیر ۱۰ میلیون تومان بود که دو نفر از آنان زنان فعال در بازی‌های استراتژیک و رقابت‌های ملی ورزش‌های الکترونیک محسوب می‌شدند.

افراد انتخاب‌شده از جمله شخصیت‌های کلیدی و جریان‌ساز در اکوسیستم گیم‌استریمینگ فارسی هستند که نه تنها در شیوه‌های بازی، بلکه در سبک بیانی، شیوه‌های تعامل با مخاطب و نحوه تولید محتوا، تأثیر قابل توجهی بر دیگر گیم استریم‌ها دارند. مشاهدات پژوهشگر از بستر گیم‌استریم فارسی نشان می‌دهد که الگوهای رفتاری، محتوایی و تکنیکی این افراد تا حد زیادی قابل تعمیم به فضای کلی استریم در ایران است. در همین زمینه موسساتکاس تعداد افراد مناسب برای کار پدیدارشناسانه را بین ۵ تا ۲۵ نفر اعلام می‌کند (کرسول، ۲۰۰۷: ۶۲-۶۰).

پس از انجام شش مصاحبه، تحلیل اولیه نشان داد که پس از مصاحبه پنجم، مفاهیم جدیدی شناسایی نشد و مضامین اصلی در مصاحبه ششم نیز تکرار شدند. این اتفاق با

رویکرد گست و همکاران (۲۰۰۶) نیز کاملاً همسو بوده است؛ از نظر ایشان مضامین اصلی با شش مصاحبه آشکار می‌شوند. این رویکرد از سوی دیگر اندیشمندان نیز با عنوان «اشباع داده‌ها» (ساندرز و دیگران، ۲۰۱۸) مورد تأکید قرار گرفته است. مرحله اشباع داده‌ها زمانی رخ می‌دهد که دیگر اطلاعات یا مضامین جدیدی ظاهر نشوند (گست و دیگران، ۲۰۰۶).

جدول ۱. مشخصات مشارکت‌کنندگان

مصاحبه‌شوندگان	سن	وضعیت تأهل	محل سکونت	تحصیلات
امیر فائوم	۳۱	مجرد	تهران	فوق‌دیپلم و دانشجوی انصرافی
کیوپیید	۳۱	مجرد	تهران	کارشناسی‌ارشد روان‌شناسی شخصیت از دانشگاه تهران جنوب.
امید لون	۳۷	مجرد	تهران	کارشناسی موسیقی از دانشگاه آزاد اسلامی
سایه	۳۲	متأهل	تهران	کارشناسی میکروبیولوژی از دانشگاه دولتی
حجت استراتژی	۲۳	متأهل	خراسان جنوبی بیرجند	زیر دیپلم - ترک تحصیل
شکوچی	۳۲	مجرد	تهران	مجمعه‌سازی دانشگاه تهران

۲.۳ ابزار گردآوری داده

داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته حول تجربه فعالیت در پلتفرم‌ها، تعامل با مخاطبان و چالش‌های فرهنگی توسط پژوهشگر گردآوری شدند. راهنمای مصاحبه شامل سؤالاتی درباره ورود به استریم، عوامل اثرگذار بر سبک و محتوا، چالش‌ها و محدودیت‌ها، تفاوت تجربه در پلتفرم‌های مختلف و تأثیر استریم بر هویت بود. این سؤالات به طور محدود طراحی شده بودند و مصاحبه‌شوندگان اجازه می‌یافتند که مسیر مصاحبه را هدایت کنند (ری، ۱۹۹۴). این رویکرد با اصل اپوخه در پژوهش‌های پدیدارشناسانه کاملاً همسو بوده است.

۳.۳ روش تحلیل داده

داده‌ها با استفاده از روش هفت‌مرحله‌ای کولایزی تحلیل شدند. این روش شامل آشنایی عمیق با متن مصاحبه‌ها، استخراج گزاره‌های معنادار، مفهوم‌سازی و کدگذاری اولیه، دسته‌بندی کدها در قالب خوشه‌های معنایی، تنظیم مقوله‌های اصلی بر اساس شباهت

تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی: ... (فروغ رستگارمهر و محسن گودرزی) ۱۵۹

مفهومی، نگارش توصیف ساختاری تجربه و بازگشت به شرکت‌کنندگان برای تأیید یا اصلاح تحلیل‌ها است.

در این پژوهش، فرایند تحلیل به صورت سیستماتیک و شفاف انجام شد. پس از مصاحبه با هر شرکت‌کننده، متن مصاحبه کلمه به کلمه پیاده‌سازی شد و سپس چندین بار با دقت خوانده شد تا پژوهشگر با محتوا و لحن روایت آشنا شود. در مرحله دوم، گزاره‌های معناداری که مستقیماً به تجربه زیسته استریم‌ها مربوط بود، شناسایی و استخراج شدند. این گزاره‌ها به صورت جملات یا عبارات کوتاهی بودند که حاوی معنای خاص تجربه بودند. در مرحله سوم، هر گزاره معنادار به یک مفهوم کلی‌تر تبدیل شد که ماهیت تجربه را نشان می‌داد. سعی شده است تا در این فرایند توصیفی بودن کدها خدشه‌دار نشود. برای مثال، گزاره‌هایی مانند «استریم برای من فضای آزادی بیان است» و «می‌توانم خودم باشم» به مفهوم «خودبیانگری و احساس آزادی» تبدیل شدند.

در مرحله چهارم، مفاهیم مشابه در کنار یکدیگر قرار گرفتند و خوشه‌های معنایی تشکیل شدند. در مرحله پنجم، خوشه‌های معنایی به مضامین اصلی ادغام شدند. در مرحله ششم، توصیف ساختاری تجربه نوشته شد که تصویری جامع از زیست‌جهان استریم‌ها ارائه می‌داد. در مرحله نهایی، تحلیل‌ها به سه نفر از شرکت‌کنندگان بازگردانده شد و آن‌ها تأیید کردند که تحلیل‌ها با تجربه‌های آنان همخوانی دارد.

۴.۳ اعتبار تحقیق

نمونه‌ای از چگونگی حرکت از گزاره‌های خام به مفاهیم و سپس به خوشه‌های معنایی جهت اعتباربخشی به فرایند کدگذاری ارائه می‌شود. یکی از مشارکت‌کنندگان (امیر فانتوم) بیان کرد: «وقتی استریم می‌کنم، احساس می‌کنم خودم هستم. جایی که می‌توانم بدون ترس از قضاوت، حرف دلم را بزنم و با مخاطبانم ارتباط واقعی داشته باشم.» این گزاره خام در مرحله مفهوم‌سازی به «خودبیانگری و احساس آزادی در استریم» تبدیل شد. گزاره‌های مشابه دیگری مانند «استریم فضایی است که می‌توانم بدون محدودیت خلاق باشم» (کیوپید) و «در استریم می‌توانم شخصیت واقعی خودم را نشان دهم» (سایه) نیز به همین مفهوم نسبت داده شدند. در مرحله بعد، چندین مفهوم مرتبط در کنار هم قرار گرفتند و خوشه معنایی «بیان خود و ساخت هویت دیجیتال» شکل گرفت. این خوشه شامل مفاهیمی مانند خودبیانگری، احساس آزادی، خلاقیت محتوایی و ساخت شخصیت

رسانه‌ای بود. در نهایت، این خوشه معنایی به همراه خوشه‌های مرتبط دیگر، در مضمون اصلی “هویت و بازنمایی در بستر دیجیتال” ادغام شدند.

برای اعتبارسنجی نهایی تحقیق، از استراتژی بازبینی مشارکت‌کنندگان (طبق منطق روشی کولایزی) و بازخوانی تحلیل‌ها توسط همکار پژوهشگر استفاده شد. اعتمادپذیری از طریق ثبت دقیق مسیر تحلیل و انتقال‌پذیری از طریق توصیف زمینه‌ها و انتخاب مشارکت‌کنندگان متنوع پیگیری شد.

۴. یافته‌های تحقیق

با توجه به روش تحقیق پدیدارشناسی کولایزی، گزاره‌های معنادار مهم و کلیدی از هر مصاحبه پس از چندین مرحله مرور مصاحبه‌ها به منظور توصیف فضای گیم‌استریمینگ و رفتار گیم‌استریمرها استخراج شد. نمونه‌هایی از این گزاره‌ها در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۲. نمونه‌ای از گزاره‌های معنادار در متن مصاحبه‌ها

مصاحبه	نمونه گزاره معنادار
حجت استراتژی	استریم کردن برای من یک شیوه زندگی شده. صبح بیدار می‌شوم و فکر می‌کنم امشب چه بازی‌ای استریم کنم.
امیر فانتوم	مخاطبان من مثل خانواده‌ام هستند. وقتی نیستم دلشان برایم تنگ می‌شود و من هم همینطور.
کیوید	گاهی احساس می‌کنم استریم یک فضای درمانی است. هم برای من هم برای مخاطبانم.
سایه	به عنوان یک دختر استریم، با چالش‌های زیادی روبرو هستم. بعضی‌ها فکر می‌کنند دخترها نمی‌توانند بازی کنند.
شکوچی	در توییچ می‌توانم با گیمرهای جهانی رقابت کنم ولی الگوریتم توییچ ما را نمی‌بیند.
امیدلنون	استریم به من یاد داد که چطور مسئولیت‌پذیر باشم. مخاطبانم از من یاد می‌گیرند و باید الگوی خوبی باشم.

با مرور جامع تمام گزاره‌ها، گزاره‌های مشابه در مصاحبه‌ها دسته‌بندی شد. سپس مفهومی جامع از گزاره‌ها برای بیان دقیق‌تر تجربه‌های زیسته به دست آمد و این مفاهیم به خوشه‌های معنایی متصل شدند. این خوشه‌های معنایی می‌تواند در ترسیم مدل مفهومی تحقیق کمک کند.

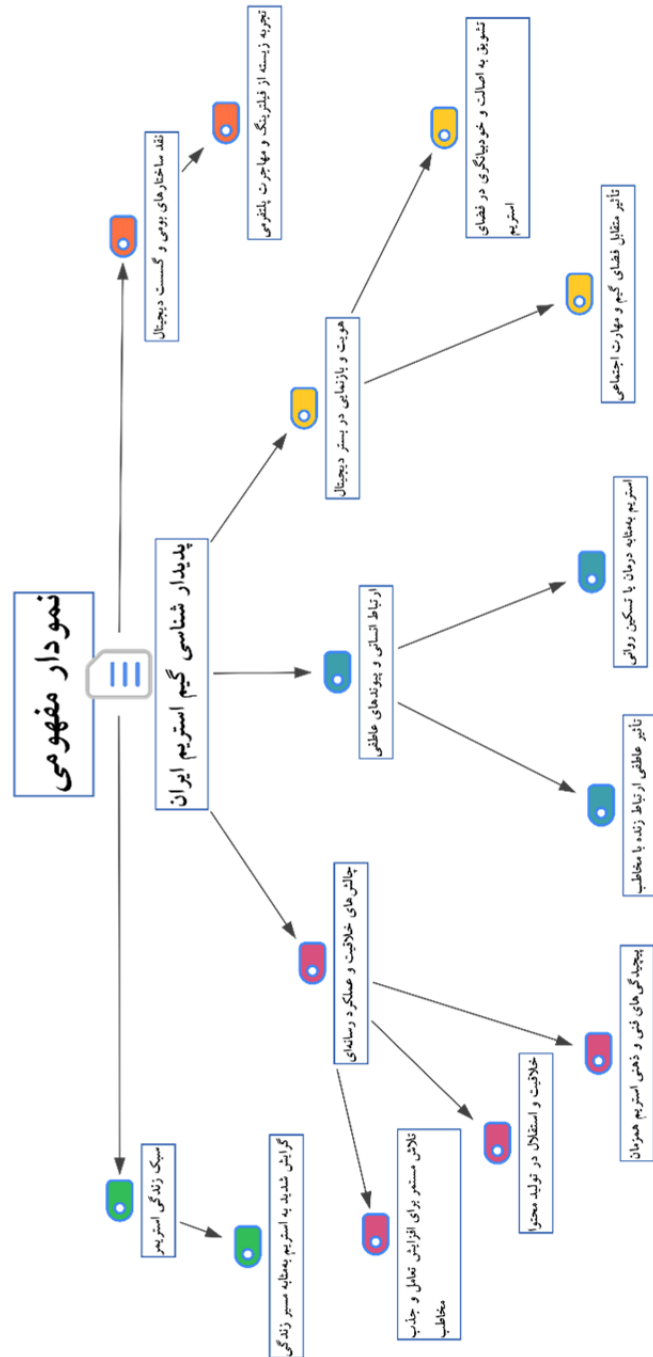
تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی: ... (فروغ رستگارمهر و محسن گودرزی) ۱۶۱

جدول ۳. نمونه‌ای از مفاهیم و خوشه‌های معنایی

مضمون اصلی	خوشه معنایی	مفاهیم
سبک زندگی گیم استریم	گرایش شدید به گیم استریم	اشتیاق و تعهد به استریم، گیم استریم به عنوان سبک زندگی
نقد ساختارهای بومی و گسست دیجیتال	ارزیابی نقادانه محدودیت‌های ساختاری	مقایسه پلتفرم‌ها، تجربه فیلترینگ، انتقاد از پلتفرم‌های داخلی
هویت و بازنمایی در بستر دیجیتال	بیان خود و ساخت هویت	خودبیانگری، ساخت هویت رسانه‌ای، بازنمایی خود
ارتباط انسانی و پیوندهای عاطفی	روابط عاطفی و اجتماعی	پیوند عاطفی با مخاطب، احساس تعلق، روابط دوستانه
چالش‌های خلاقیت و عملکرد رسانه‌ای	خلاقیت و مهارت‌های رسانه‌ای	نوآوری محتوایی، مهارت‌های فنی، چالش‌های اجرا
هویت و بازنمایی در بستر دیجیتال	نابرابری جنسیتی و ساخت قدرت	تجربه زنان استریم، نابرابری جنسیتی، چالش‌های بدن و نگاه

توجه: جدول کامل شامل تمام مفاهیم و خوشه‌های معنایی است که به دلیل رعایت اختصار، فقط نمونه‌هایی ارائه شده است.

با ادغام خوشه‌های هم‌معنا، به پنج مضمون اصلی دست یافتیم که بیانگر تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی است. این پنج مضمون عبارتند از: نقد ساختارهای بومی و گسست دیجیتال، هویت و بازنمایی در بستر دیجیتال، ارتباط انسانی و پیوندهای عاطفی، چالش‌های خلاقیت و عملکرد رسانه‌ای، و سبک زندگی گیم استریم.



نمودار ۱. نمودار مفهومی تحقیق

۱.۴ نقد ساختارهای بومی و گسست دیجیتال

این مضمون بر چالش‌های ساختاری و فنی که گیم استریم‌های ایرانی با آن روبرو هستند، تمرکز دارد. مشارکت‌کنندگان به‌طور مکرر به محدودیت‌های پلتفرم‌های داخلی، فیلترینگ پلتفرم‌های خارجی و تنش میان نیاز به دسترسی جهانی و محدودیت‌های بومی اشاره کردند. برای مثال امید لنون اشاره می‌کند که در آپارات نمی‌تواند هر چیزی بگوید و محدودیت‌هایی برای بیان وجود دارد، درحالی‌که در توییچ این محدودیت‌ها کمتر است. این نشان‌دهنده محدودیت‌های محتوایی و آزادی بیان در آپارات است. گیمرها باید مراقب باشند که محتوای آنها با قوانین و مقررات پلتفرم سازگار باشد که ممکن است خلاقیت و آزادی بیان آنها را تا حد زیادی محدود کند. لنون به محدودیت‌های مربوط به حجاب برای خانم‌ها در آپارات اشاره می‌کند و می‌گوید که این محدودیت‌ها در توییچ وجود ندارد. این محدودیت‌ها نشان‌دهنده تأثیرات فرهنگی و اجتماعی بر فعالیت گیمرها در آپارات است. کیفیت پایین‌تر ویدئوها در آپارات نسبت به توییچ و یوتیوب نیز مواردی است که او اشاره می‌کند و می‌گوید که این پلتفرم هنوز به کیفیت HD و FHD نرسیده است. کیفیت پایین‌تر ویدئوها و امکانات فنی محدودتر در آپارات می‌تواند تجربه بصری مخاطبان را کاهش دهد و باعث شود که گیمرها به دنبال پلتفرم‌های دیگر باکیفیت بالاتر باشند. امید لنون به مدیریت و نظارت شدیدتر در آپارات اشاره می‌کند و می‌گوید که این پلتفرم به طور مرتب چت‌ها را مدیریت می‌کند و به گیمرها تذکر می‌دهند. مدیریت و نظارت شدیدتر در آپارات می‌تواند به حفظ نظم و جلوگیری از محتوای نامناسب کمک کند. این روایت‌ها نشان می‌دهد که گیم استریم‌های ایرانی در تلاش برای یافتن تعادل میان قابلیت‌های فنی و دسترسی، به‌طور مداوم با محدودیت‌های ساختاری دست‌وپنجه نرم می‌کنند.

مشارکت‌کننده دیگری (سایه) تأکید کرد: «آپارات را پلتفرمی ندیدم که در آن پیشرفت کنم، محدودیت‌هایی که ایجاد می‌کند را دوست ندارم، دوست دارم در سطح بین‌المللی رقابت کنم و پلتفرم آپارات رقابت در عرصه بین‌المللی را از گیم‌های ایرانی می‌گیرد.» همچنین امیرفانتوم نیز در این رابطه می‌گوید: «اگر مجبور باشیم فقط در آپارات استریم کنیم انگار خودمان را از جامعه جهانی حذف کردیم، مثل جام جهانی فوتبال... گیم استریم‌های بزرگ دنیا من را در توییچ دنبال میکنند ولی این امکان در آپارات هرگز وجود ندارد.» شکوچی دختر گیمر ملی پوش ایرانی هم تأکید می‌کند: «علاقه‌ای به استفاده از کامیونیتی مخاطب (آپارات نداشتم چون توییچ فضای دیده شدن بیشتری داشت.» این گزاره

به مسئله محدودیت های جهانی پلتفرم های داخلی و نابرابری در دیده شدن اشاره دارد که گیم استریم های ایرانی با آن روبرو هستند.

در مجموع، این مضمون نشان می دهد که گیم استریم های ایرانی در دل تضاد میان پلتفرم های بومی و جهانی قرار دارند و با خلاقیت و انعطاف پذیری تلاش می کنند این چالش ها را پشت سر بگذارند.

این مضمون که از تحلیل گزاره های متعدد مشارکت کنندگان استخراج شده، دو بُعد اصلی دارد: نخست، ارزیابی انتقادی پلتفرم های داخلی و محدودیت های آن ها؛ دوم، تجربه استفاده از پلتفرم های جهانی و چالش های مرتبط با فیلترینگ و سوگیری الگوریتمی. این دو بُعد در کنار یکدیگر، تصویری از گیم استریم های ایرانی ارائه می دهند که در میانه تنش میان دو اکوسیستم پلتفرمی قرار دارند و مرتباً باید میان مزایا و معایب هر کدام تصمیم بگیرند.

در بُعد اول، مشارکت کنندگان به طور مکرر به کیفیت پایین فنی، امکانات محدود و نظارت سخت گیرانه پلتفرم های داخلی اشاره کردند. یکی از مشارکت کنندگان (کیپوید) با جزئیات بیشتری بیان کرد: «من با آپارات مشکلی ندارم. باهاشون ارتباط هم دارم و به خودشون هم گفتم، واقعاً پتانسیل خوبی داره ولی مشکلاتش خیلی زیاده. من آپارت نصف امکانات توییچ را نداره، من حتی یک استریم ۱۰۸۰ در آپارات ندیدم، حتی استریم یوتیوب با توییچ نمی توانند رقابت کند چه برسد به آپارات، به خود مسئولین آپارات هم گفتم اگر توییچ فیلتر نبود کسی در آپارات استریم نمی کرد.» این روایت نشان می دهد که استریمرها نه از موضع ایدئولوژیک، بلکه از منظر حرفه ای و با توجه به انتظارات مخاطبان، پلتفرم های داخلی را ارزیابی می کنند.

نظارت محتوایی نیز یکی از چالش های عمده ذکر شده بود. مشارکت کننده دیگری (حجت استراتژی) اظهار داشت: «در آپارات باید خیلی مواظب باشی چی می گی، چه بازی ای می کنی، حتی چه لباسی می پوشی. یه بار داشتم یه بازی اکشن می کردم، یهو استریمم قطع شد. گفتن محتوای نامناسب داره. ولی همون بازی رو تو توییچ میلیون ها نفر می بینن. این نوع نظارت باعث می شه خودت رو سانسور کنی و نتونی راحت کار کنی.» این نقل قول به خوبی نشان می دهد که چگونه نظارت، فراتر از محدود کردن محتوا، به خودسانسوری و محدود کردن خلاقیت منجر می شود.

در بُعد دوم، تجربه فیلترینگ و استفاده از وی‌پی‌ان، چالشی روزمره برای استریم‌رهای است که در پلتفرم‌های جهانی فعالیت می‌کنند. عدم دسترسی به پلتفرم توییچ، عدم دسترسی به بازی‌های جهانی و افت سرعت اتصال به شبکه از جمله چالش‌هایی است که گیمرها به آن اشاره می‌کنند. همچنین یکی از مشارکت‌کنندگان (امیرفانتوم) به عنوان بازیکن شناخته شده بین‌المللی به از دست رفتن فرصت‌های دیده شدن گیمرهای خوب ایرانی به علت محدودیت‌های فیلترینگ در مقایسه میان بازیکنان ایرانی و خارجی اشاره می‌کند. او بیان می‌کند: "استریم‌های خارجی معمولاً بازیکنان حرفه‌ای هستند که دسترسی گسترده به بازیها و سرعت بالای استریم آن‌ها را خیلی زود به مرحله پیشرفت و موفقیت رسانده، اما در ایران بازیکنان برای دیده شدن در فضای بین‌المللی با چالش‌های بزرگی از جمله فیلتر مواجه هستند" این روایت به ابعاد فنی و روانی استفاده مداوم از ابزارهای دور زدن فیلتر اشاره دارد.

یکی از عناصر نمایانگر شبکه اجتماعی، میزان تماشا و دنبال‌کردن مخاطبان است. داده‌های به‌دست‌آمده در این تحقیق نشان می‌دهند که عوامل مختلفی مانند مدت‌زمان استریم، شخصیت استریم، انتخاب بازی و تأثیرات خارجی مانند فیلترینگ می‌توانند بر تعداد بازدیدها و میزان تماشا تأثیر بگذارند. باین‌حال استریم‌هایی که موفق به تشکیل جامعه آنلاین خود شده‌اند، دلیل اصلی تماشا و تعداد بازدیدها را شخصیت خود استریم می‌دانند. به طور مثال سایه اشاره می‌کند: «الان معمولاً مخاطب‌هایی که بعد از فیلترینگ هم میان، ۸۰ درصدش به‌خاطر خود استریم. نه تنها به‌خاطر من به‌خاطر هر استریم دیگر و اون ۲۰ تا ۳۰ درصد برمیگرده به گیم. چون هر بار که مثلاً گیم را عوض می‌کنیم، باز مخاطبم هست. من الان به فرض مثال به گیم را بازی می‌کنم مثلاً... بازی می‌کنم. ویو می‌شود ۴۰ تا ۶۲ نفر. اون تعدادی که تغییر می‌کنند به بازی که انتخاب می‌کنم مربوط است؛ یعنی می‌خواهم بگویم که هر گیمی هم ویو متفاوت به خودش رو داره». بنابراین حتی محدودیت فیلترینگ هم مانع رشد فضای گیم استریم برای بازیکنان ایران نشده است.

در نهایت، این مضمون نشان می‌دهد که گیم استریم‌های ایرانی در وضعیتی دوگانه قرار دارند: اگر در پلتفرم‌های داخلی بمانند، با محدودیت‌های فنی و نظارتی مواجه‌اند؛ اگر به پلتفرم‌های جهانی مهاجرت کنند، با چالش‌های فیلترینگ، سرعت پایین و نابرابری در رقابت روبرو می‌شوند. این وضعیت، به‌نوعی «گسست دیجیتال» است که نه تنها فنی، بلکه

فرهنگی و سیاسی نیز هست. استریم‌ها با خلاقیت، استقامت و انعطاف‌پذیری تلاش می‌کنند در این فضای چالش‌برانگیز عمل کنند.

ساخت هویت در گیم‌استریم فرایندی پویا و چندلایه است که در تعامل مداوم با مخاطبان، پلتفرم‌ها و خود استریم‌ر شکل می‌گیرد. گافمن (۱۹۵۹) در نظریه «اجرای خود در زندگی روزمره» به این موضوع پرداخته که چگونه افراد در تعاملات اجتماعی، خود را «اجرا» می‌کنند. در استریم، این اجرا به صورت آگاهانه و مداوم صورت می‌گیرد. استریم‌ر در هر لحظه در حال انتخاب است: چه چیزی را نشان دهد، چگونه واکنش نشان دهد، چه لحنی استفاده کند، چه ظاهری داشته باشد.

یکی از مشارکت‌کنندگان (امید لنون) این فرآیند را با جزئیات بیشتری توضیح داد: در طول استریم‌های دوناتون، استریم‌ر با مخاطبان خود تعامل زیادی دارد و حتی چالش‌هایی مانند بازی‌های سخت بدون کشته‌شدن کاراکتر را انجام می‌دهد. این تعامل باعث می‌شود که مخاطبان احساس کنند که بخشی از تجربه استریم هستند و به استریم‌ر کمک می‌کنند تا به اهدافش برسد. لنون از تجربه استریم‌های دوناتون معمولاً باهدف جمع‌آوری پول برای اهداف خاص یاد می‌کند. او به عنوان مثال به خرید مجسمه، عمل چشم و هزینه سفر به عمان اشاره کرده است. این اهداف می‌توانند انگیزه‌ای برای استریم‌ر و مخاطبان باشند تا در استریم شرکت کنند و حمایت مالی کنند.

امیر فانتوم نیز هدف از ورود خود به این فضا را برقراری ارتباط و تعامل با مخاطبانش بیان می‌کند: «فکر می‌کنم دلیل اصلی استریم کردن من از روز اول همین بوده که من می‌خواستم اینتراکشن داشته باشم با مخاطب‌هایم و فکر می‌کنم که علت زنده‌بودن تا الان استریم من همین بوده که من تصمیم گرفتم که با مخاطبانم ارتباط داشته باشم در لحظه و به طور زنده». این نقل‌قول به خوبی نشان می‌دهد که چگونه مرز میان «هویت واقعی» و «هویت رسانه‌ای» محو می‌شود و به تدریج این دو در هم می‌آمیزند. این موضوع با مفهوم «هویت مایع» باومن (۲۰۰۴) همخوانی دارد که در آن هویت نه ثابت و از پیش تعیین‌شده، بلکه سیال و در حال تغییر است. در فضای دیجیتال، این سیالیت بیشتر می‌شود چون افراد می‌توانند هویت‌های متعددی را به‌طور همزمان داشته باشند و مرتباً آن‌ها را بازسازی کنند.

زنان استریم‌ر با چالش‌های خاصی در ساخت هویت روبرو هستند. مشارکت‌کننده دیگری (سایه) با صراحت بیشتری بیان کرد: «به عنوان یک دختر استریم‌ر، همیشه باید ثابت کنم که می‌توانم بازی کنم. وقتی به پسر استریم‌ر می‌شه، هیچ‌کس سؤال نمی‌کنه که چرا؟»

تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی: ... (فروغ رستگارمهر و محسن گودرزی) ۱۶۷

ولی وقتی یه دختر استریم می‌شه، همه می‌پرسن: واقعاً بلد بازی کنی؟ یا فقط واسه مخاطب؟ من باید همیشه دوبرابر بهتر از پسرها بازی کنم تا همون احترام رو ببینم.» شکوچی اما به عنوان یک استریم دختر از تجربه تلخ آزارهای کلامی می‌گوید، او به عنوان یک گیمر دختر تلاش کرده، شخصیت خود را در بازی نشان دهد اما به این مسئله اشاره می‌کند که بسیاری از دختران استریم، راه‌های جلب توجه زیادی برای جذب مخاطب انتخاب می‌کنند که در نهایت با آزارهای کلامی و رفتارهای توهین‌آمیز از نظر او مواجه می‌شوند. شکوچی با مسدود کردن مخاطبان آزارگر و بی‌تفاوتی نسبت به این واکنش‌ها، توانسته است به‌مرور زمان با این چالش‌ها کنار بیاید. همچنین، او به‌عنوان یک گیم استریم حرفه‌ای تمام توجه و تمرکز خود را به ارائه درست بازی و عملکرد خود در زمان استریم معطوف می‌کند. «چند بار پیش اومده که تو چت حرف‌های خیلی زشت و جنسی بهم زدن. یا مثلاً از چهره یا بدنم نقد کردند، اما من تلاش کردم با تمرکز روی کیفیت بازی به مرور این چت‌ها را نادیده بگیرم و خوب البته تعداد زیادی مخاطب هم از دست دادم، چون برام مهم بازی بود نه دیده شدن به هر قیمتی». این روایت به آزار آنلاین و هزینه‌های عاطفی که زنان استریم می‌پردازند، اشاره دارد.

از منظر نظریه‌های فمینیستی، این تجربه‌ها نمونه‌ای از «نگاه مردانه» (male gaze) هستند که لورا مالوی (۱۹۷۵) در تحلیل سینما مطرح کرد. در فضای استریم، بدن زنان تحت نگاه مداوم است و این نگاه، آن‌ها را به اشیاء دیداری تبدیل می‌کند نه به سوژه‌های فعال. زنان استریم برای مقاومت در برابر این شیء‌سازی، استراتژی‌های مختلفی اتخاذ می‌کنند: برخی سعی می‌کنند با پوشش محافظه‌کارانه و تمرکز صرف بر مهارت بازی، جنسیت خود را کمرنگ کنند؛ برخی دیگر با قبول و مدیریت هوشمندانه توجه به ظاهر، فضایی برای خود باز می‌کنند که در آن هم جذاب و هم ماهرند.

ماهیت روابط در فضای استریم، از ویژگی‌های برجسته این رسانه است. برخلاف رسانه‌های سنتی که تعامل یک‌طرفه دارند، استریم امکان تعامل دوطرفه و لحظه‌ای را فراهم می‌کند. این تعامل لحظه‌ای، احساس حضور و نزدیکی ایجاد می‌کند که در رسانه‌های دیگر کمتر دیده می‌شود. هورتون و وول (۱۹۵۶) مفهوم «تعامل فرااجتماعی» (parasocial interaction) را برای توصیف روابط یک‌طرفه میان مخاطبان و شخصیت‌های رسانه‌ای معرفی کردند. اما در استریم، این رابطه دیگر کاملاً یک‌طرفه نیست.

یکی از مشارکت‌کنندگان (امیرفانتوم) این نقل قول نشان می‌دهد که چگونه روابط دیجیتال می‌توانند به روابط واقعی و عمیق تبدیل شوند. «با ارزشترین چیزی که در این سالها به دست آوردم همین مخاطبم بوده». مشارکت‌کننده دیگری (سایه) به بُعد درمانی این روابط اشاره کرد: یک مدت حال روحی خودم خوب نبود، اون لحظه ای که میامد استریم همه چیز را فراموش می کردم و به مرور دیدم حال خودم خیلی خوب شد، حتی بعضی از مخاطبام بهم گفتن که استریم من و خود واقعی بودم، حرف زدن با من در استریم بهشون کمک کرده بهشون پیشنهاد رفتن به مشاوره دادم و پذیرفتن. این تجربه باعث شده، بعد از پایان استریم، با این مخاطب احساس دلگرمی داشته باشم».

این روایت‌ها با تحقیقات اخیر درباره نقش درمانی و حمایتی فضاهای آنلاین همخوانی دارد. کول و گریفیتس (۲۰۲۴) نشان دادند که کامیونیتی‌های آنلاین، به‌ویژه آن‌هایی که حول محوریت‌های مشترک (مانند بازی خاص یا استریم خاص) شکل می‌گیرند، می‌توانند حمایت اجتماعی قابل توجهی ارائه دهند و به سلامت روان کاربران کمک کنند. البته آن‌ها هشدار می‌دهند که این روابط نمی‌توانند جایگزین روابط واقعی یا درمان حرفه‌ای شوند، اما می‌توانند مکمل مفیدی باشند.

۲.۴ هویت و بازنمایی در بستر دیجیتال

این مضمون به چگونگی ساخت و بازنمایی هویت توسط گیم استریمرها در فضای دیجیتال می‌پردازد. هویت استریمرها در جریان تعامل زنده با مخاطب شکل می‌گیرد و تثبیت می‌شود. این هویت از مهارت فنی، خلاقیت اجرایی و زیبایی‌شناسی رسانه‌ای ساخته می‌شود. یکی از مشارکت‌کنندگان (سایه) بیان کرد: «در زمان استریم سعی میکنم خود واقعیم باشم، چون مخاطب متوجه می‌شود» یا امیر فانتوم تجربه انتخاب بازی و استریم خودش را اینطور بیان می‌کند: «مدتی فمیلی فرندلی استریم می‌کردم، ولی دیدم این خود واقعی ام نیست و تصمیم گرفتم واقعی تر با مخاطبم رفتار کنم». این روایت نشان می‌دهد که استریم فرآیندی برای بازاندیشی در خود و ساخت هویت است.

حجت استراتژی از تأثیری که تعامل با مخاطب روی او ایجاد میکند و می‌گوید، به نظرش برای کسی که او را می‌بیند باید الگو باشد، بنابراین سبکی از شخصیت خودش را به نمایش می‌گذارد، که از نظر او اخلاقی و پسندیده است؛ «گاهی از نمازخواندنم، باشگاه

تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی: ... (فروغ رستگارمهر و محسن گودرزی) ۱۶۹

رفتیم، استوری میگذارم، سعی میکنم در استریم بیانم را کنترل کنم چون میدونم مستقیم روی تصویری که ذهن مخاطبم می سازم اثر داره».

۳.۴ ارتباط انسانی و پیوندهای عاطفی

این مضمون به ماهیت روابط میان استریم و مخاطب می‌پردازد. رابطه میان استریم و مخاطب، ساختاری عاطفی و دوسویه دارد که نقش مهمی در تداوم استریم ایفا می‌کند. مخاطب برای استریم نه یک تماشاگر، بلکه همراه، مشوق و یار عاطفی است. یکی از مشارکت‌کنندگان (امیدلنون) بیان کرد: «میخواستم پول عمل مادرم را جور کنم، بچه‌ها گفتند بیا استریم و فردا با دونیت مخاطبم پول عمل جور شد، آنها حمایت کردند که دوناتون برگزار کنم و حتی یک جایی میگفتم لطفا دونیت نکنید، چون من مجبور بودم به خاطر آنها ادامه بدم» این روایت نشان می‌دهد که استریم فضایی برای ساخت روابط عمیق عاطفی است.

مشارکت‌کننده دیگری (سایه) اظهار داشت: «به مخاطبم میگم شما مثل خانواده من می‌مانید، فکر نکنید تنها هستید» یا (کیوید) تأکید می‌کند: «سعی میکنم محبت و احترام در کامیونیتی من برقرار باشد. این مضامین به رشد روابط عاطفی میان استریم و مخاطبش اشاره دارد. در این فضا، کامیونیتی‌های احساسی شکل می‌گیرند که حس تعلق و امنیت روانی می‌آفرینند. استریم فقط اجرا نیست، بلکه فرصتی برای بازسازی احساسی و اجتماعی است.

۴.۴ چالش‌های خلاقیت و عملکرد رسانه‌ای

این مضمون به چالش‌هایی که گیم استریم‌ها در فرآیند تولید محتوا و حفظ کیفیت اجرا با آن روبرو هستند، می‌پردازد. گیم استریم‌ها باید مهارت‌های فنی، خلاقیت محتوایی و توانایی تعامل زنده را به‌طور همزمان مدیریت کنند. یکی از مشارکت‌کنندگان (حجت استراتژی) بیان کرد: «استریم کردن فقط بازی کردن نیست. باید همزمان بازی کنی، با چت حرف بزنی، موزیک را کنترل کنی، به کیفیت تصویر دقت کنی. خیلی چالش‌برانگیز است.» این روایت به پیچیدگی فرآیند استریم و نیاز به مهارت‌های چندگانه اشاره دارد.

مشارکت‌کننده دیگری (امیدلنون) تأکید کرد: «باید همیشه خلاق باشی. نمی‌توانی هر روز همان کار را تکرار کنی چون مخاطب خسته می‌شود. باید ایده‌های جدید داشته باشی، بازی‌های جدید انتخاب کنی، رویدادهای خاص بگذاری.» این گزاره به فشار مداوم برای

نوآوری و جلوگیری از یکنواختی اشاره دارد. علاوه بر این، گیم استریم‌ها با فشارهای جسمی و روانی نیز روبرو هستند. نشستن طولانی مدت، فشار عصبی حین بازی رقابتی و نیاز به حضور مداوم می‌تواند بر سلامتی آن‌ها تأثیر بگذارد.

۵.۴ سبک زندگی گیم استریم

این مضمون به چگونگی ادغام استریم در زندگی روزمره گیم استریم‌ها می‌پردازد. برای بسیاری از آن‌ها، استریم صرفاً یک شغل نیست، بلکه سبک زندگی دیجیتال و خلاقانه است که در آن مرزهای میان کار، سرگرمی و هویت شخصی محو می‌شود. یکی از مشارکت‌کنندگان (حجت استراتژی) بیان کرد: «استریم کردن برای من یک شیوه زندگی شده. صبح بیدار می‌شوم و فکر می‌کنم امشب چه بازی‌ای استریم کنم. حتی وقتی بازی نمی‌کنم، به استریمم فکر می‌کنم.» این روایت نشان می‌دهد که استریم در ذهنیت و روال روزمره آن‌ها جا افتاده است.

مشارکت‌کننده دیگر (کیوید) معتقد است باید فضای استریم او برای مخاطب آموزش محور باشد، «یکی چیز یاد بدم و یک چیزی یاد بگیرم». در نتیجه، گیم استریم‌ها نه فقط به عنوان تولیدکنندگان محتوا، بلکه به مثابه خالقان سبک زندگی دیجیتال، با مخاطبان خود وارد رابطه‌ای دوسویه می‌شوند که در آن کنش‌های نمایشی، بیان خود و شکل‌دهی به هویت فردی و جمعی رقم می‌خورد.

۵. بحث

این تحقیق با هدف فهم تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی، به کشف لایه‌های معنایی نهفته در کنش‌های روزمره این گروه از کاربران رسانه‌های نوین پرداخت. یافته‌ها نشان می‌دهند که استریم بازی، تجربه‌ای پیچیده، چندوجهی و اجتماعی است که از درون شرایط فرهنگی، فنی، اقتصادی و روانی گوناگون برمی‌خیزد. پنج مضمون اصلی شناسایی شده شامل نقد ساختارهای بومی و گسست دیجیتال، هویت و بازنمایی در بستر دیجیتال، ارتباط انسانی و پیوندهای عاطفی، چالش‌های خلاقیت و عملکرد رسانه‌ای و سبک زندگی گیم استریم، تصویری جامع از زیست‌جهان استریم‌ها ارائه می‌دهند.

یافته‌های این تحقیق با مطالعات بین‌المللی هم‌راستا و هم تفاوت‌هایی دارد. هیلورت-بروس و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند که انگیزه‌های اصلی مخاطبان استریم شامل

تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی: ... (فروغ رستگارمهر و محسن گودرزی) ۱۷۱

سرگرمی، تعامل و هویت‌یابی است. یافته‌های تحقیق حاضر این موضوع را تأیید می‌کنند، اما بُعد جدیدی اضافه می‌کنند: در بافت ایران، استریم‌ها با چالش‌های ساختاری منحصر به فردی مانند فیلترینگ، محدودیت‌های پلتفرم‌های داخلی و نابرابری‌های جنسیتی روبرو هستند که در مطالعات غربی کمتر به آن پرداخته شده است.

لین و همکاران (۲۰۱۹) استدلال کردند که استریم بازی، فضایی برای بیان هویت و تعلق اجتماعی است. تحقیق حاضر این یافته را تقویت می‌کند و نشان می‌دهد که در بافت ایران، ساخت هویت با چالش‌های فرهنگی و جنسیتی خاصی همراه است. به‌ویژه برای زنان استریم، فضای استریم هم فرصت و هم محدودیت است: فرصت برای نمایش مهارت و کسب استقلال، و محدودیت به دلیل نگاه‌های کلیشه‌ای و فشارهای اجتماعی. ادواردز و همکاران (۲۰۲۱) و کنی (۲۰۲۴) به سوگیری الگوریتمی و نظارت پلتفرمی اشاره کردند. یافته‌های تحقیق حاضر این موضوع را در بافت ایران تأیید می‌کند و نشان می‌دهد که گیم استریم‌های ایرانی با دو لایه محدودیت روبرو هستند: سوگیری الگوریتمی در پلتفرم‌های جهانی و نظارت محتوایی در پلتفرم‌های داخلی.

این تحقیق از چند جنبه نوآوری دارد. نخست، برخلاف تحقیق‌های داخلی که عمدتاً به رفتار فردی گیم‌ها پرداخته‌اند، این تحقیق با تمرکز بر گیم‌استریم به مثابه یک تجربه فرهنگی- رسانه‌ای مستقل، توانسته است فرآیندهای درونی و زیسته این کنش را از زبان خود گیم استریم‌ها آشکار کند. دوم، این تحقیق با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی توصیفی، به جای تحمیل چارچوب نظری پیشینی، اجازه داده است تا تجربه‌های واقعی استریم‌ها به صورت خام و بدون فیلتر ظاهر شوند. سوم، این تحقیق به تحلیل جنسیت و قدرت در فضای استریم پرداخته و نشان داده است که زنان استریم با ساختارهای قدرت جنسیتی خاصی روبرو هستند که نیازمند تحلیل فمینیستی است. چهارم، این تحقیق شکاف میان مطالعات جهانی و بومی را پر کرده و نشان داده است که چگونه بافت فرهنگی، سیاسی و فنی ایران بر تجربه استریم‌ها تأثیر می‌گذارد.

بر اساس نتایج این تحقیق، پیشنهاد‌های را می‌توان در لایه‌های مختلف سیاست‌گذاری تا پژوهشی عرضه کرد. سیاست‌گذاران باید توسعه پلتفرم‌های داخلی با کیفیت فنی بالاتر و سیاست‌های محتوایی منعطف‌تر که آزادی بیان و تنوع محتوا را تسهیل کنند. ایجاد نظام‌های حمایتی واقعی برای زنان گیم استریم از طریق آموزش، تأمین مالی و حمایت قانونی و رسمیت شناختن گیم‌استریمینگ به عنوان یک میدان اثرگذار فرهنگی و اجتماعی در

برنامه‌های رسانه‌ای، آموزشی و تربیتی از جمله رویکردهایی است که باید از سوی ایشان پیگیری شود.

پژوهشگران نیز بایستی انجام مطالعات کمی بر روی نمونه‌های بزرگ‌تر برای بررسی قابلیت تعمیم یافته‌های این تحقیق را در دستور کار قرار دهند. تحقیق بر روی مخاطبان استریم و نقش الگویی گیم استریم‌ها در شکل‌دهی به فرهنگ بازی در ایران و مطالعه تطبیقی گیم استریمینگ در کشورهای مختلف منطقه با شرایط مشابه می‌تواند به درک بهتر پدیده گیم استریم کمک کند.

این تحقیق با محدودیت‌هایی روبرو بوده است. نخست، نمونه تحقیق شامل شش گیم استریم بود که همگی از شهرهای بزرگ و دارای سطح تحصیلات بالا بودند. تحقیقات آتی می‌تواند با افزایش تنوع جغرافیایی، طبقاتی و تحصیلی مشارکت‌کنندگان، به یافته‌های غنی‌تری دست یابند. دوم، این تحقیق بر تجربه گیم استریم‌ها متمرکز بود و به تجربه مخاطبان نپرداخت. تحقیقات آتی می‌تواند رابطه میان استریم و مخاطب را از منظر هر دو طرف بررسی کنند.

۶. نتیجه‌گیری

این تحقیق نشان داد که گیم استریمینگ فارسی یک اکوسیستم فرهنگی-رسانه‌ای در حال شکل‌گیری در ایران است که در آن گیم استریم‌ها نه تنها به عنوان تولیدکنندگان محتوا، بلکه به مثابه کنشگران فرهنگی ظاهر می‌شوند. آن‌ها با محدودیت‌های فنی، حساسیت‌های فرهنگی و پویایی‌های جنسیتی روبرو هستند و با خلاقیت، استقامت و انعطاف‌پذیری، هویت حرفه‌ای خود را می‌سازند. گیم استریمینگ در ایران، فضایی برای بیان خود، تجربه احساسات، ارتباط انسانی و ساخت جوامع دیجیتال است. این فضا در عین حال میدان نبردی برای بقا، دیده‌شدن و رقابت در بستری است که محدودیت‌های ساختاری، خلاقیت را به چالش می‌کشد.

یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که گیم استریمینگ در ایران نه یک پدیده منفرد، بلکه تقاطع چندین فرآیند اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و تکنولوژیک است. گیم استریم‌های ایرانی در دل ساختارهای قدرت چندلایه قرار دارند؛ از یک سو، قدرت پلتفرم‌ها که از طریق الگوریتم‌ها و سیاست‌های محتوا اعمال می‌شود؛ از سوی دیگر، قدرت نهادهای

تجربه زیسته گیم استریم‌های ایرانی: ... (فروغ رستگارمهر و محسن گودرزی) ۱۷۳

نظارتی داخلی که فضای فعالیت را محدود می‌کنند؛ و از سوی سوم، ساختارهای فرهنگی و جنسیتی که تعیین می‌کنند چه کسی و چگونه می‌تواند در این فضا حضور داشته باشد.

با این حال، یافته‌ها همچنین نشان می‌دهند که استریم‌ها صرفاً قربانی منفعل این ساختارها نیستند. آن‌ها با کنشگری خلاق، راه‌های مقاومت، انطباق و بازآفرینی می‌یابند. استفاده از وی‌پی‌ان برای دسترسی به پلتفرم‌های جهانی، ساخت شبکه‌های حمایتی غیررسمی، توسعه سبک‌های منحصر به فرد فارسی در استریم که با سلیقه محلی هماهنگ است، و ایجاد کامیونیتی‌های عاطفی و حمایتی، همه نمونه‌هایی از این کنشگری خلاق است. این یافته با نظریه «تاکتیک‌های روزمره» دوسرتو (۱۹۸۴) همخوانی دارد که نشان می‌دهد چگونه افراد عادی در دل ساختارهای قدرت، راه‌های ظریف و خلاقانه‌ای برای اعمال کنشگری می‌یابند.

از منظر نظری، این تحقیق به چند حوزه دانش کمک می‌کند. نخست، به مطالعات پدیدارشناسی رسانه‌های نوین با ارائه توصیفی غنی از تجربه زیسته در فضای دیجیتال. دوم، به مطالعات پلتفرم با نشان دادن چگونگی تجربه کاربران در بافت‌های غیرغربی که با محدودیت‌های متفاوتی روبرو هستند. سوم، به مطالعات جنسیت و رسانه با تحلیل چگونگی تجربه زنان در فضاهای دیجیتال و مکانیزم‌های قدرت جنسیتی. چهارم، به مطالعات فرهنگی با نشان دادن چگونگی شکل‌گیری فرهنگ مشارکتی در بافت ایران.

از منظر کاربردی، این تحقیق نشان می‌دهد که گیم‌استریمینگ نه یک سرگرمی بی‌اهمیت، بلکه یک میدان اجتماعی-فرهنگی پرمعناست که می‌تواند در آموزش، فرهنگ‌سازی، اقتصاد دیجیتال و حتی سلامت روان نقش داشته باشد. سیاست‌گذاران و نهادهای فرهنگی باید با نگاهی جدی‌تر به این فضا بنگرند و به جای محدودسازی صرف، زمینه‌های رشد سالم آن را فراهم کنند. این شامل سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فنی، ایجاد چارچوب‌های نظارتی متعادل که هم امنیت و هم آزادی را تأمین کنند، و حمایت از گروه‌های حاشیه‌ای مانند زنان استریم‌ر است.

در نهایت، این تحقیق نشان می‌دهد که گیم‌استریمینگ فارسی در حال تبدیل شدن به یک فرهنگ فرع است که هنجارها، زبان، ارزش‌ها و هویت مشترک خود را دارد. این فرهنگ فرعی هم از فرهنگ جهانی استریم تأثیر می‌پذیرد و هم با فرهنگ بومی ایرانی در تعامل است. درک این فرآیند تعاملی برای فهم آینده رسانه‌های دیجیتال در ایران ضروری است.

پی‌نوشت

* «بخش عمده‌ای از یافته‌های این مقاله مبتنی بر داده‌ها و نتایج استخراج‌شده از پایان‌نامه پژوهشگر با عنوان پدیدارشناسی فرهنگی - اجتماعی گیم‌استریمینگ فارسی و گیم‌استریم‌های ایرانیاست، به راهنمایی استاد بزرگوار مرحوم سید وحید عقیلی و مشاوره دکتر محسن گودرزی است.»

کتاب‌نامه

خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) (۱۴۰۴، ۸ تیر). ۲۹ میلیون گیم‌ر در ایران؛ گردش مالی صنعت بازی به ۷۰۰ هزار میلیارد تومان رسید. <https://www.irna.ir/xjTN7c>

سیدحسینی، سیدمحمدعلی، نژادی، پویان و نصیری، حامد. (۱۳۹۸). الگوی ارزش‌های ادراکی در مخاطبان پلتفرم‌های بازی‌های دیجیتال. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۱۲(۱)، ۱-۲۵. doi: 10.22035/jicr.2019.377

کوثری، مهدی؛ شاه‌قاسمی، احسان (۱۳۸۸). تعامل‌پذیری در بازی‌های رایانه‌ای: بازآفرینی تجربه ارتباطی در فضای دیجیتال. مطالعات فرهنگی/ایرانیان، ۲(۳)، ۱-۱۹.

- Anciones-Anguita, K., & Checa-Romero, M. (2024). Sexualized culture on livestreaming platforms: a content analysis of Twitch.tv. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 257. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02724-z>
- Bauman, Z. (2004). *Identity: Conversations with Benedetto Vecchi*. Cambridge: Polity Press.
- Bogost, I. (2007). *Persuasive games: The expressive power of videogames*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood.
- Chen, D. M. (2022). Issues and strategies of localising sensitive audiovisual elements in game streaming. *British Journal of Chinese Studies*, 12(2), 154-179.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (2nd ed.). Sage Publications.
- De Certeau, M. (1984). *The Practice of Everyday Life*. University of California Press.
- Edwards, C. G., Pollack, C. C., Pritschet, S. J., Haushalter, K., Long, J. W., & Masterson, T. D. (2022). Prevalence and comparisons of alcohol, candy, energy drink, snack, soda, and restaurant brand and product marketing on Twitch, Facebook Gaming and YouTube Gaming. *Public Health Nutrition*, 25(1), 1-12.
- Foucault, M. (1978). *The History of Sexuality: Volume 1. An Introduction*. Pantheon Books.
- Foucault, M. (1978). *The History of Sexuality Volume 1*. In *Feminist Studies* (pp. 61-66). Routledge.

- Fox, J., & Tang, W. Y. (2017). Women's experiences with general and sexual harassment in online video games: Rumination, organizational responsiveness, withdrawal, and coping strategies. *New Media & Society*, 19(8), 1290–1307.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. Yale University Press.
- Goffman, E. (2023). The presentation of self in everyday life. In *Social Theory Re-wired* (pp. 450–459). Routledge.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82.
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2), 211–232.
- Hambrick, M. E., Montanaro, A. E., Frederick, E. L., & Cocco, A. R. (2023). Exploring motives for Twitch viewership and content creation with the exergame Zwift. *Journal of Electronic Gaming and Esports*, 1(1).
- Hamilton, W. A., Garretson, O., & Kerne, A. (2014). Streaming on Twitch: Fostering participatory communities of play within live mixed media. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1315–1324).
- Herrera, M. J. G., & Cañedo, A. (2025). Mujeres streamers en Twitch: Ciberfeminismo frente a las violencias machistas. *Teknokultura*, 22(2), 209–217.
- Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58–67.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press.
- Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2019). The impacts of live streaming and Twitch.tv on the video game industry. *Media, Culture & Society*, 41(5), 670–688.
- Kenny, S. Streamlined Interaction: *Adapting Interactive Artwork to Live Streaming on Twitch*. (Doctoral dissertation, Toronto Metropolitan University).
- Kim, J. E., Ha, S., Kim, S., & Hemphill, L. (2025). The spread of virtual gifting in live streaming: The case of Twitch. *arXiv preprint arXiv:2501.09235*.
- Lin, J. H. T., Bowman, N., Lin, S. F., & Chen, Y. S. (2019). Setting the digital stage: Defining game streaming as an entertainment experience. *Entertainment Computing*, 31, 100309.
- Mazaherizadeh, A., Taherifar, Z., Farahani, H., & Hussain, Z. (2024). Screened realities: A grounded theory exploration of gaming disorder dynamics among Iranian male adolescents. *Frontiers in Psychiatry*, 15, 1357211.
- Mulvey, L. (2013). Visual pleasure and narrative cinema. In *The Sexual Subject* (pp. 22–34). Routledge.
- Nakandala, S., Ciampaglia, G. L., Su, N. M., & Ahn, Y. Y. (2017). Gendered conversation in a social game-streaming platform. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 11(1), 162–171.

- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275–4292.
- Oberle, M. (2016). Robert D. Putnam: Bowling Alone. In *Klassiker der Sozialwissenschaften* (pp. 408–411). Springer.
- Ray, M. A. (1994). The richness of phenomenology: Philosophic, theoretic, and methodologic concerns. In *Critical Issues in Qualitative Research Methods* (pp. 117–133).
- Ruberg, B., Cullen, A. L. M., & Brewster, K. (2019). Nothing but a “titty streamer”: Legitimacy, labor, and the debate over women’s breasts in video game live streaming. *Critical Studies in Media Communication*, 36(5), 466–481.
- Ruvalcaba, O., Shulze, J., Kim, A., Berzenski, S. R., & Otten, M. P. (2018). Women's experiences in eSports: Gendered differences in peer and spectator feedback during competitive video game play. *Journal of Sport and Social Issues*, 42(4), 295–311.
- Saleem, N., Young, P., & Yousuf, S. (2024). Exploring the relationship between social media use and symptoms of depression and anxiety among children and adolescents: A systematic narrative review. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 27(11), 771–797.
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., ... & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: Exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & Quantity*, 52(4), 1893–1907.
- Shahghasemi, E., & Mousavi Haghshenas, M. (2024). Beyond Streaming: Twitch's economic and creative impact in gaming. *Journal of Cyberspace Studies*, 8(1), 59–82.
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Vieira, M. J., & Cardoso, P. (2023). A systematic literature review of inclusion and representativity of women in videogame live streaming between 2017–2023. In *International Conference on Design and Digital Communication* (pp. 357–370). Springer.
- Welden, R., Johnston, L., & Hasford, J. (2025). The impact of gender expectations on the evaluation of video game livestreaming content. *International Journal of Research in Marketing*. (In press).
- Woodcock, J., & Johnson, M. R. (2021). Live streamers on Twitch.tv as social media influencers: Chances and challenges for strategic communication. In *Social Media Influencers in Strategic Communication* (pp. 88–102). Routledge.