

ارتباط سامانه‌های ویدئو به درخواست (VOD)  
**و بازارپردازی بازی‌های دیجیتال**  
(مطالعه موردی نتفلیکس)

تابستان ۱۴۰۲






# سازمان اس‌اچ‌ام



## ارتباط سامانه‌های ویدئو به درخواست (VOD) و بازارپردازی بازی‌های دیجیتال (مطالعه موردی نتفلیکس)

**عنوان:** ارتباط سامانه‌های ویدئو به درخواست (VOD) و بازارپردازی بازی‌های دیجیتال (مطالعه موردی نتفلیکس)  
**نام نهاد:** بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک)  
**تهیه و تدوین:** مهشید شهیدی  
**ناظر:** فرزانه شریفی  
**تاریخ انتشار:** تیر ۱۴۰۲

نشانی: تهران، میدان هفت تیر، خیابان مفتاح شمالی، کوچه گلزار غربی،  
نیش زیرک‌زاده، شماره ۳۲- کدپستی: ۱۵۷۵۷۴۵۳۱۱

۰۲۱-۸۸۳۱۰۲۲۲ 

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

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

## ◀ درباره بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای

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

به شکل خاص معاونت پژوهش و آموزش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با نام مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) با این هدف اصلی تاسیس شد تا سهم تحقیقات را در صنعت بازی‌های دیجیتال افزایش دهد. در این راستا دایرک ارتباطی تعاملی با فعالان صنعت، شامل شرکت‌های توسعه‌دهنده بازی، ناشران، رسانه‌ها، دانشگاه‌ها و سیاست‌گذاران برقرار نموده و با اجرای پیمایش‌های دوره‌ای مطالعه رفتار مصرف‌کننده در سراسر کشور، به حجم قابل‌توجهی از داده و اطلاعات دسترسی دارد. دایرک، مرجع رسمی انتشار گزارش‌های آماری و تقویت مبانی نظری صنعت بازی‌های دیجیتال در ایران محسوب می‌شود و به شکل کلی در چهار حوزه انجام تحقیقات حوزه سیاست‌گذاری کلان زیست‌بوم بازی‌های دیجیتال، افزایش هوشمندی زیست‌بوم با انتشار گزارش‌های آماری و تحلیلی، تقویت مبانی نظری حوزه مطالعات بازی و اتصال دانشگاه به صنعت و حمایت از تحقیق، تولید و ترویج بازی‌های جدی در کشور به فعالیت می‌پردازد.

## فهرست مطالب

۱	مقدمه
۲	تعریف مفاهیم
۳	مدل‌های تجاری رایج سرویس ویدئو به درخواست
۵	بازارپردازی فرهنگی و صنایع فرهنگی جدید
۱۲	سکوه‌های ویدئو به درخواست فعال در حوزه بازی‌های دیجیتال
	سرویس‌های «ویدئو به درخواست» و بازارپردازی در حوزه
۱۵	بازی‌های دیجیتال
۱۹	بازارپردازی بر مبنای اقتباس: ارتباط دوگانه فیلم‌ها و بازی‌ها
	دلایل توسعه بازی‌های دیجیتال توسط سامانه‌های ویدئو به
۳۳	درخواست
۳۶	جمع‌بندی و تحلیل
۳۸	منابع

## مقدمه

دنیای سرگرمی دائماً در حال تکامل است و صنعت بازی نیز به‌عنوان بخشی از دنیای سرگرمی در طول سال‌ها تکامل یافته است. فناوری‌های جدید و سکوها و دستگاه‌های جدیدتر وارد عمل شده‌اند و روندهای موجود در صنعت بازی را تغییر داده‌اند. بر همین اساس، شاهد تغییرات زیادی در نحوه ارائه محتوا یا جذب کاربران بوده‌ایم، به طور مثال مردم خواهان دریافت و مشاهده محتوا به روش‌های جدید، بر حسب تقاضا و نیاز شخصی از دامنه وسیعی از دستگاه‌های دیجیتال در هر زمان برای مصرف هستند. از طرفی دیگر همان مخاطبان بدون در نظر گرفتن زبان یا فرهنگ خود و ماورای تفاوت‌های موجود، انتظار تجربه‌های لذت‌بخش و معنادار مشابهی را دارند، چرا که تجربه هم‌زمان و مشابه با سایر افراد در نقاط مختلف جهان بر شگفتی این تجربه می‌افزاید. فعالان حوزه سرگرمی نیز با شناسایی این نیازها، از طریق تلویزیون، سینما و بازی همواره به دنبال انتقال احساسات به سراسر جهان بوده‌اند.

صنعت بازی به دلیل اهمیت آن برای فرهنگ، سرگرمی و پیشرفت فناوری در صدد است تا از جدیدترین فناوری‌ها استفاده کند و بازی‌ها را در قالب چندین سکو و رسانه برای بیش از دو میلیارد نفر در سرتاسر جهان قابل استفاده کند.

از سوی دیگر شرکت‌های رسانه‌ای در تلاش هستند تا مشترکان پولی را در سرویس‌های پخش ویدئویی خود حفظ کنند. آنها همچنین با صنعت بازی رقابت می‌کنند و تلاش دارند هم سرگرمی و هم تعامل اجتماعی را ارائه دهند. پیشرفت فناوری منجر به نوآوری‌هایی در حوزه رسانه شده است. یکی از این شرکت‌های رسانه‌ای نتفلیکس<sup>۱</sup> است که یک مدل تجاری آزمایش شده و واقعی است. این مجموعه در کنار برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌ها، بازی‌های رایگانی را به مشترکان خود ارائه می‌کند؛ کاربرانی که اشتراک فعال نتفلیکس

1. Netflix

دارند، می‌توانند آن‌ها را در دستگاه‌های آیفون، آی‌پد و اندروید خودبارگیری و استفاده کنند. پس از اعلام سرویس بازی در نوامبر ۲۰۲۱، کتابخانه بازی‌های تنفلیکس از ۵ بازی به ۱۴ بازی افزایش یافت. مطالعه حاضر درصدد بررسی ارتباط سامانه‌های ویدئو به درخواست (VOD) و بازارپردازی بازی‌های دیجیتال است و در این راستا به مطالعه موردی تنفلیکس پرداخته است.

### تعریف مفاهیم

به‌طور کلی VOD<sup>۱</sup>، مخفف «ویدئو به درخواست»؛ بستری برای هر توزیع محتوایی است که به بینندگان امکان می‌دهد که انتخاب کنند چه زمانی، کجا و چگونه محتواها را مشاهده کنند.

این سیستم‌ها محتوای مدنظر کاربران را از طریق گیرنده (ستاپ باکس)، رایانه یا دستگاه‌های دیگری پخش می‌کنند و همچنین امکان مشاهده در زمان‌های گوناگون را فراهم می‌کنند.<sup>۲</sup> سامانه‌های ویدئو به درخواست برخلاف کانال‌های پخش سنتی و رسانه‌هایی که مصرف‌کنندگان را مجبور می‌کردند محتوا را در برنامه خود مشاهده کنند، به مخاطبان اجازه می‌دهند تا در اوقات فراغت خود و از هر دستگاه سازگار به ویدئوها دسترسی داشته باشند. این ویژگی، تماشای محتوای برخط را در این سامانه‌ها تغییر داده است. البته باید توجه داشت معنای پخش سامانه‌های ویدئو به درخواست با پخش زنده ویدئو متفاوت است؛ زیرا محتوای آن برخلاف پخش در زمان واقعی یا استریمینگ، از پیش ضبط و ایجاد شده است.

تنفلیکس، هولو<sup>۳</sup> و دیزنی‌پلاس<sup>۴</sup> نمونه‌هایی هستند که از مدل سامانه‌های ویدئو به درخواست استفاده می‌کنند. بسیاری از سامانه‌های ویدئو به درخواست از پخش OTT<sup>۵</sup> استفاده می‌کنند، به این معنی که از طریق اینترنت پخش می‌شوند. سرویس ویدئو به درخواست، بخش پررونقی در سال ۲۰۲۰ بوده است درعین حال بر اساس پیش‌بینی‌های Statista این صنعت تا سال ۲۰۲۴ نزدیک به ۱۲۵ میلیارد دلار رشد خواهد داشت و این امر باتوجه به تسلط سرویس‌های پخش مانند تنفلیکس و دیزنی پلاس بر دیگر ارائه‌دهندگان سنتی، روندی به مراتب طبیعی‌تر به نظر می‌رسد.<sup>۶</sup> باتوجه به رشد استریم بازی‌های دیجیتال و همچنین درآمد بالای صنعت بازی‌های دیجیتال، شرکت‌های ارائه‌دهنده ویدئو به درخواست نظیر تنفلیکس هم به سمت ارائه سرویس بازی‌های دیجیتال حرکت کرده‌اند.

1. Video on Demand

2. Uscreen.tv

3. Hulu

4. Disney+

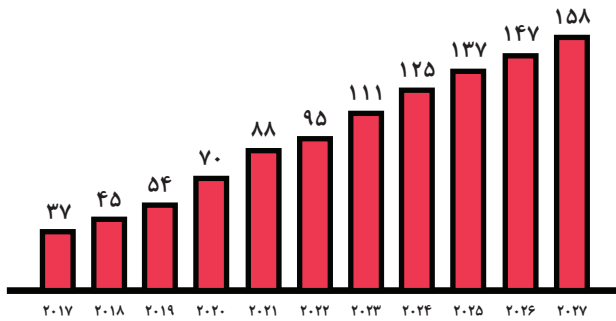
5. Over The Top

۶. اصطلاح مرسوم جدید در صنعت دیجیتال و رسانه است. این کلمه به ارسال فیلم، سریال یا هر محتوای ویدئویی دیگر از طریق اینترنت بدون استفاده از خدمات سنتی تلویزیون کابلی یا ماهواره‌ای اشاره دارد.

7. Statista.com

## مدل‌های تجاری رایج سرویس ویدئو به درخواست

### SVOD (ویدئو به درخواست اشتراکی)<sup>۱</sup>



شکل ۱. پیش‌بینی درآمد بازار سرویس‌های ویدئو بر اساس تقاضا در سراسر جهان تا سال ۲۰۲۷ (منبع: Statista)

کسب‌وکارهای مبتنی بر ویدئو به درخواست اشتراکی با دریافت هزینه اشتراک دائم از مشتریان خود درآمد کسب می‌کنند و در مقابل مشترکان به کتابخانه کاملی از ویدئوها، تلویزیون و فیلم‌ها دسترسی پیدا می‌کنند. این مدل تجاری، محبوب‌ترین مدل در میان انواع موجود محسوب می‌شود. نمونه‌هایی از این مدل تجاری عبارت‌اند از نتفلیکس، اچ‌بی او مکس<sup>۲</sup> و دیزنی پلاس.

### AVOD (ویدئو به درخواست مبتنی بر تبلیغات)<sup>۳</sup>

سرویس‌های ویدئو به درخواست مبتنی بر تبلیغات از طریق تبلیغات ویدئویی، برندهای

1. Subscription Video on Demand  
2. HBO Max  
3. Advertising-based Video on Demand



نمایشی، محتوای حمایت‌شده و مواردی از این دست درآمد کسب می‌کنند. به عبارت دیگر این مدل بیشتر با تلویزیون سنتی (کابلی و ماهواره‌ای) مرتبط است. اما در سال‌های اخیر محبوبیت آن در حال افزایش است. سرویس‌های ویدئو به درخواست مبتنی بر تبلیغات مانند توبی<sup>۱</sup> و پلوتو<sup>۲</sup> در تلاش هستند تا تلویزیون رایگان را بار دیگر به یک روند رایج تبدیل کنند.

### TVOD (ویدئو به درخواست تراکنشی)<sup>۳</sup>

این سرویس‌ها با فروش یا اجاره ویدئوها به مشتریان درآمد کسب می‌کنند. این مدل تجاری برای کسب‌وکارهایی که به دنبال فروش یک ویدئو یا مجموعه خاصی از ویدئوها هستند، عالی است. مثل یک توزیع‌کننده فیلم که آخرین فیلم خود یا شرکت آموزشی که مجموعه‌ای از دروس را می‌فروشد. کسب‌وکارهای این نوع سامانه تمایل به کمیت کمتر و کیفیت بیشتری دارند.

البته باید توجه داشت سرویس‌های ویدئو به درخواست موجود تنها از یک مدل تجاری به صورت مطلق برای ارائه خدمات و کسب درآمد استفاده نمی‌کند، به عنوان مثال هولو به عنوان یک سرویس ویدئو به درخواست دو مدل تجاری «ویدئو به درخواست اشتراکی» و «ویدئو به درخواست مبتنی بر تبلیغات» را ترکیب می‌کند. برخی از مشتریان هزینه اشتراک اندکی می‌پردازند؛ اما همچنان تبلیغات را در نمایش‌های خود می‌بینند. برخی دیگر برای حذف همه تبلیغات هزینه اشتراک بالاتری می‌پردازند. مثال عالی دیگر دیزنی پلاس است. دیزنی پلاس بیشتر به عنوان یک مدل نمایش ویدئو به درخواست اشتراکی شناخته می‌شود. با این حال، این شرکت اخیراً فیلم مولان<sup>۴</sup> را به عنوان «ویدئو به درخواست مبتنی بر تبلیغات» منتشر کرده است. در ادامه و پیش از ورود به شیوه‌های بازارپردازی سرویس‌های ویدئو به درخواست، مفهوم بازارپردازی، تاریخچه آن و همچنین اشکال آن در صنایع فرهنگی توضیح داده می‌شود.

1. Tubi

2. Pluto TV

یک سرویس بخش ویدئو است که محتوای آن از طریق وب سایت و برنامه‌های پشتیبانی شده آن در دسترس است. در ژانویه ۲۰۲۲، این سرویس در مجموع به ۶۴ میلیون کاربر فعال ماهانه رسیده بود.

3. Transactional Video on Demand

4. Mulan

## بازارپردازی فرهنگی و صنایع فرهنگی جدید

بازارپردازی<sup>۱</sup>، عمل بازاریابی یک محصول بر اساس حق انتشار آن است. بازارپردازی به طور عمومی به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که برای ترویج کالا برای فروش بیشتر اتخاذ می‌شود. بازارپردازی راهی برای شرکت‌ها یا افراد برای ایجاد جریان درآمد از یک رویداد یا شخص مهم است. در خیلی از مواقع درآمد حاصل از بازارپردازی از فروش گیشه‌ای نیز فراتر می‌رود. محصولات قابل فروش شامل اسباب‌بازی، کتاب و بازی‌های دیجیتال است.

ورود کمپانی دیزنی با اثر لیون کینگ (شیر شاه)<sup>۲</sup> در سال ۱۹۹۴ نقطه عطفی در این زمینه بود، به طوری که علاوه بر این واقعیت که این شرکت به درآمد ۴۲۲ میلیون دلار آمریکا در صنعت فیلم خانگی رسید، توانست ۱.۵ میلیارد دلار از طریق معاملات انجام شده در بازاریابی خرده‌فروشی به دست آورد؛ از سوی دیگر می‌توانیم به فروش گسترده تیشرت‌های تیره با لوگوی بتمن اشاره کنیم که از اواخر سال ۱۹۸۹ کل صنعت پوشاک را تحت تأثیر قرار داد. از سال ۱۹۹۷ هری پاتر نیز توجه واقعی در زمینه بازاریابی را افزایش داد. محصولات مرتبط با این اثر شامل اسباب‌بازی‌ها و بازی‌های دیجیتال است.<sup>۳</sup>

### انواع بازارپردازی بازارپردازی فیلم

یکی از اشکال بازارپردازی، بازارپردازی مبتنی بر فیلم است که به هر شکل از تجارت و فروش محصولات مرتبط با فیلم گفته می‌شود که می‌تواند به شخصیت‌ها یا مکان‌های فیلم اشاره داشته باشد. محبوب‌ترین نوع محصولات شامل نوشت‌افزار، اسباب‌بازی، کالاهای هدیه و... است.

1. Merchandising  
2. Lion King  
3. Academia.edu

فرض اصلی این نوع بازارپردازی این است که اگر فیلمی موضوع یا شخصیت‌های جذابی داشته باشد، طرف‌دارانی که فیلم را می‌بینند نیز دوست دارند، کالاهای مرتبط با آن اثر را به‌عنوان یادگاری خریداری کنند و در اختیار داشته باشند. این موضوع فرصت بازاریابی را برای تولیدکنندگان و تاجران چنین محصولاتی فراهم می‌کند. درعین‌حال، این کالاها می‌توانند برای خود فیلم نیز عنصری تبلیغاتی باشند و به جذب بیشتر مخاطبین از این طریق کمک کنند.

رویه کلی در این است که تهیه‌کنندگان یا توزیع‌کنندگان فیلم که حقوق فیلم‌ها را دارند، به اشخاص ثالث مجوز تولید و فروش چنین محصولات فرعی را با هزینه ثابت به‌اضافه حق امتیاز مرتبط با درآمد فروش (حدود ۵ تا ۱۰ درصد) می‌دهند. تولیدکنندگان فیلم این روش را به‌عنوان منبع درآمد اضافی و همچنین وسیله‌ای برای تبلیغ فیلم‌های خود از طریق ایجاد آگاهی بیشتر از طریق محصولات تجاری می‌دانند.<sup>۱</sup>

بازارپردازی فیلم تقریباً وجود نداشت تا اینکه جورج لوکاس<sup>۲</sup> اولین فیلم استار وارز (جنگ ستارگان)<sup>۳</sup> را برای شرکت فیلم فاکس قرن بیستم<sup>۴</sup> عرضه کرد. لوکاس موفق شد قراردادی را منعقد کند که در آن کنترل کامل حق انتشار را در دست داشته و تنها ذی‌نفع همه این تجارت باشد. زمانی که فیلم و محصولات این فیلم به موفقیت مالی دست یافتند، سایر استودیوها شروع به تمرکز بر محصولات تجاری به‌عنوان بخشی از درآمدزایی خود کردند. تجارت در فیلم‌ها شامل اسباب‌بازی‌ها، فیگورهای اکشن بر اساس شخصیت‌های فیلم، چاپ پوستر فیلم و ... است.

در مجموع می‌توان گفت از زمان پیدایش صنعت فیلم، تهیه‌کنندگان و استودیوها به دنبال روش‌های جدید و نوآورانه‌ای بوده‌اند تا مردم را برای دیدن پروژیهایشان به سالن‌ها بکشانند. همان‌طور که فیلم‌سازی تکامل‌یافته است، ابزارهایی نیز برای تبلیغ تجربه تماشای فیلم به خریداران بلیت وجود دارد. یک کمپین تبلیغاتی مؤثر، روش‌های متعددی را برای جذب مخاطب ترکیب می‌کند. درحالی‌که هدف هر استودیویی فروش بلیت فیلم است، برخی از بازاریابان مبتکر دریافته‌اند که استفاده از بازی‌های برخط نیز می‌تواند ابزار مؤثری برای جذب بیننده باشد.

1. <https://drc.ircg.ir/5>

2. George Lucas

3. Star Wars

4. Twentieth Century Fox Film

## بازارپردازی شخصیت

«بازارپردازی شخصیت»<sup>۱</sup> نیز در حقیقت جواز استفاده از یک شخصیت برای ترویج فروش یک کالا است. حال می‌تواند این شخصیت، یک شخصیت حقیقی باشد یا یک شخصیت تخیلی برگرفته از یک داستان یا فیلم.

به طور مثال یک تولیدکننده کالا اعم از اسباب‌بازی، نوشت‌افزار، پوشاک و... با استفاده از ویژگی‌های بصری و حسی یک شخصیت شناخته شده و به‌کاربردن آن در محصول خود، می‌تواند فروش کالای خود را افزایش دهد.

بازارپردازی شخصیت از منابع اصلی درآمدزایی شرکت‌های بزرگ در دنیاست. این شیوه از درآمدزایی تا حد زیادی مبتنی بر حقوق مالکیت معنوی است. صاحب یک شخصیت مثل مرد عنکبوتی یا سیندرلا در واقع صاحب همه حقوق آن شخصیت می‌شود.

سازنده شخصیت، همه یا بخشی از عواید حاصل از فروش محصولات مرتبط با آن را دریافت می‌کند. شرکت‌های مختلف غالباً محصولات جانبی شخصیت‌هایی که حق اختیاراتشان را در دست دارند، می‌سازند یا مجوز ساخت آن را به شرکتی دیگر می‌دهند. بازارپردازی ممکن است در تمام دسته کسب‌وکارهایی که وابسته به تجارت هستند و به طور استثنایی مولد هستند، مناسب باشد. بازارپردازی همچنین به شیوه‌های گوناگون انجام می‌شود که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود.

◀ **محصولات سرگرمی و خدمات:** ظهور ساده تبلیغات است و موارد سرگرمی که به فیلم بستگی دارند می‌توان شامل کتاب مانند رمان‌سازی استار وارز (جنگ ستارگان)، کتاب‌های کمیک، بازی‌های رایانه‌ای و موسیقی دانست. از اشکال دیگر این نوع بازارپردازی می‌توان به نمونه‌هایی نظیر پارک و استراحتگاه‌های والت دیزنی<sup>۲</sup>، ترکیب محل‌های سرگرمی در ژاپن، چین، فرانسه و... اشاره کرد.

◀ **محصولات موردنظر برای کودکان:** در میان اقلام و محصولاتی که برای گروه‌های سنی ساخته می‌شوند، با شکل‌های مختلف اسباب‌بازی (اکشن‌فیگور و...)، بازی رایانه‌ای، پوشاک و لوازم‌التحریر در انواع مختلف پدها، قلم‌ها، مداد، کیف‌های مدرسه و غیره با فیلم کارتون‌ی نمادین بر روی آن‌ها مواجه هستیم و حتی در برخی موارد، مواد غذایی را نیز می‌توان به‌عنوان یکی از محصولات طراحی شده تبلیغی در نظر گرفت.

◀ **پوشاک ورزشی و لوازم جانبی:** درحالی‌که اغلب از لباس‌های ورزشی برای تبلیغات جهانی استفاده می‌کنند تا پیامی را در سطح گسترده انتقال دهند، از رجوع به فیلم‌ها نیز

1. Character Merchandising  
2. Walt Disney

در مواردی خاص استفاده می‌شود. مثال این موضوع کمپین ۲۰۱۵ نایک است که به سمت تولید کفش‌هایی رفت که در سری فیلم‌های بک تو د فیوچر (بازگشت به آینده)<sup>۱</sup> استفاده شده‌اند.



تصویر ۱. تشابه فیلم بک تو د فیوچر و کمپین نایک

◀ **پوشاک و مد:** استفاده از پوشاک و الزامات مد نیز یکی دیگر از اشکال بازارپردازی به حساب می‌آید.



تصویر ۲. نمونه‌ای از بازارپردازی پوشاک و الزامات مد

◀ **مجسمه‌ها و دکوراسیون:** مجسمه‌ها، اشکال نمایشگاه و لوازم جانبی متعلق به این دسته هستند. همچنین سایر محصولات این دسته می‌تواند شامل ساعت مچی، دستکش و... شود.

1. Back to the Future

پک مجسمه کوچک ماریو فوتبالیست

عروسک ماریو اودیسه

۲۱% ۳۴۳۳۳۳۳  
۱۹۰,۰۰۰ تومان

۱۷% ۳۳۳۳۳۳۳  
۲۹۰,۰۰۰ تومان

مجموعه عروسک های پوکمون

اکشن فیگور قهرمانان سونیک

اکشن فیگور پیکاچو و مری

اکشن فیگور کلود استرایف فینال فانتزی

تصویر ۳. نمونه‌ای از بازارپردازی مجسمه‌های شخصیت‌های انیمیشن و بازی

The screenshot displays a digital marketplace interface with several product listings and a detailed product page. The listings include:

- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition** (3,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Deluxe Edition** (4,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (5,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (6,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (7,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (8,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (9,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (10,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (11,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (12,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (13,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (14,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (15,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (16,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (17,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (18,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (19,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (20,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (21,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (22,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (23,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (24,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (25,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (26,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (27,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (28,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (29,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (30,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (31,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (32,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (33,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (34,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (35,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (36,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (37,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (38,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (39,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (40,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (41,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (42,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (43,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (44,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (45,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (46,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (47,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (48,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (49,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (50,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (51,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (52,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (53,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (54,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (55,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (56,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (57,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (58,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (59,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (60,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (61,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (62,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (63,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (64,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (65,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (66,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (67,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (68,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (69,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (70,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (71,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (72,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (73,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (74,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (75,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (76,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (77,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (78,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (79,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (80,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (81,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (82,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (83,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (84,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (85,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (86,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (87,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (88,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (89,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (90,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (91,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (92,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (93,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (94,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (95,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Collector's Edition** (96,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Limited Edition** (97,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Special Edition** (98,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Premium Edition** (99,790,000 تومان)
- Assassin's Creed Origins: The 15th Anniversary Edition - Ultimate Edition** (100,790,000 تومان)

The detailed product page for the yellow helmet (Waka Waka Bomba) includes:

- Product Features:**
  - Material: PVC
  - Color: Yellow
  - Size: 22cm
  - Weight: 100g
  - Brand: Waka Waka Bomba
  - Country of Origin: China
- Box Contents:**
  - 1 x Waka Waka Bomba
  - 1 x Waka Waka Bomba
  - 1 x Waka Waka Bomba
  - 1 x Waka Waka Bomba

At the bottom, there is a section for 'Pure Arts Altair The Legendary Assassin' (3,800,000 تومان) with a 'مشخصات کلی' (General Specifications) table:

سازنده:	Pure Arts
فرم (نوع):	Altair (نقاری)
طول فیگور حدود:	27 سانتی‌متر
جنس بسته:	PVC

تصویر ۴. مجسمه‌های شخصیت‌های انیمیشن و بازی

در ایران نیز بازارپردازی صورت گرفته غالباً اختصاص به شخصیت‌ها و آثار غیرداخلی دارد که جایگاه خوبی در بین مخاطبان پیدا کرده است که در خلأ شخصیت‌های داخلی و شرکت‌های تولیدکننده بومی، این محصولات با قیمت‌های بالایی به فروش می‌رسند.

## جنگ ستارگان

فیلم‌های جنگ ستارگان مبدع این احتمال بودند که محصولات تجاری می‌توانند طرف‌داران را به سمتی سوق دهند که کالاها را بیشتر از فیلم واقعی دوست داشته باشند. این محصولات شامل اسباب‌بازی، لباس‌ها، بازی‌های رایانه‌ای و... هستند. محققان نشان دادند، درحالی‌که فروش بلیت فیلم جنگ ستارگان: نیرو بر می‌خیزد ۲ میلیارد دلار بود، محصولات جنگ ستارگان نزدیک به ۵ تا ۶ میلیارد دلار فروش داشته است.<sup>۱</sup>



تصویر ۵. نمونه‌ای از بازارپردازی محصولات جنگ ستارگان

## هری پاتر

درآمد فیلم‌های هری پاتر ۷.۷ میلیارد دلار در سراسر جهان بود، درحالی‌که محصولات مرتبط با این فیلم از جمله کتاب، اسباب‌بازی‌ها و... ارزشی بالغ بر ۱۵ میلیارد دلاری داشتند.<sup>۲</sup>



تصویر ۶. نمونه‌ای از بازارپردازی محصولات هری پاتر

1. The Force Awakens

قسمت هفتم جنگ ستارگان با عنوان (نیرو برمی‌خیزد) یک فیلم آمریکایی در ژانر ابرای فضایی حماسی ساخته‌جی. جی. آبرامز است که در سال ۲۰۱۵ منتشر شد. ساخت این فیلم بر عهده لوکاس فیلم و کمپانی تولیدی بدروبات پروداکشنز آبرامز بوده و توسط استودیو سینمایی والت دیزنی عرضه شده‌است.

2. Academia.edu



## سکوه‌های ویدئو به درخواست فعال در حوزه بازی‌های دیجیتال

در ادامه به بررسی سکوه‌های ویدئو به درخواستی که در حوزه بازی فعالیت می‌کنند پرداخته می‌شود:

### سرویس بازی نتفلیکس

نتفلیکس به دنبال راه‌هایی برای ادامه رشد خط تولید خود به‌ویژه در بازارهای اشباع‌شده‌تر مانند ایالات متحده است که در این راستا با در نظر گرفتن برنامه‌هایی برای بچه‌ها، ایجاد یک فروشگاه برخط برای فروش کالا و استفاده از استیون اسپیلبرگ<sup>۱</sup> برای ساختن فیلم‌های معتبرتر اقداماتی را در این زمینه انجام داده است. این شرکت با تنوع در محصولات خود، از رقبای خود مانند دیزنی پلاس یا آچ بی او مکس پیشی گرفته است. علاوه بر این نتفلیکس بر صنعت استریم نیز تسلط یافته است و با رقبایی همچون آمازون پرایم و هولو روبروست که نمونه‌های دیگری از سرویس‌های پخش هستند. با این حال این شرکت به‌جای رقابت برای عنوان بهترین سرویس پخش، تمرکز و مزیت رقابتی خود را برای جلب توجه کاربران خود گذاشته است. بدین منظور، افزودن بازی به مجموعه گزینه‌های سرگرمی توسط نتفلیکس اقدامی منطقی است. چراکه مشتریان از دیدن فیلم‌ها و نمایش‌ها به‌مرور خسته می‌شوند و فرصت راه‌اندازی یک بازی در دستگاه‌های خود را خواهند داشت.

بر همین اساس نتفلیکس، در مسیر تولید بازی قدم برداشته و نسخه برنامه موبایلی خود را برای حوزه بازی راه‌اندازی و تعداد انگشت‌شماری از بازی‌های دیجیتال معمولی را برای کاربران ارائه کرده است. البته اقدام این شرکت برای حضور در دنیای بازی برنامه‌ریزی شده است به طوری که استودیوی کاملی برای تولید بازی‌های دیجیتال خریداری کرده تا عناوین جدیدی تولید کند و داستان و روند بازی توسط فیلم‌ها و نمایش‌های متعلق به نتفلیکس را پشتیبانی کند. اما به نظر می‌رسد فراهم کردن این امکانات نیز کافی نباشد، زیرا کاربران در حال حاضر به دنبال فرصت‌هایی برای پخش حرفه‌ای‌ترین و پیچیده‌ترین

1. Steven Spielberg

بازی‌ها (AAA)<sup>۱</sup> بدون نیاز به رایانه‌ها یا کنسول‌های پر قدرت هستند. در نوامبر سال ۲۰۲۱ یکس با هدف ورود به بازار اشتراک بازی‌های دیجیتال، اعلام کرد اولین بازی‌های خود را در سراسر جهان راه‌اندازی می‌کند؛ بنابراین این شرکت به‌روزرسانی‌هایی را برای برنامه تفلیکس خود در تلفن‌های هوشمند اندرویدی منتشر کرد که نشان می‌داد چه بازی‌هایی برای بارگیری در دسترس هستند.

در راستای این اقدام، تفلیکس اخیراً مایک وردو<sup>۲</sup> را به‌عنوان معاون بخش بازی‌سازی تفلیکس استخدام کرده است که پیش از این در فیس‌بوک و الکترونیک آرتز<sup>۳</sup> فعالیت داشته است. او در فیس‌بوک به توسعه‌دهندگان کمک می‌کرد تا بازی‌های خود را برای تجربه واقعیت مجازی تطبیق دهند.

مایک وردو در خصوص ورود تفلیکس به حوزه بازی می‌گوید: «چه خواهان یک بازی معمولی باشید یا به دنبال تجربه غوطه‌وری در بازی باشید که به شما امکان می‌دهد در داستان‌های موردعلاقه‌تان عمیق‌تر بشوید، ما در پی ساختن کتابخانه‌ای از بازی‌ها هستیم که چیزی برای ارائه به همه داشته باشد».

اولین اقدام این شرکت، ارائه پنج بازی موبایلی برای مشترکان تفلیکس است. دو بازی مرتبط با مجموعه محبوب استرنجر تینگز<sup>۴</sup> (چیزهای عجیب و غریب) است. البته این شرکت وعده‌های بیشتری از قبیل عدم حضور تبلیغات در بازی و بدون نیاز به خرید درون‌برنامه‌ای را برخلاف روند رایج در سایر بازی‌های موبایلی، به کاربران خود می‌دهد. علاوه‌براین درحالی‌که بازی‌های اولیه دارای گرافیک نسبتاً ساده و گیم‌پلی معمولی هستند، تفلیکس ادعا می‌کند در حال آزمایش و عبور از مراحل اولیه است، اما در نهایت قصد دارد بازی‌هایی برای هر نوع بازیکنی بسازد.

علاوه بر این، تفلیکس اعلام کرده است که از محتوای اصلی تلویزیون و فیلم برای معرفی ابتکارات بازی‌های دیجیتال خود استفاده خواهد کرد.

گرگ پیترز<sup>۵</sup>، مدیر ارشد محصولات تفلیکس در این خصوص می‌گوید:

«ما یک سری رویکردهای مختلف را برای موفقیت در فضای بازی در پیش خواهیم گرفت، درست مانند آنچه در فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی انجام دادیم. یکی از راه‌های

۱. بازی‌های AAA بازی‌هایی با بودجه‌های کلان هستند که در رسانه‌ها نیز تبلیغات گسترده‌ای برای آن‌ها انجام می‌شود. عنوان AAA در صنعت بازی‌های دیجیتال نیز همان نقش فیلم‌های پر مخاطب در صنعت سینما را دارند. همانند فیلم‌های پر مخاطب، بازی‌های AAA نیز از کادر تولید مجری بهره‌مند بوده، تحت نظر استودیوهای نام‌آشنا تولید شده و همچنین فرآیند ساخت آن‌ها گاهی اوقات سال‌ها به طول می‌انجامد (همانند بازی‌های شرکت راک‌استار). بازی‌های AAA تبلیغات گسترده‌ای داشته و همچنین بازه پیش‌فروش آن‌ها نیز طولانی است، بنابراین بازی‌بازان به محض انتشار این عنوان، می‌توانند آن‌ها را تهیه نمایند. مسئولیت انتشار این قبیل بازی‌ها برعهده ناشران مطرح همانند نینتندو، سونی، اکتویژن و یا الکترونیک آرتز است.

2. Mike Verdu

3. Electronic Arts

4. Stranger Things

5. Greg Peters

سریع این فرایند زمانی است که فرصت‌های مناسب را پیدا کنیم و این کاری است که با مدرسه شبانه<sup>۱</sup> انجام دادیم. هسته اصلی کاری که آنها انجام داده‌اند این است که سعی کنیم داستان و روایت را اساساً به‌عنوان مکانیک اصلی بازی کشف کنیم»

عمیق‌تر شدن در دنیای سریال‌های اصلی نتفلیکس از طریق بازی؛ مانند اسکوئید گیم (بازی مرکب)<sup>۲</sup>، استرنجر تینگز (چیزهای عجیب) و ویچر<sup>۳</sup>، در نهایت به این شرکت اجازه می‌دهد تا به طور گسترده‌تری با امثال دیزنی و دیگران در حوزه محتوای تعاملی رقابت کند.

سرویس بازی‌های نتفلیکس پس از سپری کردن چند ماه مرحله آزمایشی، از ۹ نوامبر ۲۰۲۲، برای مشترکان نتفلیکس در سراسر جهان فعال است در صورتی که در ابتدا فقط در لهستان ارائه می‌شد.

### سرویس بازی آمازون پرایم

شرکت آمازون، سرویس لونا<sup>۴</sup> را در سال ۲۰۲۲ راه‌اندازی کرد. ممکن است آمازون یک تازه‌وارد در بازی‌های ابری باشد، اما سرویس لونا جایگاه مناسبی در بازار دارد. این سرویس در عین ارائه محتواهای انعطاف‌پذیر، بسیار به لحاظ سخت‌افزاری قوی عمل می‌کند.

1. Nights school studio

نتفلیکس در استودیو مدرسه شبانه به سازندگان فیلم و تلویزیون فرصتی را برای خلق و ارائه سرگرمی می‌دهد و در این راستا با حمایت از داستان‌نویسان مختلف کاوش‌هایی را برای استخراج گیم‌پلی روایی انجام می‌دهد. مدرسه شبانه می‌خواهد داستان و آرمان‌های مورد نظر نتفلیکس را در میان بازی‌های متمایز گسترش دهد.

2. Squid Game

3. The Witcher

4. Luna

## سرویس‌های «ویدئو به درخواست» و بازارپردازی در حوزه بازی‌های دیجیتال

بر اساس آن چه گفته شد، امروزه بازارپردازی از طریق صنعت بازی به امری رایج از سوی مدیران و شرکت‌های رسانه‌ای تبدیل شده است که سرویس‌های ویدئو به درخواست نیز از این قاعده مستثنی نبوده‌اند. در حقیقت ویدئو به درخواست یکی از پرطرفدارترین نوع محتوای برخط است. نظرسنجی اخیر هاب‌اسپات<sup>۱</sup> نشان داد که مخاطبان، ویدئو را به سایر اشکال محتوا مثل مقالات و بلاگ، اینفوگرافیک‌ها و موارد دیگر ترجیح می‌دهند. همچنین گزارش‌های دیگر حاکی از افزایش تماشای ویدئو در سامانه‌های ویدئو به درخواست است. طبق پیش‌بینی‌های گزارش سالانه سیسکو سیستمز، تقاضا برای تماشای ویدئو رو به افزایش است و تعداد دستگاه‌های متصل به اینترنت تا سال ۲۰۲۳ بیش از سه برابر جمعیت جهان خواهد بود. این افزایش تقاضا، منجر به فرصت‌های فوق‌العاده برای کسب‌وکارها و همچنین تولیدکنندگان محتوا خواهد شد.

از سوی دیگر سال‌هاست که اقتباس بازی‌های دیجیتال در قالب انیمیشن، لایو اکشن، فیلم یا سریال تلویزیونی به طور فزاینده‌ای محبوب شده‌اند. با توجه به این واقعیت، سکوه‌های ویدئو به درخواست برای یافتن مشتریان جدید تلاش می‌کنند تا وارد صنعت بازی‌های دیجیتال شوند. در مجموع ارتباط بین بازی‌های دیجیتال و سکوه‌های ویدئو به درخواست از دو طریق شکل می‌گیرد:

۱- **ساخت و انتشار بازی‌های موبایلی** از سوی سکوه‌های ویدئو به درخواست است که نتفلیکس در چند ماه گذشته به آن ورود کرده است.

۲- **بازارپردازی و اقتباس بین فیلم و بازی**، در این حالت سامانه‌ها به ساخت بازی بر اساس فیلم‌های محبوب یا برعکس به ساخت فیلم بر اساس بازی‌های محبوب روی می‌آورند و از این طریق به پیوند بین این دو صنعت کمک می‌کنند.

1. HubSpot

یک توسعه‌دهنده آمریکایی محصولات نرم‌افزاری برای بازاریابی، فروش و خدمات مشتری است. هدف آن ارائه ابزارهایی برای مدیریت ارتباط با مشتری، بازاریابی رسانه‌های اجتماعی، مدیریت محتوا، تجزیه و تحلیل وب، بهینه‌سازی موتورهای جستجو، چت زنده و پشتیبانی مشتری است.

## ساخت بازی‌های موبایلی

ساخت بازی‌های موبایلی نیز همان‌طور که گفته شد، یکی دیگر از اشکال تعامل سامانه‌های نمایش برخط با دنیای بازی است، در این بین تفلیکس نیز از جمله سکوهایی است که به ساخت بازی‌های موبایلی رو آورده است. تمرکز تفلیکس در ابتدا و زمانی که توسعه‌دهنده بازی نایت اسکول<sup>۱</sup> را خریداری کرد بر روی بازی‌های موبایلی بود. به دنبال اعلام این شرکت در اوایل سال جاری مبنی بر برنامه‌ریزی برای راه‌اندازی بازی‌های رایگان موبایلی برای مشتریان فعلی اقداماتی در این زمینه صورت گرفت.

تفلیکس تأکید کرده است که راه خود را به دنیای بازی‌های دیجیتال باز می‌کند، بازی‌های تفلیکس بدون هزینه اضافی در دسترس هستند و هیچ تبلیغ یا خرید درون برنامه‌ای ندارند. بازیکنان حتی می‌توانند بازی‌ها را برای بازی آفلاین باریگیری کنند، درست مانند برخی از فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی تفلیکس. نسخه اولیه بازی‌ها فقط برای سیستم عامل اندروید ارائه شده بود؛ ولی پس از چند ماه برای سیستم عامل iOS نیز عرضه شد. به نظر می‌رسد ایده تبدیل شدن برنامه تفلیکس به عنوان یک فروشگاه برای تمام سرگرمی‌ها است.

مایک وردو در راستای راه‌اندازی شاخه بازی‌های دیجیتال اظهار داشت:

«ما عاشق بازی‌ها هستیم، چه بازی‌های فیزیکی (Floor Is Lava)، چه بازی‌های فکری (The Circle) یا بازی Squid و ما تمایل داریم اعضا و کاربران خود را سرگرم کنیم. به همین دلیل است که ما مشتاقیم اولین قدم خود را در راه‌اندازی بازی‌های تفلیکس موبایلی در جهان برداریم. برای هر ذائقه‌ای می‌توانیم کتابخانه‌ای از بازی‌ها را فراهم کنیم تا محصول مناسبی برای همه افراد ارائه دهد. ما در روزهای اولیه برای ایجاد یک تجربه عالی از بازی هستیم و هیجان‌زده هستیم که شما را با خود به این سفر ببریم. وی همچنین می‌افزاید: ما می‌خواهیم تمام جزئیات را به اشتراک بگذاریم تا بتوانید بلافاصله بازی را شروع کنید.»

اولین بازی‌های موبایلی ساخته شده از سوی تفلیکس که به روی تلفن همراه قابل دسترسی بودند به شرح زیر هستند:

۱. Card Blast (Amuzo & Rogue Games)

1. Night School

یک شرکت چندملیتی آمریکایی است که سخت‌افزار شبکه، نرم‌افزار، تجهیزات مخابراتی و سایر خدمات و محصولات با فناوری بالا را توسعه، تولید و به فروش می‌رساند. سیسکو در بازارهای فناوری خاص مانند اینترنت اشیا، امنیت دامنه، ویدئو کنفرانس و مدیریت انرژی تخصص دارد. یکی از بزرگترین شرکت‌های فناوری در جهان است.

۲. این بازی منحصرأ برای اعضای تفلیکس در دسترس است. بدون تبلیغات، هزینه اضافی یا خرید درون‌برنامه‌ای، یک بازی پازل کارتی هیجان‌انگیز است. بازیکنان باید کارتهای مختلف را از یک نوار نقاله متحرک ذخیره کنند و آنها را در یکی از سه ردیف قرار دهند.

۲. Shooting Hoops (Frosty Pop)
۳. Stranger Things: 1984 (BonusXP)
۴. Stranger Things 3: The Game (BonusXP)
۵. Teeter Up (Frosty Pop)
۶. Bowling Ballers

### اطلاعات مرتبط با بازی‌های موبایلی نتفلیکس

	<b>Stranger Things: 1984</b> (چیزهای عجیب: ۱۹۸۴)
<p>سکوها: تلفن و تبلت اندروید، آیفون، آپید ژانر بازی: ماجراجویی تعداد بازیکنان: تک‌نفره پخش آفلاین: بله سازنده بازی: BonusXP</p>	

جدول ۱. اطلاعات بازی موبایلی چیزهای عجیب ۱۹۸۴

	<b>Shooting Hoops</b> (حلقه‌های تیراندازی)
<p>سکوها: تلفن و تبلت اندروید، آیفون، آپید ژانر بازی: ورزشی تعداد بازیکنان: تک‌نفره پخش آفلاین: بله سازنده بازی: Frosty Pop</p>	

جدول ۲. اطلاعات بازی موبایلی حلقه‌های تیراندازی

۱. یک بازی شبیه‌سازی تمرین بسکتبال مجازی است که بازیکن در حین انجام بازی تک‌نفره سعی می‌کند به بالاترین امتیازی که می‌تواند دست یابد. هدف این است که حداکثر ضربات متوالی را در سید تخته پشتی بدون آزدست‌دادن آن انجام دهد. در بخش تابلوهای امتیازات می‌توانید مشاهده کنید که چند شوت متوالی می‌توانید پشت‌سرمه بزنید؟ دوستان شما چند امتیاز کسب کردند و... هنگامی که بازیکن به ۱۰ امتیاز رسید، توپ جای خود را تغییر می‌دهد. بنابراین بازی حتی چالش‌برانگیزتر و سرگرم‌کننده‌تر می‌شود. بازیکن می‌تواند امتیاز بالای خود را ارسال کند و آن را با سایر بازیکنان در سراسر جهان مقایسه کند.

۲. این بازی منحصرأ برای اعضای نتفلیکس در دسترس است. مأموریت بازیکن هدایت یک توپ به داخل یک سوراخ است. یک توپ، یک سکو و یک سوراخ تمام عناصر این بازی هستند. تنها دشمنان در این بازی جاذبه و قوانین فیزیک هستند.

۳. یک بازی مبتنی بر دوندگی بی‌پایان بولینگ است که شامل یک حالت مبتنی بر سطح است.

	<p><b>Card Blast</b> (انفجار کارت)</p> <p>سکوها: تلفن و تبلت اندروید، آیفون، آپید                  ژانر بازی: پازل                  تعداد بازیکنان: تک نفره                  پخش آفلاین: بله                  سازنده بازی: Amuzo &amp; Rogue Games</p>
---	--

جدول ۳. اطلاعات بازی موبایلی انفجار کارت

	<p><b>Stranger Things 3</b> (چیزهای عجیب ۳)</p> <p>سکوها: تلفن و تبلت اندروید، آیفون، آپید                  ژانر بازی: ماجراجویی / اکشن / نقش آفرینی                  تعداد بازیکنان: تک نفره و چند نفره                  پخش آفلاین: بله                  سازنده بازی: BonusXP</p>
---	---

جدول ۴. اطلاعات بازی موبایلی چیزهای عجیب و غریب ۳

	<p><b>Bowling Ballers</b> (توپ‌های بولینگ)</p> <p>سکوها: تلفن و تبلت اندروید، آیفون، آپید                  ژانر بازی: ورزشی                  تعداد بازیکنان: تک نفره                  پخش آفلاین: بله                  سازنده بازی: Frosty Pop</p>
--	--

جدول ۵. اطلاعات بازی موبایلی توپ‌های بولینگ

	<p><b>Teeter (Up)</b> (تیتر)</p> <p>سکوها: تلفن و تبلت اندروید، آیفون، آپید                  ژانر بازی: پازل                  تعداد بازیکنان: تک نفره                  پخش آفلاین: بله                  سازنده بازی: Frosty Pop</p>
---	---

جدول ۶. اطلاعات بازی موبایلی تیتر

## بازارپردازی بر مبنای اقتباس: ارتباط دوگانه فیلم‌ها و بازی‌ها

ساختن سریال از روی بازی‌ها یا ساختن بازی از روی سریال و فیلم سینمایی، سال‌ها طرفدار داشته است. به‌عنوان مثال سونیک یک بازی دیجیتال است که فیلم سینمایی آن هم ساخته شد. با موفقیت مالی فیلم‌هایی مانند سونیک د هجهاگ<sup>۱</sup> در سال ۲۰۲۰ و فیلم جدیدتر آنچارتد (ناشناخته)<sup>۲</sup>، به نظر نمی‌رسد که اقتباس‌های بازی‌های دیجیتال به این زودی‌ها تمام شود.

تبدیل بازی دیجیتال به فیلم همیشه بازخورد مثبت نداشته است. با این حال، در سال‌های اخیر، همه چیز تا حد زیادی به لطف خدمات سامانه‌های برخط شروع به تغییر کرده است. این سرویس‌ها برخی از قابل‌توجه‌ترین بازی‌های دیجیتال را برای تبدیل شدن به سریال و فیلم‌ها انتخاب کرده است. تعدادی از این بازی‌ها در قالب انیمه سریالی ارائه شده‌اند. همچنین تعدادی از بازی‌ها تبدیل به فیلم و سریال در این شبکه شده‌اند یا قرار است تبدیل بشوند. اقتباس‌های بازی‌های دیجیتال چه در قالب انیمیشن یا لایو اکشن و فیلم یا سریال تلویزیونی باشد، به طور فزاینده‌ای در حال محبوب‌شدن هستند.

تفلیکس یکی از سرویس‌هایی است که به انتشار این آثار اقتباسی پرداخته است. البته همه این آثار لزوماً در تفلیکس اورجینال در نظر گرفته نمی‌شوند، اما صرف‌نظر از این، تفلیکس حقوق چندین مورد از این اقتباس‌ها را خریداری کرده یا مجوز آنها را صادر کرده است.<sup>۳</sup>

در ادامه به برخی از فیلم‌های تولید شده اقتباسی از بازی‌های دیجیتال اشاره می‌شود.

### 1. Sonic The Hedgehog

یک فیلم اکشن ماجراجویی محصول سال ۲۰۲۰ است که بر اساس سری بازی‌های دیجیتال ژاپنی منتشر شده توسط سگا ساخته شده است. این فیلم با ۲۲۰ میلیون دلار در سرتاسر جهان، تبدیل به ششمین فیلم پردرآمد سال ۲۰۲۰ شد و تا سال ۲۰۲۲، پردرآمدترین اقتباس فیلم بازی دیجیتال در تمام دوران در آمریکای شمالی بود. این فیلم به دلیل سکانس‌های اکشن، تصاویر، طنز و اجراها مورد ستایش قرار گرفت. برای سال ۲۰۲۴ یک مینی‌سریال اسپین‌آف در حال ساخت است.

### 2. Uncharted

یک فیلم اکشن ماجراجویی آمریکایی محصول سال ۲۰۲۲ به کارگردانی روبن فلیشر بر اساس فیلمنامه‌ای از راف لی جاکینز، آرت مارکوم و مت هالووی است که بر اساس فرانتیاز بازی دیجیتال به همین نام ساخته شده است. این فیلم با نقدهای متفاوتی از سوی منتقدان مواجه شد که این فیلم را اقتباسی گمراه‌کننده از بازی‌های دیجیتال دانستند و همچنین در مقایسه با دیگر فیلم‌های ماجراجویی ضعیف است. این فیلم ۴۰۲ میلیون دلار در سرتاسر جهان فروخته است و پنجمین فیلم پر فروش بازی دیجیتال تمام دوران است.

### 3. Cbr.com



## کسلوانیا<sup>۱</sup>

یک مجموعه آمریکایی و انیمیشن تلویزیونی با ژانر اکشن برای بزرگسالان است که برای سرویس پخش تفلیکس و بر اساس مجموعه بازی‌های دیجیتال ژاپنی با همین نام ساخته شده است.<sup>۲</sup> سبک هنری این فیلم به‌شدت متأثر از انیمیشن ژاپنی و آثار هنری ایامی کوچیما است.

این سریال در ۷ ژوئیه ۲۰۱۷ در تفلیکس پخش شد و در همان روز برای فصل دوم توسعه یافت. فصل دوم در ۲۶ اکتبر ۲۰۱۸ پخش شد. فصل سوم ۱۰ قسمتی توسط تفلیکس در ۵ مارس ۲۰۲۰ منتشر شد. این سریال با انتشار فصل چهارم خود در ۱۳ مه ۲۰۲۱ به پایان رسید.

این سریال نقدهای مثبتی دریافت کرد. به‌خصوص در زمینه جلوه‌های بصری و صدایشگیش که مورد تحسین قرار گرفت.



تصویر ۷. نمایی از سریال کسلوانیا

## آکادمی اسکای لندرز<sup>۳</sup>

استودیو اکتیویژن بلیزارد<sup>۴</sup> در سال ۲۰۱۶ سریالی به نام آکادمی اسکای لندرز ساخت که در تفلیکس منتشر شد. این سریال به‌عنوان یک اسپین‌آف<sup>۵</sup> برای بازی‌ها در نظر گرفته شده است. تریلر این سریال در ۱۲ اکتبر ۲۰۱۶ عرضه شد، فصل دوم در ۶ اکتبر ۲۰۱۷ و فصل سوم و آخر در ۲۸ سپتامبر ۲۰۱۸ منتشر شد. در ۳۰ آوریل ۲۰۱۹، پایان‌یافتن سریال تأیید شد.

1. Castlevania

۲. مجموعه بازی ویدئویی است که توسط شرکت کونامی ساخته و منتشر شده و اولین نسخه‌اش با عنوان کسلوانیا، در ۲۶ سپتامبر ۱۹۸۶ و در ژاپن منتشر شد و تا کنون نسخه‌های آن برای کنسول‌های سیستم سرگرمی نینتندو، سوپر نینتندو، پلی‌استیشن و... آمده‌است.

3. Skylanders Academy

4. Activision Blizzard Studios

5. Spin-off

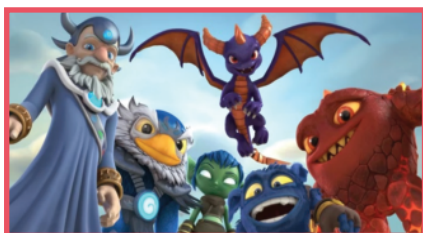
یک رمان، برنامه رادیویی، برنامه تلویزیونی، بازی ویدئویی، فیلم یا هر کار روایتی گفته می‌شود که بر اساس داستان یا مفهوم یک اثر دیگر باشد. اسپین‌آف ممکن است جزئیات بیشتری از آن را روایت کند یا روایتگر داستان متفاوتی باشد. اسپین‌آف‌ها معمولاً بر اساس کارهای بسیار موفق ساخته می‌شوند و گاه بر اساس شخصیت‌های فرعی آن داستان هستند.



تصویر ۸. نمایی از سریال آکادمی اسکای لندرز

### دراگون کوئست: یور استوری<sup>۱</sup> (در جستجوی اژدها: این داستان توست)

یک فیلم انیمه ژاپنی محصول ۲۰۱۹ است که بر اساس سری بازی‌های دیجیتال دراگون ساخته شده است. این فیلم توسط توهو در ۲ آگوست ۲۰۱۹ در ژاپن منتشر شد. عرضه آن در نتفلیکس در سال ۲۰۲۰ بود.



تصویر ۹. نمایی از سریال آکادمی اسکای لندرز

### دوتا: دراگون بلاد<sup>۲</sup>

سریالی است که در مارس ۲۰۲۱ در نتفلیکس عرضه شد. این سریال بر اساس یک بازی دیجیتال محبوب ساخته شده است. طرفداران زیادی دارد و تصمیم به اقتباس از آن در یک سریال انیمیشنی، شجاعانه است. این سریال دارای بازیگران قابل توجهی از صداپیشگان از جمله یوری لوونتال<sup>۳</sup>، تروی بیکر<sup>۴</sup> و لارا پولور<sup>۵</sup> است.



تصویر ۱۰. نمایی از سریال دوتا: دراگون بلاد

1. Dragon Quest: Your Story  
2. Dota: Dragon's Blood

3. Yuri Lowenthal  
4. Troy Edward Baker

5. Lara Pulver

## مانستر هانتر<sup>۱</sup>

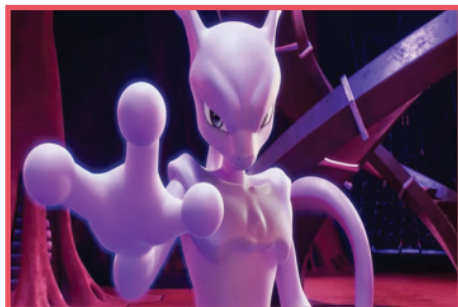
فیلمی در ژانر فانتزی و هیولایی به نویسندگی، تهیه‌کنندگی و کارگردانی پل دلبیو. اس. اندرسون<sup>۲</sup> است که در دسامبر سال ۲۰۲۰ منتشر شد. این فیلم بر اساس مجموعه بازی‌های دیجیتال به همین نام و ساخته شرکت کپ‌کام به رشته تحریر درآمده است. از بازیگران آن می‌توان به میلا یوویچ<sup>۳</sup>، تونی جا<sup>۴</sup>، تی.آی، مگان گود<sup>۵</sup>، دیه‌گو بونتا<sup>۶</sup>، ام‌سی جین<sup>۷</sup> و ران پرلمن<sup>۸</sup> اشاره کرد. مانستر هانتر توسط سونی پیکچرز ریلیزینگ<sup>۹</sup> در تاریخ ۴ دسامبر ۲۰۲۰ در کشور چین و ۱۸ دسامبر ۲۰۲۰، در ایالات متحده به نمایش درآمد.



تصویر ۱۱. نمایی از سریال مانستر هانتر

این فیلم بسیار شبیه بازی‌های موفق است و رویدادهایی را که حول تعامل انسان با موجودات عجیب‌وغریب از جمله اژدهای بزرگ مشاهده می‌شود، نشان می‌دهد.

## پوکمون: بازگشت به حملات میتو<sup>۱۱</sup>



تصویر ۱۲. نمایی از انیمیشن پوکمون بازگشت به حملات میتو

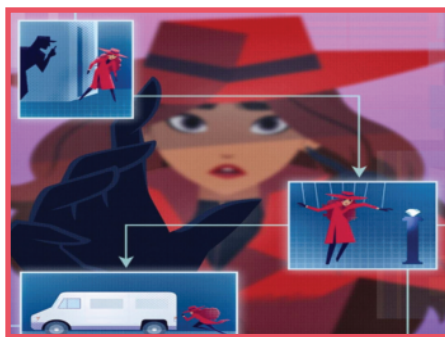
1. Monster Hunter  
2. Paul W. S. Anderson  
3. Milla Jovovich  
4. Tony Jaa  
5. Meagan Good

6. Diego Boneta  
7. MC Jin  
8. Ron Perlman  
9. Sony Pictures Releasing  
10. Pokemon: Mewtwo Strikes Back

بازسازی اولین فیلم پوکمون به‌عنوان یک فیلم اصلی نتفلیکس در روز ۲۷ فوریه ۲۰۲۰، طبق اعلام قبلی این شرکت منتشر شد. در سال ۲۰۲۰، شرکت پوکمون همچنین اعلام کرد که نتفلیکس حقوق انتشار را برای فصل‌های آینده تضمین می‌کند، اگرچه انیمه پوکمون درست بعد از بازی‌ها عرضه می‌شود، بازی‌ها همچنان هسته اصلی و منبع اصلی بودند.

### کارمن سندیگو (دزدیدن یا ندزدیدن)<sup>۱</sup>

کارمن سندیگو کجای دنیا است؟ یک سری بازی است که در سال ۱۹۸۵ ساخته شد و به عنوان یک بازی دیجیتال آموزشی منتشر شد که بازیکنان را تشویق می‌کرد تا در مسیر ردیابی کارمن سندیگو شرور سرخ‌هایی را پیدا کنند و حل کنند. با اقتباس از این بازی؛ یک فیلم انیمیشن محصول ۲۰۲۰ با عنوان دزدیدن یا ندزدیدن ساخته شد که در ۱۰ مارس ۲۰۲۰ در نتفلیکس منتشر شد و بازخوردهای کلی مثبتی دریافت کرد.



تصویر ۱۳. نمایی از انیمیشن کارمن سندیگو

### تیکن<sup>۲</sup>

یک مجموعه بازی دیجیتال به سبک مبارزه‌ای است که توسط شرکت «باندای نامکو انترتینمنت»<sup>۳</sup> ساخته و منتشر شده است. نخستین نسخه تیکن با انتشار بر روی آرکید در سال ۱۹۹۴ آغاز شد و پس از آن دنباله‌هایی از این سری برای نسخه خانگی و کنسول‌ها منتشر شدند. تیکن دارای هفت قسمت دنباله‌دار است. سری تیکن یکی از نخستین بازی‌های سه بعدی مبارزه‌ای محسوب می‌شود. تیکن یک بازی اکشن و رزمی است که هر کدام از شخصیت‌های آن به یک سبک رزمی مهارت دارند و هر شخصیت، داستانی مختص به خود دارد. تعدادی از شخصیت‌ها ثابت هستند و تعدادی هم در هر

1. Carmen Sandiego: To Steal or Not to Steal

2. Tekken

3. Bandai Namco Entertainment

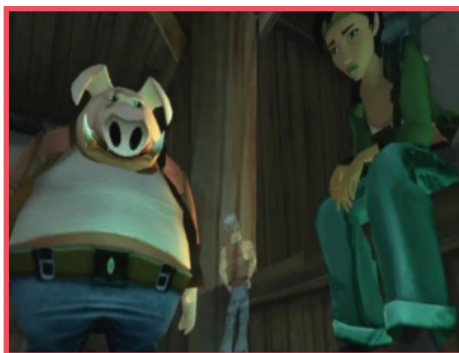
قسمت و بدون تأثیر در ماجرای اصلی وارد می‌شوند. کاتسو هیرو و هارادا<sup>۱</sup>، کارگردان بازی نمادین تیکن اعلام کرده است که در سال ۲۰۲۲ نتفلیکس اقتباسی از این بازی را در قالب انیمیشن تیکن وارد بازار می‌کند، اگرچه هنوز تاریخ دقیقی برای انتشار وجود ندارد.



تصویر ۱۳. نمایی از انیمیشن کارمن سند یگو

### بی یاند گود اند ایول (فراتر از خیر و شر)<sup>۲</sup>

یوبی سافت<sup>۳</sup> و نتفلیکس در چند سال گذشته همکاری نزدیکی با هم داشته‌اند و بسیاری از فرنچایزهای اصلی این ناشر برای اقتباس‌های تلویزیونی و فیلم‌های آینده منتشر شده‌اند. یکی از آنها بازی بی یاند گود اند ایول (فراتر از خیر و شر) است که داستانی علمی و تخیلی درباره یک خبرنگار همراه با خوکش است، بر اساس اخبار نتفلیکس که در سال ۲۰۲۰ اعلام شد، یک پروژه سینمایی برای اولین بار با اقتباس از این بازی در حال ساخت است. این فیلم در ابتدا به‌عنوان یک پروژه لایو اکشن/انیمیشن هیبریدی معرفی شده بود.



تصویر ۱۴. نمایی از انیمیشن بی یاند گود اند ایول

1. Katsuhiro Harada  
2. Beyond Good & Evil  
3. Ubisoft

## دیویژن<sup>۱</sup>



تصویر ۱۵. نمایی از فیلم دیویژن

دیویژن مجموعه‌ای است که قرار است در سال ۲۰۲۲ یک فیلم پرستاره بسازد. جیک جیلن‌هال<sup>۲</sup> و جسیکا چستین<sup>۳</sup> در این «اکشن مهیج» بازی خواهند کرد، داستان این فیلم شیوع یک ویروس بسیار مسری است که شهر نیویورک را از بین می‌برد.

## آرکین<sup>۴</sup>

یک مجموعه تلویزیونی انیمیشن فرانسوی - آمریکایی اکشن و ماجراجویی است که توسط کریستین لینک<sup>۵</sup> و الکس یی<sup>۶</sup> ساخته شده است. این فیلم توسط استودیوی انیمیشن فرانسوی فور تیچ<sup>۷</sup> تولید و توسط نتفلیکس توزیع شده است. این فیلم بر اساس بازی لیگ افسانه‌ها<sup>۸</sup> تولید شده است و اولین بار در نوامبر ۲۰۲۱ منتشر شد. این مجموعه برای رده سنی ۱۶ سال به بالا تولید شده است.

فصل اول آرکین به دلیل انیمیشن، داستان، جهان‌سازی، سکانس‌های اکشن، شخصیت‌ها، موسیقی و صدایشگی آن مورد تمجید قرار گرفت. این سریال هم مورد تحسین بینندگان معمولی که هرگز لیگ افسانه‌ها را بازی نکرده‌اند و هم مورد تحسین طرفداران قدیمی این بازی قرار گرفت.

این سریال همچنین رکوردی را به‌عنوان پرمخاطب‌ترین سریال نتفلیکس در آن زمان در یک هفته پس از نمایش خود به ثبت رساند، بسیاری از منتقدان و نشریات آن را یکی از بهترین اقتباس‌های بازی ویدئویی می‌دانستند که تاکنون ساخته شده است.



تصویر ۱۶. نمایی از سریال آرکین

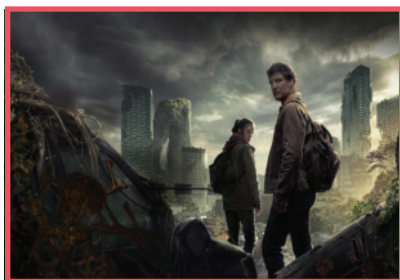
1. The Division  
2. Jake Gyllenhaal  
3. Jessica Chastain

4. Arcane  
5. Christian Linke  
6. Alex Yee

7. Fortiche  
8. League of Legends

## دلاست آف آس<sup>۱</sup>

مجموعه تلویزیونی آمریکایی در ژانر درام پساآخرالزمانی است که توسط کریگ مازن<sup>۲</sup> و نیل دراگمن<sup>۳</sup> برای اچ‌بی‌او ساخته شده است. این مجموعه بر اساس بازی ویدئویی به همین نام محصول ۲۰۱۳ آماده شده است، داستان آن در سال ۲۰۳۳، بیست سال پس از نوعی آلودگی قارچی گسترده جریان دارد که باعث همه‌گیری جهانی شد؛ یک قاچاقچی وظیفه دارد نوجوانی به نام الی را در سرتاسر ایالات متحده پس از آخرالزمان همراهی کند.



تصویر ۱۷. نمایی از سریال دلاست آف آس

این نخستین سریال از شبکه اچ‌بی‌او است که بر اساس یک بازی ویدئویی ساخته شده است. آخرین بازمانده از ما در ۱۵ ژانویه ۲۰۲۳ به نمایش درآمد. این مجموعه نقدهای مثبتی از بازی‌ها، نویسندگی، طراحی صحنه و موسیقی متن دریافت کرد؛ تعدادی از منتقدان آن را بهترین اقتباس از یک بازی ویدئویی نامیدند.

## سایبرپانک: اج رانرز<sup>۴</sup>

مجموعه انیمه تحت وب محصول سال ۲۰۲۲ است که بر پایه بازی ویدئویی سایبرپانک ۲۰۷۷<sup>۵</sup> از استودیو سی‌دی پراجکت<sup>۶</sup> ساخته شده است. این مجموعه در لهستان ساخته شده و در سپتامبر ۲۰۲۲ در نتفلیکس به نمایش درآمد و نقدهای بسیار مثبتی دریافت کرد و با تمجید شخصیت‌ها، انیمیشن و جهان‌سازی آن روبه‌رو شد.



تصویر ۱۸. نمایی از سریال دلاست آف آس

1. The Last of Us  
2. Craig Mazin

3. Neil Druckmann  
4. Cyberpunk: Edgerunners

5. Cyberpunk 2077  
6. CD Projekt

## هایلو<sup>۱</sup>

یک مجموعه تلویزیونی علمی، تخیلی، نظامی آمریکایی است که توسط کایل کیلن<sup>۲</sup> و استیون کین<sup>۳</sup> برای سرویس استریم پارامونت پلاس<sup>۴</sup> بر اساس فرانچایز بازی‌های ویدئویی به همین نام ساخته شده است. در ژوئن ۲۰۱۸ این سریال رسماً سفارش ۹ قسمتی را برای پارامونت پلاس اعلام کرد. فیلم‌برداری در انتاریو کانادا در اکتبر ۲۰۱۹ آغاز شد، اگرچه مراحل پس از تولید پنج قسمت اول به دلیل همه‌گیری کرونا تحت تأثیر قرار گرفت، در نهایت در فوریه ۲۰۲۱ فیلم‌برداری در بوداپست مجارستان از سر گرفته شد.



### تصویر ۱۹. نماهایی از سریال هایلو

این سریال در ۲۴ مارس ۲۰۲۲ در پارامونت پلاس نمایش داده شد، فصل اول با نقدهای متفاوتی روبرو شد، صحنه‌های اکشن، بازیگران و جلوه‌های بصری این اثر مورد تحسین قرار گرفت و از سوی دیگر انتقادهایی به‌خاطر تغییرات ایجاد شده در نسخه اصلی در مقایسه با خود بازی‌ها ایجاد شده است. این سریال در نهایت به یک ماجراجویی علمی تخیلی سرگرم‌کننده تبدیل شد که برخی از آن استقبال می‌کنند، اما برخی ترجیح می‌دهند اقتباس وفادارانه‌تری از بازی‌ها را تماشا کنند.

1. Halo
2. Kyle Killen
3. Steven Kane
4. Paramount+

یک سرویس ویدئو به‌درخواست آمریکایی متعلق به پارامونت گلوبال است. محتوای این سرویس عمدتاً از کتابخانه‌های پخش تلویزیونی سی‌بی‌اس شامل استودیوی سی‌بی‌اس و پارامونت پیکچرز گرفته شده‌است و شامل سریال‌ها و فیلم‌های اصلی، پوشش پخش زنده ورزشی است.



## مورتال کامبت<sup>۱</sup>

این فیلم برگرفته از یک بازی ویدئویی پرطرفدار به همین نام است. داستان فیلم حول مبارزه قهرمانان بزرگ زمین در برابر دشمنان فرازمینی است. در این فیلم یکی از مبارزین مشهور هنرهای رزمی ترکیبی به اسم «کول یانگ»، به دنبال گرد هم آوردن بزرگ‌ترین قهرمانان زمین است تا در نبردی خطرناک و مهلک به مصاف دشمنان فرازمینی بروند و بشیریت را نجات دهند.

این اثر، یک فیلم رزمی و فانتزی به کارگردانی سایمون مک‌کوید<sup>۲</sup> محصول سال ۲۰۲۱ ایالات متحده آمریکا است. فیلم‌نامه این فیلم توسط دیوید کالاهام<sup>۳</sup> بر اساس مجموعه بازی ویدئویی به همین نام اثر اد بون<sup>۴</sup> و جان توبایاس<sup>۵</sup> به رشته تحریر درآمده است. این فیلم به عنوان نسخه‌ای بازره‌اندازی شده در این مجموعه محسوب می‌شود. لوئیس تان<sup>۶</sup>، جسیکا مک‌نامی<sup>۷</sup>، جاش لاسون<sup>۸</sup>، تادانابو آسانو<sup>۹</sup>، مکاد بروکس<sup>۱۰</sup>، جو تسلیم<sup>۱۱</sup> و هیرویوکی سانادا<sup>۱۲</sup> از بازیگران اصلی این فیلم هستند.



تصویر ۲۰. تصویری از فیلم مورتال کامبت

مورتال کامبت توسط برادران وارنر<sup>۱۳</sup> در ۲۳ آوریل ۲۰۲۱، در ایالات متحده روی پرده‌های سینما رفت، همچنین به صورت آنلاین از سرویس استریم اچ‌بی‌او مکس به نمایش درآمد. قسمت دوم این فیلم با عنوان مورتال کامبت ۲ قرار است در سال ۲۰۲۴ منتشر شود.

1. Mortal Kombat  
2. Simon McQuoid  
3. David Callaham  
4. Ed Boon  
5. John Tobias  
6. Lewis Tan  
7. Jessica McNamee

8. Josh Lawson  
9. Tadanobu Asano  
10. Mehcad Brooks  
11. Joe Taslim  
12. Hiroyuki Sanada  
13. Warner Bros

## ویچر<sup>۱</sup>

یک سریال تلویزیونی اینترنتی در ژانر درام فانتزی است. این فیلم توسط لورن اشمیت هیسریچ<sup>۲</sup> بر پایه یک بازی به همین نام ساخته شده است. این اثر بر پایه رمانی نوشته آندژی ساپکوفسکی<sup>۳</sup> ساخته شده است. داستان ویچر در یک جهان خیالی با الهام از قرون وسطی جریان دارد. هنری کویل، فریا آلمن و آنیا چالوترا ستارگان این سریال هستند. فصل اول این سریال متشکل از هشت قسمت بود و در ۲۰ دسامبر ۲۰۱۹ به صورت کامل در نتفلیکس به نمایش درآمد. فصل دوم متشکل از هشت قسمت در ۱۷ دسامبر ۲۰۲۱ به نمایش درآمد. نتفلیکس در ۲۸ می ۲۰۲۳ این سریال را برای فصل پنجم تمدید کرد.



تصویر ۲۱. تصویری از فیلم مورتال کامبت

1. The Witcher  
2. Lauren Schmidt Hissrich  
3. Andrzej Sapkowski

آندری ساپکوفسکی نویسنده اهل لهستان است که نویسنده مجموعه کتاب‌های فانتزی-حماسی با نام ویچر در سبک خیال‌پردازانه است.

پس از بررسی موارد انطباق از بازی‌های دیجیتال برای ساخت فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی، در این بخش به سریال‌ها و فیلم‌هایی اشاره می‌شود که قرار است به بازی‌های دیجیتال تبدیل شوند. نتفلیکس اخیراً تصمیم خود را برای گسترش محصولات بازی خود اعلام کرده است و اظهار داشته که تا پایان سال جاری بیش از ۵۰ بازی دیجیتال را مستقیماً بر روی سکوی خود عرضه خواهد کرد. در ادامه به برخی از این آثار اشاره می‌شود:

### کوئین گامبیت (ملکه شطرنج)<sup>۱</sup>

کوئین گامبیت سریالی درباره یک اعجوبه شطرنج به نام بث با بازی آنیا تیلور<sup>۲</sup> بوده است که نتفلیکس بر اساس آن قرار است یک بازی بسازد، این بازی دیجیتال در مورد شطرنج است و مخاطبان جوان‌تر را هدف قرار داده است. طرفداران این مجموعه می‌توانند شطرنج را تجربه کنند، تریلر گیم‌پلی نشان می‌دهد که بازی دیجیتال کوئین گامبیت شامل درس‌ها و نکات شطرنج است که به کاربران اجازه می‌دهد به بازی شطرنج ادامه دهند.



تصویر ۲۲. نمایی از بازی کوئین گامبیت

### مانی هیست (سرقت پول)<sup>۳</sup>

یکی دیگر از سریال‌هایی که مورد توجه نتفلیکس برای ساخت بازی‌ها قرار گرفته است، سریال «مانی هیست» است، سریال محبوب اسپانیایی است که با نام «سرقت پول» نیز شناخته می‌شود. خلاصه رسمی که در وبسایت نتفلیکس یافت می‌شود، این فرضیه را روشن می‌کند: هشت دزد گروگان‌ها را می‌گیرند و خود را در ضرابخانه سلطنتی اسپانیا حبس می‌کنند، بازی بر اساس این سری، بازیکنانی را نشان می‌دهد که ماسک‌های سالوادور

1. The Queen's Gambit  
2. Anya Taylor-Joy  
3. Money Heist

دالی<sup>۱</sup> را بر تن کرده و وارد ماجراجویی دزدی می‌شوند. این بازی توسط استودیوی بازی سازی مستقل کیلاسافت<sup>۲</sup> توسعه داده شده و دارای گرافیک‌های پیچیده‌ای است و به بازیکنان این امکان را می‌دهد که گاوصندوق را بشکنند، قفل‌ها را انتخاب کنند و به سرقت از کازینو کمک کنند.



تصویر ۲۳. نمایی از بازی مانی هیست

### شَدو اند بُن (سایه و استخوان)<sup>۳</sup>

سریال فانتزی سایه و استخوان نیز مجموعه دیگری است که به‌زودی در قالب یک بازی دیجیتال عرضه می‌شود. نتفلیکس اعلام کرده است که از آن یک بازی نقش‌آفرینی<sup>۴</sup> روایی تولید خواهد کرد که با توجه به ژانر فانتزی این سریال مناسب است. اگرچه هنوز هیچ تریلر مستقلی در دسترس نیست، نتفلیکس یک صفحه کامل به اطلاعات مربوط به بازی نقش‌آفرینی آینده با شخصیت‌ها و اطلاعات زیر در مورد گیم‌پلی اختصاص داده است:

«در بازی جدید، شما قادر خواهید بود در دنیای وسیع «سایه و استخوان» سفر کنید و در عین حال انتخاب‌هایی را انجام دهید که بر تلاش شما تأثیر می‌گذارد. امتیازات و آیتم‌ها را جمع‌آوری کنید و با مهمانی از شخصیت‌های موردعلاقه تان در سراسر قدم بردارید.»<sup>۵</sup>

1. Salvador Dalí

2. KillaSoft

3. Shadow and Bone

۴. بازی‌های نقش‌آفرینی که اغلب به صورت مخفف RPG نوشته می‌شوند، بازی‌هایی هستند که در آن بازیکن نقش یک شخصیت خیالی (و بعضاً حقیقی) را به عهده گرفته و با آن به انجام بازی می‌پردازد. او عملکرد شخصیت در بازی را بر اساس صفات شخصیتی خود تعیین می‌کند و موفقیت و شکست آن با سیستم و قوانین بازی مرتبط است و بوسیله آن می‌توان قدرت‌ها یا توانایی‌های شخصیت را براساس قوانین بازی افزایش و کاهش داد. در بازی‌های نقش‌آفرینی بازیکنان آزادی عمل در اختیار دارند. تصمیمات و انتخاب‌های آن‌ها مسیر و نتیجه بازی را رقم می‌زند.

5. Netflix.com

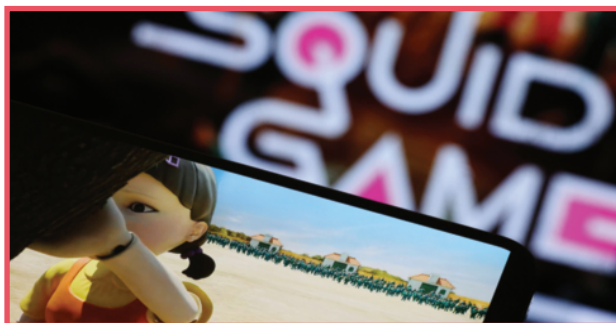


تصویر ۲۴. نمایی از بازی شدواند بن

### اسکوئید گیم<sup>۱</sup> (بازی مرکب)

با موفقیت‌های گسترده سریال اسکوئید گیم و استقبال بینندگان از این سریال که به یکی از پربیننده‌ترین مجموعه‌های نتفلیکس در ۹۰ کشور تبدیل شد و ۲۸ روز پس از انتشار با بیش از ۱۱۱ میلیون بیننده، رکورد بریجرتون<sup>۲</sup> را شکست، مدیران این مجموعه تصمیم گرفتند که با توسعه بازی‌های دیجیتال بر اساس محتوای این سریال بار دیگر شانس خود را در جذب مخاطب امتحان کنند.

رید هستینگز نیز در این خصوص گفته است: «تصور کنید سه سال بعد، برخی از بازی‌های مرکب در آینده راه‌اندازی شود و با مجموعه‌ای باورنکردنی از گزینه‌های بازی تعاملی همراه باشد و همه آن‌ها در این سرویس گنجانده شوند.»



تصویر ۲۵. نمایی از بازی اسکوئید گیم

1. Squid Game  
2. Bridgerton

## دلایل توسعه بازی‌های دیجیتال توسط سامانه‌های ویدئو به درخواست

در کنار آن چه گفته شد در ادامه به بررسی دلایل توسعه بازی‌های دیجیتال به‌ونه‌های ویدئو به درخواست پرداخته می‌شود.

### ۱. افزایش مشتریان جدید

جذب مشتریان جدید برای سامانه‌ها یکی از دلایل گرایش این مجموعه‌ها به ایجاد سرویس‌های بازی‌های دیجیتال است. جیسون بازینت<sup>۱</sup>، در یادداشتی در این خصوص نوشته:

«این به نظر یک رویداد مهم با پیامدهای گسترده در چشم‌انداز بازی‌های دیجیتال است. بازی‌های دیجیتال به تقلبیکس راه دیگری برای جذب مشتریان جدید می‌دهد و همچنین امکانی را فراهم می‌کند که هیچ یک از رقبای مستقیم آن در حال حاضر ارائه نمی‌دهند.

### ۲. افزایش هزینه‌های اشتراک

در نهایت، این حرکت ممکن است توجیه افزایش قیمت‌ها در سال‌های آینده را برای سامانه‌های ویدئو به درخواست را آسان‌تر کند.

### ۳. کاهش هزینه‌های مربوط به مالکیت معنوی

یکی دیگر از دلایل گرایش سامانه‌های ویدئو به درخواست به اقتباس از سریال‌ها و توسعه بازی‌های دیجیتال این است که این موضوع می‌تواند به‌عنوان گسترشی طبیعی از مجموعه استراتژی‌های تولید محتوای سامانه‌ها باشد و به آن‌ها این امکان را بدهد تا هزینه‌های مربوط به مالکیت معنوی را برای ساخت بازی‌های دیجیتال از سریال‌های تولید شده توسط خودشان کاهش دهند.

1. Jason Bazinet

#### ۴. چند خدماتی شدن سرویس‌ها

یکی دیگر از موضوعاتی که می‌تواند سبب توجه سامانه‌های ویدئو به درخواست به بازی‌های دیجیتال شود، حرکت این سامانه‌ها به چند خدماتی شدن و ارائه سرویس‌های گوناگون است. براین اساس کاربران به‌جای داشتن برنامه‌های مجزا برای بازی و استریم، اکنون با استفاده از یک سکو، چندین سرویس را دریافت می‌کنند. هدف اصلی از این اقدام ارائه یک مقصد سرگرمی متمرکز به کاربران خود است.

#### ۵. گسترش دوسویه بازار فیلم و بازی

این موضوع همچنین می‌تواند به بازار نمایش‌ها و فیلم‌های موجود کمک کند و مخاطبان بازی‌های دیجیتال را علاقه‌مند به دیدن فیلم‌ها و مخاطبان فیلم‌ها را علاقه‌مند به استفاده از سرویس‌های بازی کند.

#### ۶. تعمیق تعامل / افزایش جذابیت / افزایش زمان صرف شده از سوی مخاطبان

علاوه بر آن چه ذکر شد، توسعه بازی‌ها توسط سکوها می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای مخاطبان در جهت صرف زمان در این سامانه‌ها ایجاد کند که همین موضوع می‌تواند سبب تعمیق تعامل و افزایش جذابیت این سامانه‌ها برای کاربران و وفاداری در مصرف باشد. توجه به مدت‌زمان صرف شده و نگاه داشتن کاربران در اکوسیستم شرکت یکی دیگر از اصول کلیدی نتفلیکس است. به همین دلیل است که رید هستینگز، از مدیر نتفلیکس گفته است:

«حتی خواب نیز باید به‌عنوان رقابت برای نتفلیکس در نظر گرفته شود.»

#### ۷. ذائقه‌سنجی مخاطبان

جمع‌آوری داده از مخاطبان و ذائقه‌سنجی از کاربران نیز یکی دیگر از دلایل ورود سامانه‌ها به عرصه بازی‌های دیجیتال است چرا که سامانه‌های ویدئو به درخواست می‌توانند با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده و بر اساس علاقه‌مندی کاربران آن‌ها را به‌سوی محتواهای جدید سوق دهند و توصیه‌هایی را بر حسب سلیق برای تماشا به افراد انجام دهند.

## ۸. هدایت کاربران و ایجاد حلقه وابستگی

ایجاد حلقه وابستگی برای مخاطبان نیز یکی دیگر از استراتژی‌های سامانه‌ها برای ورود به این عرصه است، به این معنا که با علاقه‌مندی مخاطبان به یک بازی یا یک کاراکتر وابستگی ذهنی ایجاد شده سبب می‌شود چرخه‌ای از نیازمندی برای دنبال کردن محتواهای مرتبط ایجاد شود. در حقیقت اگر یک سریال، شخصیتی داشته باشد که به شدت در بازی استفاده می‌شود، به راحتی می‌توان تصور کرد که آن شخصیت در فصل آینده آن سریال به طور برجسته‌تر ظاهر شود و از این طریق مخاطبان درگیر دنبال کردن کاراکترها می‌شوند.

## ۹. توسعه برندینگ و برتری بر رقبای

توسعه بازار و برندینگ یکی دیگر از دلایل نتفلیکس برای ورود به حوزه بازی بوده است. در حقیقت ایده ارائه بازی بدون هزینه اضافی باید فعالان بزرگ دنیای بازی را نگران کند، ایکس‌باکس، پلی‌استیشن، گوگل‌پلی و... اکنون همه آنها باید خود را ارتقا دهند تا بتوانند در رقابت باقی بمانند.

با توجه به کمبود پی‌اس فایو<sup>۱</sup> و ایکس‌باکس سری ایکس<sup>۲</sup>، بازی بدون نیاز به کنسول گران قیمت و پیدا کردن آن در حال حاضر جذاب به نظر می‌رسد. این موضوع می‌تواند به نتفلیکس برتری واقعی در مقایسه با سایر سرویس‌های پخش فیلم و تلویزیون مانند دیزنی پلاس، اپل تی وی، آمازون پرایم ویدئو بدهد. هیچ‌کس دیگری بازی را به عنوان بخشی از همان بسته ارائه نمی‌دهد، بنابراین نتفلیکس خدماتی را بدون سابقه ارائه می‌دهد که می‌تواند به آن کمک کند تا حتی از رقبای جلو بیفتد.

1. PS5  
2. Xbox Series X



## جمع‌بندی و تحلیل

بازی‌های دیجیتال دهه‌هاست که وجود داشته و سرگرمی برای کودکان و بزرگسالان فراهم می‌کنند. آنها از روزهای اولیه بازی‌های رایانه‌ای و اولین نسخه‌های نینتندو و آتاری به طور قابل‌توجهی تکامل یافته‌اند. همان‌طور که فناوری همچنان در حال پیشرفت است، بازی‌های دیجیتال نیز پیشرفت می‌کنند.

از سوی دیگر ساخت بازی‌های دیجیتال به طور فزاینده‌ای پیچیده شده است و هزینه ساخت یک بازی برای اجرا بر روی یکی از کنسول‌های اصلی افزایش یافته است. زمانی غیرممکن بود که میلیون‌ها دلار در هزینه‌های توسعه یک بازی استفاده شود، اما بازی‌های امروزی ممکن است ده‌ها و حتی صدها میلیون هزینه داشته باشند. این امر توسعه بازی را از نظر هزینه‌های تولید و بازاریابی به قلمرو فیلم‌های هالیوود سوق داده است.

به نظر می‌رسد ورود سامانه‌های ویدئو به درخواست به حوزه بازی و همچنین بازارپردازی در راستا فروش بیشتر فیلم‌های تولید شده، آغاز راه جدیدی برای مصرف بازی‌های دیجیتال است. سرویس‌های ویدئو به درخواست می‌دانند که فیلم‌ها و نمایش‌های محبوب و شناخته‌شده به جاذبه‌های اصلی برای جذب مخاطب و در نتیجه گسترش سهم بازار آنها تبدیل می‌شود، از این منظر با رویکرد توسعه اقتصادی و در راستای چندکاربردی شدن در صنعت سرگرمی به ساخت بازی‌های موبایلی و همچنین اقتباس از آثار برتر منتشر شده بر روی سکوها خود که نیاز به پرداخت هزینه‌های مربوط به مالکیت معنوی ندارند، روی آورده‌اند.

علاوه بر آن چه گفته شد، اقبال رو به رشد نسبت به بازی‌های دیجیتال نیز یکی دیگر از دلایل ورود شرکت‌های رسانه‌ای و سرویس‌های ویدئو به درخواست به ساخت بازی

بوده است. بر طبق برخی از آمارهای تولید شده صنعت بازی می‌تواند تا سال ۲۰۲۵، بیش از ۲۶۰ میلیارد دلار درآمد داشته باشد.<sup>۱</sup> به این ترتیب، شرکت‌های فناوری به دنبال مشارکت در این جریان درآمد هستند. شرکت‌هایی مانند گوگل<sup>۲</sup>، متا<sup>۳</sup>، سابقاً فیس‌بوک<sup>۴</sup> و اپل<sup>۵</sup> همگی برای ورود به صنعت بازی‌های دیجیتال برنامه‌ریزی کرده‌اند. صنعت بازی‌های دیجیتال به واسطه بازارپردازی ارتباط دوگانه‌ای با صنعت فیلم سازی دارند. این موضوع همچنین می‌تواند در سایر اشکال بازارپردازی نظیررمان‌ها و کتاب‌های کمیک سرایت کند. در واقع، بازی دیجیتال محبوب‌ترین بازی ساخته شده توسط یوبی سافت، در سال ۲۰۱۶ با حضور بازیگران برجسته به فیلم تبدیل شد. بازی محبوب سگا سونیک د هجهاگ<sup>۶</sup> در سال ۲۰۲۰ با بازی بازیگران سرشناس به فیلمی موفق تبدیل شد و رکورد یک فیلم مبتنی بر بازی دیجیتال را به نام خود ثبت کرد. از سوی دیگر می‌توان گفت تحولات در ذائقه مصرف‌کنندگان محتوای برخط نیز موضوع قابل توجهی است و در سال‌های گذشته با تقاضا برای تماشای ویدئو به صورت برخط مواجه بوده‌ایم که همین موضوع سبب شده است، مدیران این سرویس‌ها با ایجاد نیازمندی‌ها و علاقه‌مندی‌های جدید از جمله ورود به فضای بازی‌ها امکانات جدیدتری را برای مخاطبان خود ایجاد کنند.

---

1. Investopedia.com  
2. GOOGLE  
3. META  
4. Facebook  
5. Apple  
6. Assassin's Creed



1. <https://www.one37pm.com/gaming/tv-shows-and-movies-based-on-video-games>
2. <https://www.cnbc.com/2021/07/21/netflix-games-are-comin-and-the-reasons-are-very-netflixian-.html>
3. <https://www.gameshub.com/news/features/netflix-video-game-tv-shows-films-movies-2022-2023-13628/>
4. <https://www.cloudwards.net/what-is-netflix-gaming>
5. <https://sportslumo.com/esports/netflix-enters-esports-domain-how-lucrative-will-it-be/>
6. <https://www.beyondgames.biz/26043/decentraland-metaverse-art-week-is-underway/>
7. <https://www.whathifi.com/advice/netflix-gaming-service-release-date-leaks-price-rumours-and-all-of-the-news>
8. <https://www.whats-on-netflix.com/coming-soon/video-game-adaptation-movies-series-coming-to-netflix/>
9. <http://ircreative.isti.ir/contents.php?cntid=184>
10. <https://smallbusiness.chron.com/marketing-ideas-films-64304.html>
11. Vandana Singh. MOVIE MERCHANDISE MARKET
12. [https://www.academia.edu/43459570/MOVIE\\_MERCHANDISE\\_MARKET](https://www.academia.edu/43459570/MOVIE_MERCHANDISE_MARKET)
13. <https://www.investopedia.com/articles/investing/053115/how-video-game-industry-changing.asp>

