



شناسنامه گزارش:

عنوان: گزارش نمای دور، بازی‌های ویدئویی هیبرید کژوال
(Hybrid Casual Video Games)

پدیدآورنده: بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، معاونت پژوهش

تهیه و تنظیم: ریحانه رفیع‌زاده اخویان

تاریخ انتشار: تابستان ۱۴۰۴

نشانی: میدان هفت تیر، خیابان مفتح شمالی، کوچه گلزار غربی،
نیش زیرک زاده، شماره ۳۲، کدپستی: ۱۵۷۵۷۴۵۳۱۱

۰۲۱۸۸۳۱۰۳۷۰: ☎

www.ircg.ir : ☞

iranvideogame : 📷



فهرست

مقدمه	۵
بازی‌های موبایلی	۷
بازی‌های کژوال	۱۵
بازی‌های کژوال: نمونه و مصداق	۲۳
بازی‌های هایپر کژوال	۲۶
بازی‌های هایپر کژوال: نمونه و مصداق	۲۹
بازی‌های هیبرید کژوال	۳۰
بازی‌های هیبرید کژوال: نمونه و مصداق	۳۸
طراحی بازی‌های هیبرید کژوال	۴۰
مدل‌های درآمدزایی برای بازی‌های هیبرید کژوال	۴۵
مخاطبان بازی‌های کژوال و هیبرید کژوال: زنان و مردان	۴۸
آمار و ارقام	۵۵
در ایران چه میگذرد؟	۵۹
منابع	۶۹

♦ درباره بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای متولی صنعت بازی‌های دیجیتال کشور

به عنوان زیرمجموعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که جهت 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 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 توسعه دهنده بازی، ناشران، رسانه‌ها، دانشگاه‌ها و سیاست‌گذاران برقرار نموده و با اجرای پیمایش‌های دوره‌ای مطالعه رفتار مصرف‌کننده در سراسر کشور، به حجم قابل توجهی 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 اکوسیستم بازی‌های دیجیتال، افزایش هوشمندی اکوسیستم 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.

افزایش گستردگی گوشی‌های هوشمند و اکوسیستم تولید برنامه‌های کاربردی در آن‌ها - از اپل آیفون گرفته تا سری سامسونگ گلکسی - منجر به گسترش بازی‌های ویدئویی شده است که به‌طور خاص برای دستگاه‌های همراه با صفحه‌نمایش لمسی ساخته شده‌اند و مرزهای میان دنیای واقعی و مجازی بازی را به هم می‌ریزند. این روند با افزایش محبوبیت بازی‌های کژوال^۱ در چارچوب یک اکوسیستم گسترده‌تر و متنوع‌تر بازی و تولید بازی‌های ویدئویی هم‌زمان شده است. بسیاری از بازی‌های کژوال موبایل که به‌طور خاص برای گوشی‌های هوشمند ساخته شده‌اند، فراتر از مخاطبان سنتی بازی‌های هاردکور، محبوبیت گسترده‌ای پیدا کرده‌اند. بازی‌های کژوال موبایل با استفاده از صفحه‌نمایش‌های کوچک پوشیدنی، رابط‌های لمسی و قابلیت همراه بودن در زندگی روزمره کاربر، از بازیکن می‌خواهند که به ساحت‌های دوجهان واقعی و مجازی، به‌مثابه یک مکان ترکیبی و هیبریدی نظاره کنند؛ بنابراین، این بازی‌ها فرصت مهمی برای پژوهشگران بازی و رسانه‌های موبایل فراهم می‌آورند تا بفهمند چگونه بازی‌های ویدئویی مبتنی بر موبایل با به کار گرفتن نیروی کار و سرمایه‌های مادی بازیکنان، زمینه‌ساز حضور در دنیاهایی ترکیبی هستند که به طرز طعنه‌آمیزی به دنبال غوطه‌وری بازیکن نیستند.

صنعت بازی‌های ویدئویی در چند سال اخیر رشد انفجاری را تجربه کرده است و یکی از عوامل اصلی این رشد، افزایش محبوبیت بازی‌های موبایلی به‌واسطه پیشرفت گوشی‌های هوشمند است. با گسترش استفاده از گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها، افراد قادر شده‌اند در هر مکان و زمان به راحتی به بازی‌ها دسترسی داشته و آن‌ها را اجرا کنند که این موضوع موجب افزایش چشمگیر محبوبیت بازی‌های موبایلی شده است. این محبوبیت

۱. casual

باعث به وجود آمدن ژانرهای ترکیبی جدیدی شده است که از ژانرهای سنتی بازی‌های ویدئویی ریشه گرفته‌اند. از سال ۲۰۱۰ و با گسترش گسترده گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها، مردم توانستند در هر مکانی و در حال حرکت به راحتی به بازی‌ها دسترسی یافته و آن‌ها را اجرا کنند که این امر منجر به افزایش چشمگیر محبوبیت بازی‌های موبایلی شد. نمونه موفق این روند، ژانر هایپر کژوال^۲ است که از سال ۲۰۱۴ در بازار بازی‌های موبایلی برجسته شده است. طولانی شدن دوره همه‌گیری کووید-۱۹^۳ باعث ورود کاربران جدید و تنوع بخشی به صنعت بازی شد. با ادامه فاصله گذاری اجتماعی، کاربران بازی‌ها را به عنوان یکی از وسایل رسانه‌ای مصرفی می‌دانستند که می‌توانند برای ارتباط با دوستان واقعی یا سرگرمی با خانواده به کار ببرند. بازی‌های هایپر کژوال با ساختاری بسیار ساده، مانند بازی‌های پازل سه تایی که فقط با ضربه زدن ساده با انگشت روی صفحه اجرا می‌شوند، در دوره کرونا رشد بیشتری داشتند و بازار بازی‌های موبایلی را متحول کردند. نصب بازی‌های موبایلی در سال ۲۰۲۰ نسبت به همان دوره در سال ۲۰۱۹ با افزایش بی‌سابقه هشتاد و چهار درصد همراه بود. کنترل ساده و امکان بازی رایگان این بازی‌های هایپر کژوال باعث افزایش شدید تعداد دانلودها شد. از سال ۲۰۲۱ به بعد، به دلیل کاهش سودآوری و اشباع بازار، رشد این بازی‌ها کند شد. در نتیجه این رقابت شدید و کاهش سودآوری، بازی‌های هیبرید کژوال^۴ به عنوان جایگزینی مطرح شدند؛ این ژانر جدید ترکیبی از بازی‌های هایپر کژوال با عناصر بازی‌های میدکور^۵ است که مهارت و درک بالاتری از بازیکن طلب می‌کند. ظهور ژانرهای هایپر کژوال و هیبرید کژوال به معنی تولد یک ژانر نوین و ترکیبی در قالب شکل‌های متحول شده بازی‌های کژوال است.

در این گزارش با شناخت بستر تلفن‌های هوشمند برای بازی‌های ویدئویی، روند بازی‌های کژوال، هایپر کژوال و هیبرید کژوال

۲. hyper Casual

۳. Covid-19

۴. Hybrid casual

۵. Mid-core

موردتوجه قرار می‌گیرد. درحالی‌که رشد فناوری این تصور را برای مخاطبان ایجاد می‌کرد که بازی‌های پیچیده و با گرافیک بالا نمونه‌های پرفرمدار بازی‌ها در دوران فناوری‌های نوین هستند اما بررسی روندهای اخیر بیانگر این موضوع است که بخش وسیعی از کاربران بازی‌های ساده دوبعدی و در دسترس را به بازی‌های پیچیده ترجیح می‌دهند. علاوه بر این زنان، میان‌سالان و مردمان کشورهای در حال توسعه بازار مهم بازی‌های موبایل هستند که پیش‌ازاین به‌عنوان مخاطب هدف بازی‌ها شناخته نمی‌شدند. با عبور از پاندمی ۲۰۱۹ نقش روابط اجتماعی مجازی در زندگی انسان‌ها غیرقابل‌انکار است و این شرایط فرست مناسبی برای توسعه‌دهندگان بازی است که با افزودن لایه فرا بازی به محصولات خود در درآمدزایی محصول خود مؤثر عمل کنند.

بازی‌های موبایلی

با ظهور اکولوژی‌های رسانه‌ای مبتنی بر اپلیکیشن، شاهد همگرایی بازی‌های موبایلی با رسانه‌های مکانی^۶ و شبکه‌های اجتماعی آنلاین هستیم. روزانه میلیون‌ها نفر در محل کار، مدرسه، خانه و حتی در حال حرکت وارد شبکه‌های اجتماعی می‌شوند تا ارتباط برقرار کنند، محتوا به اشتراک بگذارند و با دوستان بازی کنند. سیستم‌های شبکه اجتماعی طراحی‌شده مخصوص موبایل به بخشی روتین از فعالیت‌های روزمره ما تبدیل شده‌اند و کنار بازی‌ها و اپلیکیشن‌های متعددی روی صفحه موبایل‌مان قرار دارند و اغلب با آن‌ها یکپارچه شده‌اند. خدمات شبکه اجتماعی و رسانه‌ای مانند یوتیوب اکنون کاملاً در گوشی‌های هوشمند و دستگاه‌های موبایل ادغام شده‌اند. یکپارچه‌سازی خدمات شبکه‌های اجتماعی، بازی‌های موبایلی و اپلیکیشن‌های بازی‌وار بخشی از مسیری است که به آن چرخش بازی‌محور^۷ در فرهنگ معاصر گفته می‌شود. اگر نگاه کلان‌تری داشته باشیم، می‌توان دید که بازی‌های شبکه‌ای تنها محدود به جهان‌های بازی نیستند. درواقع، بازی‌های شبکه‌ای به بسیاری از جنبه‌های دیگر زندگی نفوذ کرده‌اند. می‌توان گفت

۶. locative media

۷. ludic turn

یوتیوب نیز نوعی زمین بازی شبکه‌ای است. این روندها فراتر از فرهنگ سنتی طرفداران بازی‌ها هستند و به یک «گرایش بازی» در حال رشد اشاره دارند که بازی، به‌جای اینکه یک فعالیت حاشیه‌ای باشد، در حال نفوذ به تمام جنبه‌های زندگی انسان‌ها است. از این طریق، بازی‌ها و فعالیت‌های بازی‌وار بیشتر و بیشتر در زندگی اجتماعی جای گرفته‌اند. در این زمینه، استدلال شده که تکامل وب به یک پلتفرم ابر رسانه‌ای برای همه رسانه‌ها و ارتباطات شبکه‌ای، شرایط لازم برای محیط رسانه‌ای مشارکتی نوظهور را فراهم کرده است که با تعاملی پویا، نرم‌افزارهای اجتماعی، پرتال‌ها و خدمات مبتنی بر وب و رشد نمایی محتوای تولیدشده توسط کاربران مشخص می‌شود. این شیوه‌های رسانه‌ای مرزهای تولید و مصرف را به‌طور مؤثری محو می‌کنند و ما را وادار می‌کنند تا فضای رسانه‌ای خود را نه بر اساس دوقطبی‌های قدیمی و بسته کاربر / تولیدکننده، بازیکن / خالق، بلکه بر اساس یک دینامیک منعطف و فرازمینه‌ای بازاندیشی کنیم.

بازی‌های موبایلی همگرایی رسانه‌های مکانی، اجتماعی و موبایلی را به نمایش می‌گذارند؛ این پدیده دریچه‌ای است که از طریق آن می‌توان تغییرات ماهیت حرکت، بازی و ارتباط را در چارچوب دینامیک‌های وسیع‌تر اجتماعی-فرهنگی، فناوری و اقتصادی مشاهده کرد. اصطلاحاتی مانند بازی ویدئویی، آواتار، دایره جادویی، شبیه‌سازی، غوطه‌وری و فضای بازی که مرز میان بازی و زمینه‌های اجتماعی و غیر بازی را مشخص می‌کنند، دیگر برای توصیف صمیمیت، نفوذپذیری و ترکیب‌گرایی دنیای بازی‌های موبایلی، مبتنی بر مکان و اجتماعی کافی نیستند. در چارچوب مجموعه‌های مختلف بازی‌های موبایلی، شاهد ظهور نوعی صمیمیت و شیوه‌های نوین ارتباطی حول بازی هستیم. شیوه‌های جدیدی که در آن‌ها اشکال هم‌زمان بازی و مکان‌سازی در حین حرکت به اجرا درمی‌آیند. تحول پویا و مداوم صفحه موبایل به‌عنوان یک درگاه که به‌طور پیوسته بازی‌ها و فعالیت‌های فرهنگی را به زندگی روزمره ما وارد می‌کند، مرزهای زیادی را در زندگی بازیگون ما درهم‌شکسته است. رسانه‌های همراه مانند آپید،

آیفون، پلی‌استیشن پرتابل^۸، نینتندو دی اس، گوشی‌های اندرویدی و مجموعه‌ی روبه‌افزایشی از تبلت‌ها، به‌وضوح در حال تبدیل‌شدن به فضاهایی مهم برای بازی و فعالیت‌های اجتماعی بازی‌محور هستند. با گسترش روزافزون گوشی‌های هوشمند متصل به وب، شکل‌گیری اکولوژی مبتنی بر برنامه‌های کاربردی و روندهای روبه‌رشد بازی وار سازی، بازی‌های موبایلی اکنون بخشی جدایی‌ناپذیر از فرهنگ‌عامه‌ی قرن بیست‌ویک شده‌اند. اگرچه همه‌ی بازی‌های موبایلی موفقیت بازی‌هایی مانند انگری بردز^۹ را تجربه نکرده‌اند، بازی‌های موبایلی برای بسیاری از طراحان و برنامه‌نویسان و در نتیجه، برای بازیکنان انعطاف‌پذیری و نوآوری بیشتری در زمینه‌ی ژانرهای بازی، گیم‌پلی، زیبایی‌شناسی و قابلیت‌های محیط‌های بازی فراهم کرده‌اند. بازی‌های موبایلی توسط شمار فزاینده‌ای از افراد در موقعیت‌های گوناگون بازی می‌شوند؛ پیر و جوان، زن و مرد، اشخاص، خانواده‌ها و گروه‌های اجتماعی، در خانه، در حال حرکت، در محل کار سرگرم بازی‌های موبایلی هستند. در سال‌های اخیر نه تنها شاهد افزایش محبوبیت بازی‌های موبایلی بوده‌ایم، بلکه طیف بازی‌ها نیز تغییر کرده و شامل رسانه‌های اجتماعی بازی‌محور و اپلیکیشن‌های مبتنی بر مکان شده است. بازی‌ها و دیگر گونه‌های رسانه‌های بازی‌محور اکنون هم بازتاب‌دهنده و هم دگرگون‌ساز رویه‌ها و روابط پیچیده‌ای هستند که زندگی معاصر را شکل می‌دهند. در این بستر، بازی‌های موبایلی دیگر نمی‌توانند پیش‌پاافتاده تلقی شوند و دیگر نمی‌توان بازیکنان را به‌سادگی در قالب‌هایی نظیر «کژوال» یا «هاردکور» طبقه‌بندی کرد. از یک‌سو، بازی‌های موبایلی کژوال یا «موقعیتی»^{۱۰} - که در بازه‌های زمانی کوتاه و نامنظم انجام می‌شوند - می‌توانند نوعی سرگرمی خانگی قابل‌حمل تلقی شوند که بازیکن را در فضاهای عمومی در خود فرومی‌برد و امکان جابه‌جایی فضا و حریم شخصی را فراهم می‌سازد؛ از سوی دیگر، بازی‌های موبایلی مبتنی بر مکان تجربه‌هایی ترکیبی از فضا و حضور پدید می‌آورند که از بازیکن می‌خواهند ادراک بدنی و موقعیت‌مند خود از جهان را با

۸. PSP

۹. Angry Birds

۱۰. occasional

اطلاعات پویای مبتنی بر سامانه موقعیت‌یاب جهانی درون یک واقعیت بازی‌محور افزوده‌شده و متصل به شبکه، ادغام کند. بازی‌های موبایلی دوگانگی‌های جدی و عمیقی، ازجمله تضاد میان کار/زندگی و کژوال/هاردکور را موردتوجه قرار می‌دهند.

به باور برخی از محققان تاریخ بازی، نخستین اینترنت موبایلی در ژاپن در سال ۱۹۹۹ با نام آیمود^{۱۱}، پیش‌نمونه‌ای برای رشد استفاده از گوشی‌های هوشمند به‌ویژه برای بازی‌های موبایلی بود. پیش از سال ۲۰۰۲، بازی‌های موبایلی اولیه محدود به بازی‌های آفلاین از پیش نصب‌شده مانند تتریس^{۱۲} بودند و در ادامه، با آزمایش مدل‌های توزیع توسط توسعه‌دهندگان و ارائه‌دهندگان موبایل، به طیف محدودی از بازی‌هایی که از طریق پورتال‌های شرکت‌های ارائه‌دهنده در دسترس بودند، گسترش یافتند. بازی‌های موبایلی اولیه که اغلب بازی‌های قابل‌حمل یا دستی^{۱۳} خوانده می‌شدند، روی دستگاه‌های مخصوص و ساخت ژاپن مانند گیم بوی، پی اس پی و برخی از سری‌های نینتندو انجام می‌شدند. اگرچه تلاش‌هایی برای طراحی تلفن‌های همراه باقابلیت‌های پلتفرم بازی صورت گرفت، اما تا زمانی که نسل اول آیفون عرضه نشد و فروشگاه اپلیکیشن آن کمی بعد راه‌اندازی نشد، گوشی هوشمند به‌عنوان پلتفرمی مستقل برای بازی شناخته نمی‌شد. باعرضه‌ی اولیه‌ی آیفون در سال ۲۰۰۷ و با راه‌اندازی فروشگاه آنلاین برنامه‌های کاربردی اپل^{۱۴} در سال ۲۰۰۸، اپلیکیشن‌های موبایلی ابعاد بازی را گسترش دادند تا شامل برنامه‌ها و خدماتی شود که حتی با عنوان «بازی» قابل‌تعریف نبودند. اپل در سال ۲۰۰۸، کیت توسعه‌ی نرم‌افزار^{۱۵} را نیز منتشر کرد.

۱۱. imode

۱۲. Tetris

۱۳. handheld gaming

۱۴. App Store

۱۵. SDK



شکل ۱- تاریخ نگاری، بازی های موبایلی

محققان ادعا می کنند که گوشی هوشمند آیفون هم در تاریخ کوتاه رسانه های همراه و هم در تاریخ بلند فناوری های فرهنگی لحظه ای متمایز را نمایندگی می کند. آن ها با مقایسه «لحظه آیفون» با تأثیر دستگاه پخش موسیقی قابل حمل واکمن سونی چند دهه پیش، معتقدند که آیفون یک موقعیت تاریخی را نشان می دهد که در آن مفاهیم هویت، فردگرایی، سبک زندگی و اجتماعی بودن و رابطه این مفاهیم با فناوری و عمل رسانه ای نیازمند بازتعریف هستند. درواقع، آیفون و فروشگاه اپلیکیشن آن در بسیاری از جهات، به عنوان نمونه ای شاخصی از چرخش بازی محور در فرهنگ معاصر شناخته می شوند؛ واسطه و ظرفی برای بازی ها و اپلیکیشن های متعدد بازی محور که اغلب توسط کاربران تولید شده اند. در آن زمان سه تفاوت اصلی آیفون با سایر محصولات مشابه خود شامل صفحه نمایش بزرگ لمسی، یکپارچگی با فروشگاه از پیش موجود آی تیونز^{۱۶} و وجود مرورگر وب اپل^{۱۷} در خود دستگاه بود. آیفون اکنون در کنار گوشی های هوشمند اندروید، یکی از پلتفرم های کلیدی جهانی برای بازی های موبایلی است که مخاطبان بازی را از نو تعریف کرده است، زیرا پلتفرم بازی را به دست میلیون ها انسانی سپرده که پیش تر هرگز خود را گیمِر نمی دانستند و احتمالاً هرگز هم چنین نخواهند کرد. به واسطه آیفون و اپ استور، بازی کردن، مانند آنلاین بودن، اکنون رفتاری نرمال به حساب می آید. درواقع، از آن جا که گوشی های هوشمند همواره و در همه جا همراه ما هستند ظرفیت برای انجام بازی های

۱۶. iTunes

۱۷. Safari

موبایلی و بازی‌های کژوال به‌صورت نمایی افزایش یافته است.

بازی‌های موبایلی، طیفی از فعالیت‌ها و شیوه‌ها را هم در خانه و هم بیرون از خانه شامل می‌شود. به طرز کنایه آمیزی، باوجود قابلیت جابه‌جایی فیزیکی و شبکه‌ای که دستگاه‌های موبایل فراهم می‌کنند، بازی‌های موبایلی اغلب در اتاق خواب انجام می‌شوند و مفهوم «تنهایی باهم بودن»^{۱۸} را شکل می‌دهند. در مقابل، وقتی بازی کردن در اماکن عمومی انجام می‌شود، نحوه‌ی خاص تعامل فرد با بازی، میزان توجه، روش‌های مشاهده و حرکت و شیوه جابه‌جایی بدن پیاده را تعیین کرده و توسط این عوامل نیز تعیین می‌شود. بازی موبایلی در فضای شهری اغلب هنگام انتظار (برای دوست، در ایستگاه اتوبوس یا تا پایان یک سفر) انجام می‌شود و تبدیل به راهی برای مدیریت بی‌قراری جسمی ناشی از بی‌صبری، تنهایی و کسل بودن در مکان‌های عمومی می‌گردد که می‌توان آن را به‌صورت موقعیتی هنگام «بودن با دیگران»^{۱۹} به کار گرفت.

نکته مهم دیگر این است که اکولوژی‌های مبتنی بر اپلیکیشن بازی‌ها، در حال تحول نحوه بازی کردن بازی‌های آنلاین و کنسولی شناخته شده و همچنین چگونگی مشارکت بازیکنان در فعالیت‌های پیرامون بازی هستند. اپلیکیشن‌های سفارشی اکنون به بازیکنان امکان می‌دهند ابعاد جدید متعددی به تجربه بازی اضافه کنند. بازیکنان بازی موبایلی، بدون اینکه در آنچه اکثر بازیکنان مهارت مرکزی بازی می‌دانند، شرکت کنند، اتصال همیشگی به بازی دارند و تجربه زمانی، مکانی و اجتماعی بازی را تغییر می‌دهند. واضح است که شیوه‌های مختلف بازی موبایلی را نمی‌توان به‌سادگی طبقه‌بندی کرد؛ بلکه آن‌ها بخشی از یک «اجتماع»^{۲۰} گسترده‌تر بازی هستند که چند سکویی و فرا رسانه‌ای است و اختصاصی / موقعیتی و خانگی / در حرکت است. بازی‌های موبایلی موقعیتی، زمینه‌ای و فرازمینه‌ای هستند و در شکاف‌های زندگی روزمره قرار می‌گیرند.

۱۸. alone together

۱۹. being-with-others

۲۰. assemblage

درحالی که صفحه‌نمایش دستگاه‌های غیرهمراه معمولاً توجه آگاهانه کاربر را از بدن مادی او به سمت تعاملات مجازی فراتر از صفحه‌نمایش جلب می‌کنند، دستگاه‌های همراه به‌عنوان صفحه‌نمایش‌های پوشیدنی^{۲۱} در وجود کاربر ادغام می‌شوند. دستگاه‌های همراه، رابطه‌ای پویا بین کاربر و جهان‌های مجازی ایجاد می‌کنند و دنیای مجازی را در فعالیت‌های روزمره بیرونی جای می‌دهند. علاوه بر قابلیت حرکت، تلفن‌های همراه امروزی به‌طور فزاینده‌ای وجود مادی کاربر را به جهان مجازی فضای صفحه‌نمایش وارد می‌کنند. این دستگاه‌ها به‌طور منظم حرکت‌های کاربر را در زمان و مکان از طریق فناوری‌های موقعیت‌یابی مانند جی‌پی‌اس^{۲۲} و فناوری‌های دیداری مانند دوربین‌ها ردیابی می‌کنند. با آسان‌تر شدن بازی کردن، چک کردن شبکه‌های اجتماعی یا مرور وب هنگام حرکت در جهان، تلفن‌های همراه ما به‌طور فزاینده‌ای اطلاعات زندگی روزمره ما را می‌خوانند تا آنچه روی صفحه‌نمایش اتفاق می‌افتد را واسطه‌گری کنند. این پدیده باعث می‌شود که فرد هم‌زمان در اینجا و آنجا باشد و در دو مکان به‌طور هم‌زمان تجسم یابد؛ این پدیده از طریق مفهوم «هم‌حضور^{۲۳}» قابل بررسی است. نوآوری‌های جدید در بازی‌های ویدئویی موبایل به‌طور گسترده‌ای نمایانگر این هم‌حضور هیبریدی است که توسط رویه‌های موبایلی فراهم شده است؛ این بازی‌ها نقشه‌های مادی جهان‌های واقعی و مجازی را ترکیب می‌کنند تا حالتی هیبریدی از وجود ایجاد کنند که در آن مرز بین بازی و زندگی واقعی فرومی‌ریزد. فعالیت‌های موبایلی و به‌ویژه بازی‌های موبایلی، نیازمند یک طرح بدنی هستند که در سراسر بدن‌ها و جهان‌های واقعی و مجازی توزیع شده باشد؛ طرحی که هم به محیط واقعی بازیکن و هم به اتفاقات روی صفحه آگاه باشد. اگرچه اکثریت بازی‌های موبایلی محبوب مانند تاینی وینگز^{۲۴} به‌طور مستقیم فضای واقعی‌ای که بازیکن در آن قرار دارد را وارد گیم‌پلی نمی‌کنند با این حال، صرف بازی کردن با موبایل، توجه

۲۱. wearable

۲۲. سامانه موقعیت یاب جهانی GPS

۲۳. co-presence

۲۴. Tiny Wings

بازیکن را به محیط واقعی و طرح بدنی او در فضای واقعی جلب می‌کنند. یکی از پیامدهای مهم بازی‌های موبایلی این است که در جلسات کوتاه توسط بازیکنی که هنوز به دنیای واقعی اطرافش توجه دارد بازی شوند؛ بنابراین بازیکن درحالی که در دنیای واقعی روی صندلی مترو نشسته یا در کافی‌شاپ منتظر دوست خود است این بازی‌ها را انجام می‌دهد. حتی زمانی که بازیکن بازی‌های موبایلی مانند هر بازیکن دیگر به رویدادهای صفحه و دنیای مجازی تمرکز می‌کند، باید قادر باشد این تعامل را به‌طور ناگهانی قطع کند و به خواسته‌های زندگی روزمره‌اش بازگردد.

زمانی که بازی‌های موبایل با وقفه و توجه پراکنده یا تقسیم‌شده در میان سایر فعالیت‌ها مشخص می‌شود چنین برداشت می‌شود که این بازی‌ها باید از چیزی که محققان آن را «چسبندگی»^{۲۵} بازی‌های کنسولی می‌نامند اجتناب کنند. این فرض به این معنا است که درحالی که بازی‌های سنتی بازیکنان را در یک «لعاب» چسبنده نگه می‌دارند، بازیکنان کژوال باید عمداً از این چسبندگی اجتناب کنند تا همیشه آماده بازگشت به فعالیت‌های موقتاً متوقف‌شده خود باشند؛ و البته چنین به نظر می‌رسد بازیکنان موبایل تمایلی به غوطه‌وری ندارند. چنین ادعاهایی حضور جهان واقعی را که در بازی موبایل هرگز در پس‌زمینه قرار نمی‌گیرد برجسته می‌کند و جهان مجازی بازی موبایل را صرفاً یک حواس‌پرتی تلقی می‌کند. این نوع نظرات دستگاه‌های بازی موبایل و عمومی را در مقابل دستگاه‌های بازی ثابت و خصوصی مانند کامپیوترهای دسکتاپ و کنسول‌های بازی قرار می‌دهند. هرچند این بینش‌ها درباره هژمونی دستگاه‌های موبایل مهم‌اند، اما باعث ساده‌سازی فهم ما از تعامل با بازی‌های غیر موبایل می‌شوند. در این نگرش، بازی‌های غیر موبایل به‌عنوان بازی‌هایی که بازیکن را «غرق» می‌کنند دیده می‌شوند (درحالی که نقش تن یافتگی واقعی آن‌ها در بازی نادیده گرفته می‌شود) و بازی‌های موبایل صرفاً حواس‌پرتی در زندگی روزمره بازیکن در نظر گرفته می‌شوند (درحالی که نقش تن یافتگی مجازی آن‌ها در بازی نادیده گرفته می‌شود)؛ اما اگر به ماهیت

۲۵. stickiness

تن یافته تمام بازی‌های ویدئویی و توجه واقعی بازیکن کژوال به صفحه‌نمایش توجه کنیم، درمی‌یابیم که تمایز واقعی بازی‌های موبایل این نیست که فضای واقعی و مجازی و بدن‌ها را ترکیب می‌کنند؛ بلکه دستگاه‌های موبایل خود این ترکیب و هم‌زمانی را آشکار و برجسته می‌کنند. این موضوع مفاهیم حواس‌پرتی و توجه در بازی‌های موبایل را پیچیده‌تر می‌کند. به جای اینکه توجه/حواس‌پرتی به صورت یک دوگانگی میان پلتفرم‌های ثابت/موبایل در نظر گرفته شود، حضور هم‌زمان بازیکن در جهان‌های ترکیبی، نیازمند یک توجه ترکیبی^{۲۶} - یعنی هم‌توجهی^{۲۷} - است که در آن بازیکن هم‌زمان به دوجهان توجه کامل دارد.

بازی‌های کژوال

بازی‌های موبایلی عمدتاً به عنوان بازی‌های کژوال تلقی می‌شوند؛ گیم‌پلی سطحی، غیرفروبرنده، قابل قطع، بدون روایت و کوتاه‌مدت از ویژگی این بازی‌ها است. رشد بازی‌های کژوال، پایانی بر یک دوره‌ی خاص در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ بود؛ دورانی که در آن بازی‌های ویدئویی عمدتاً توسط گروه کوچکی از جمعیت، یعنی پسران نوجوان، تجربه می‌شدند. این بازی‌ها افق مخاطبان بازی را به روی تمام انسان‌ها گشودند و نشان دادند که بازی کردن محدود به گروهی خاص نیست. ایده‌ی بازی‌هایی که مخاطبان کژوال را هدف می‌گیرند، از اواخر دهه‌ی ۱۹۹۰ مورد توجه قرار گرفت.

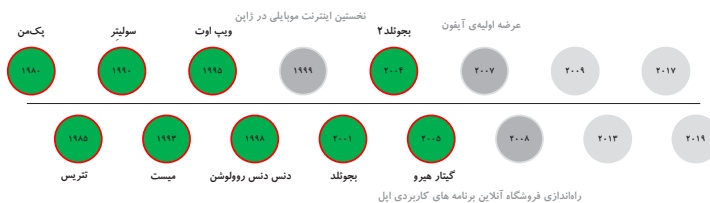
هرچند پک‌من (۱۹۸۰) را می‌توان نخستین بازی‌ای دانست که کلیشه‌ی رایج بازیکن مرد جوان را به چالش کشید، گروه وسیعی از مخاطبان، بازی تتریس (۱۹۸۵) را نخستین بازی کژوال می‌دانند. باین حال، برخی پژوهشگران بر این باورند که بازی سولیتِر در ویندوز ۳.۰ (۱۹۹۰) آغازگر واقعی بازی‌های کژوال بوده است. در سال ۱۹۹۳ بازی میست^{۲۸} به بازار آمد و برای بسیاری از بازیکنان بیبی‌بومر در آمریکا، نخستین تجربه محبوب و فراگیر از بازی دیجیتال شد. در دهه‌های گذشته، بازی‌های محبوب دوران

۲۶. hybrid attention

۲۷. co-attentiveness

۲۸. Myst

مانند پک‌من و پونگ، بازی‌های ساده و دوبعدی بودند اما با ورود بازی‌هایی مانند ویپ اوت^{۲۹} (۱۹۹۵) با گرافیک خیره‌کننده، آینده‌ی بازی‌ها در حرکت به سوی سه‌بعدی شدن ترسیم شد. باین‌حال، بازی دنس دنس رولوشن^{۳۰} در سال ۱۹۹۸ جهت توجه را از فضای سه‌بعدی درون بازی به حرکت فیزیکی بازیکنان روی پدهای رقص در دنیای واقعی معطوف کرد. چنین بازی‌هایی که از رابط‌های میماتیک (تقلیدی) بهره می‌برند، اگرچه اغلب سه‌بعدی هستند، اما نوعی تعامل فیزیکی و اجتماعی را در فضای بازیکن رقم می‌زنند که مرز میان دنیای بازی و دنیای واقعی را کم‌رنگ می‌کند. این بازی‌ها، همانند سایر بازی‌های چندنفره، ویژگی اجتماع‌پذیری دارند و بخش قابل‌توجهی از جذابیت آن‌ها ناشی از کنش‌ها و روابط میان بازیکنان - نه صرفاً محتوای درون بازی - است. برای نمونه، رقابت در گیتار هیرو^{۳۱} (۲۰۰۵) یا وی تنیس^{۳۲} معنا و جذابیت خود را از تعامل و رابطه‌ی بازیکنان می‌گیرد. در نگاهی دیگر، بازی بجوئلد^{۳۳} (۲۰۰۱) اغلب به‌عنوان آغازگر موج بزرگ بازی‌های کژوال شناخته می‌شود. نسخه‌ی قابل داندلود بجوئلد ۲ دیلاکس^{۳۴} که در سال ۲۰۰۴ عرضه شد، مانند بسیاری از بازی‌های آرکید ابتدایی، دوبعدی بود. در حال حاضر، اغلب بازی‌های کژوال قابل داندلود، بازی‌هایی دوبعدی هستند که در فضای صفحه‌نمایش رخ می‌دهند؛ بنابراین، حرکت به سوی «فضای صفحه‌نمایش» و همچنین حرکت به سوی «فضای بازیکن»، دو روند اصلی قابل‌توجه در توسعه‌ی بازی‌های کژوال محسوب می‌شوند.



شکل ۲- تاریخ نگاری، بازی‌های کژوال

۲۹. Wipeout

۳۰. Dance Dance Revolution

۳۱. Guitar Hero

۳۲. Wii Tennis

۳۳. Bejeweled

۳۴. Bejeweled 2 Deluxe

چنان که پیش‌تر بیان شد گیم‌پلی سطحی، غیرفروبرنده، قابل قطع، بدون روایت و کوتاه‌مدت از ویژگی بازی‌های کژوال است. یسپر یسول^{۳۵} ویژگی‌های کلیدی‌ای را برای بازی‌های کژوال برمی‌شمرد: داستان بی‌ضرر و لطیف؛ قابلیت استفاده^{۳۶} بالا به کمک رابط شهودی^{۳۷} و تقلیدی^{۳۸}؛ قابلیت وقفه‌پذیری؛ دشواری متعادل و بازخورد صوتی و بصری بیش‌ازحد. هر کدام از این عناصر در جذب سریع توجه بازیکن مؤثرند، اما نکته مهم این است که این ویژگی‌ها به همان سرعت که جذاب هستند به همان سرعت هم به بازیکن اجازه می‌دهند که توجه خود را از بازی برگرداند. درست مانند بازی موبایل، بازی کژوال باید بتواند در هر لحظه کنار گذاشته شود. یک بازی «کژوال» در میان فضای مبهم و متغیری از فعالیت‌های روزمره در دستگاه‌های دیجیتال جای می‌گیرد؛ جایی میان کار و مسئولیت‌های خانگی، میان تجربه‌ای فردی و تعاملی و میان تمرکز کامل و حواس‌پرتی. بازی‌های کژوال باید به گونه‌ای طراحی شوند که در برابر وقفه‌هایی مانند تماس تلفنی، شرکت در جلسه، یا حتی نگاه سرزده‌ی رئیس، انعطاف‌پذیر باشند؛ چراکه همین موقعیت‌های روزمره، بستری برای شکل‌گیری این نوع بازی‌ها فراهم می‌کنند. این پدیده با عنوان «بازی به‌عنوان فعالیت»^{۳۹} شناخته می‌شود که بر ضرورت قابلیت اجرا در طیفی متنوع از زمان‌ها و مکان‌ها تأکید دارد. طراحی منعطف چنین بازی‌هایی امکان می‌دهد تا به راحتی در زندگی روزمره‌ی بازیکنان جای بگیرند.

ویژگی اصلی بازی‌های کژوال این است که باید از نظر موضوع و محتوا برای طیف گسترده‌ای از مخاطبان جذاب باشند. به همین دلیل، این بازی‌ها به‌طور عمدی از پرداختن به مسائل جدی که در بسیاری از بازی‌های ویدئویی امروزی دیده می‌شود، خودداری می‌کنند. داستان، تم‌ها و موقعیت‌ها در بازی‌های کژوال معمولاً شاد، سرزنده و در دسترس طراحی می‌شوند و عناصر خشونت‌آمیز یا جنسی در آن‌ها جایی ندارد. این بازی‌ها با تمرکز بر سرگرمی، آرامش و لذت کوتاه‌مدت طراحی می‌شوند، بدون آنکه وارد موضوعاتی

۳۵. Juul

۳۶. usability

۳۷. intuitive

۳۸. mimetic

۳۹. games as a secondary activity

شوند که ممکن است برای برخی بازیکنان نا پذیرفتنی باشد. از نظر تم، بازی‌های کژوال اغلب بدون خشونت هستند. درحالی‌که پژوهش‌ها همواره درباره تأثیرات منفی خشونت در بازی‌ها هشدار داده‌اند، بازی‌های کژوال تجربه‌ای متفاوت ارائه می‌کنند: آثاری سرگرم‌کننده، ایمن و مناسب برای تمام اعضای خانواده.

افزون بر جذابیت موضوعی، پژوهشگران بر این نکته اتفاق نظر دارند که بازی‌های کژوال باید به سرعت قابل دسترسی و بازی کردن باشند. این بازی‌ها باید شرایطی را فراهم کنند که بازیکنان بتوانند بدون نیاز به آماده‌سازی زیاد، به صورت خودجوش وارد بازی شوند. «انقلاب کژوال» تا حد زیادی بر پایه‌ی آسان‌سازی تجربه‌ی بازی استوار شده و این هدف را عمدتاً از طریق طراحی کنترل‌هایی با پیچیدگی کمتر محقق می‌سازد. پژوهشگران همچنین بر اهمیت دسترسی آسان به خود محصول بازی در بازی‌های کژوال تأکید می‌کنند و یادآور می‌شوند که بسیاری از این بازی‌ها به طور پیش‌فرض بر روی دستگاه‌هایی نصب شده‌اند که کارکرد اصلی‌شان چیز دیگری است. بازی‌های کژوال برای انواع پلتفرم‌ها، از کنسول‌های خانگی سنتی گرفته تا گوشی‌های هوشمند و مرورگرهای اینترنتی، تولید می‌شوند.

بازی‌های کژوال باید به راحتی قابل فهم باشند، ویژگی‌ای که با سرعت دسترسی یا آنی بودن تجربه‌ی بازی تفاوت دارد. این دسته از بازی‌ها معمولاً دارای کنترل‌های ساده و در مجموع، پیچیدگی کمتری از نظر گیم‌پلی یا میزان درگیری لازم برای پیشرفت دارند. آن‌ها باید ساده و ترجیحاً خود توضیح گر باشند و منحنی یادگیری کوتاهی داشته باشند. برای تحقق این هدف، طراحان با ساده‌سازی عناصر بازی و تمرکز بر قواعد پایه، محصولاتی خلق می‌کنند که تنها به حداقل دستورالعمل‌ها یا مهارت‌ها برای بازی مؤثر نیاز دارند. پژوهشگران و منتقدان بر این باورند که بازی‌های کژوال باید ساده و سریع برای شروع و توقف، ساده برای بازی، آسان برای یادگیری و شامل وظایف و ابزارهای قابل درک برای بازیکنان باشند. در نتیجه، بازی‌های کژوال از مکانیزم‌ها و تعاملات ساده‌ای بهره می‌برند که موجب کاهش پیچیدگی ورودی می‌شود و همگی باهدف در دسترس بودن برای بیشترین تعداد ممکن از کاربران طراحی شده‌اند.

علاوه بر یادگیری آسان، بازی‌های کژوال به گونه‌ای طراحی می‌شوند که برای شروع بازی، تنها به حداقل میزان تخصص نیاز باشد. در حالی که اصل یادگیری آسان بر این نکته تأکید دارد که بازیکن باید به راحتی متوجه شود چه کاری باید انجام دهد، این اصل مرتبط اما متمایز نشان می‌دهد که درک نحوه‌ی بازی نباید مستلزم هیچ دانش قبلی از فرهنگ بازی، به ویژه فرهنگ بازی‌های هاردکور، باشد. هرچند گاهی بازی‌های کژوال با مکانیزم‌های نوآورانه نیز تجربه‌هایی ارائه می‌کنند، هدف اصلی آن‌ها سرگرم کردن طیف گسترده‌ای از مخاطبان است؛ بنابراین، مهارت‌هایی که مبتنی بر تجربه‌ی پیشین بازی باشند، در این دسته از بازی‌ها ضرورتی ندارند. از این رو، بازی‌های کژوال برای افرادی که ممکن است مهارت یا سواد بازی نداشته باشند، بسیار مناسب‌اند و نیازی به تخصص قبلی در بازی‌های ویدئویی ندارند. طراحان باید عواملی مانند ناآگاهی از ورودی‌های مورد انتظار یا ناآشنایی با سیستم‌های رابط کاربری را از تجربه‌ی بازی حذف کنند. در سال‌های اخیر، با افزایش تعداد دکمه‌ها روی کنترل‌گرها و پیچیده‌تر شدن جهان‌ها و سیستم‌های بازی، بسیاری از بازی‌های ویدئویی وابستگی بیشتری به دانش و تجربه‌ی قبلی پیدا کرده‌اند. با این حال، بازی‌های کژوال می‌کوشند تا از این روند فاصله بگیرند و بازیکنان را از مواجهه با رابط‌های لمسی و کنترل‌های پیچیده‌ای که در بازی‌های هاردکور رایج‌اند، دور نگه دارند.

بیشتر بازی‌های کژوال به گونه‌ای طراحی شده‌اند که حتی در جلسات بازی کوتاه نیز تجربه‌ای رضایت‌بخش فراهم کنند. این بازی‌ها باید بتوانند در مدت زمانی اندک، تجربه‌ای معنادار از بازی را ارائه دهند. یکی از عناصر بنیادین در طراحی آن‌ها، حلقه‌های گیم‌پلی کوتاه است که به کشف تدریجی و دریافت پاداش‌ها در قالب مراحل کوتاه منجر می‌شود؛ مرحله‌ای که تنها به صرف زمان کمی نیاز دارند. این ویژگی باعث می‌شود بازیکن به طور مداوم احساس موفقیت و پیشرفت را تجربه کند و بداند که برای رسیدن به این احساس، تنها کافی است مدت کوتاهی بازی کند. بازی‌های کژوال طوری طراحی می‌شوند که در یک بازه‌ی زمانی معقول قابل اتمام باشند – البته این که اتمام بازی دقیقاً به چه معناست، در این دسته از بازی‌ها همیشه روشن نیست. بسیاری از آن‌ها به شکلی طراحی شده‌اند که امکان بازی

نامحدود وجود داشته باشد، یا با همان مکانیزم‌های پایه، به شکل بی‌پایان چالش‌های تازه‌ای را در اختیار بازیکن بگذارند.

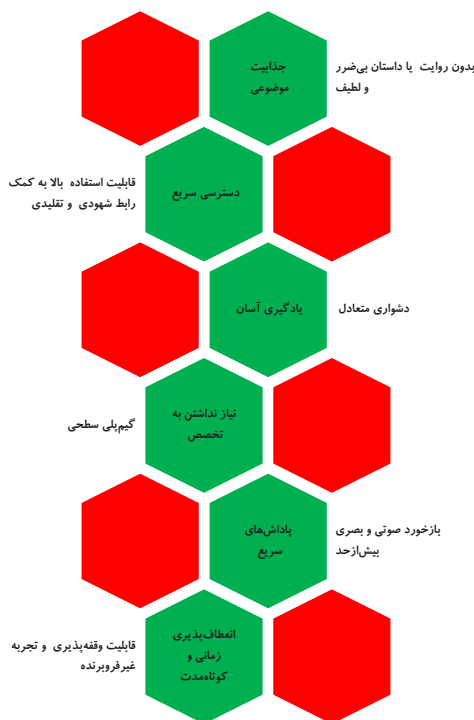
بازی‌های کژوال معمولاً در بازه‌های زمانی کوتاه انجام می‌شوند؛ به گونه‌ای که می‌توان آن‌ها را در انفجارهای پنج تا ده دقیقه‌ای تجربه کرد و سپس کنار گذاشت. درواقع، بازیکن می‌تواند بدون نیاز به تعهد زمانی منظم، هر زمان که بخواهد و به هر مدت زمانی که بخواهد، بازی کند.

اگرچه پاداش‌ها به سرعت از طریق چرخه‌های فشرده‌ی گیم‌پلی به دست می‌آیند، این ویژگی صرفاً امکان جلسات کوتاه را فراهم می‌کند و الزام‌آور نیست؛ بازیکن در صورت تمایل می‌تواند بازی را ادامه دهد و به دریافت پاداش‌های منظم و تکرارشونده ادامه دهد. در تجربه‌ی بازی‌های کژوال، بازیکن باید قادر باشد هر زمان که خواست بازی را متوقف کند و بعداً بدون هیچ پیامد جدی‌ای به همان جلسه بازگردد. پسر پول این ویژگی را «قابلیت وقفه‌پذیری» می‌نامد که به معنای انعطاف‌پذیری در میزان سرمایه‌گذاری زمانی مورد انتظار از بازیکن است. درواقع، بازیکن می‌تواند چنین بازی‌ای را ساعت‌ها پشت سر هم یا تنها چند دقیقه - یا حتی کمتر - بازی کند. بسیاری از این بازی‌ها دارای سیستم ذخیره‌سازی خودکار هستند که پیشرفت بازیکن را ثبت کرده و امکان بازگشت آسان به بازی در زمان دیگر را فراهم می‌سازد.

نیاز بازی‌های موبایلی به قابلیت وقفه‌پذیری، همراه با ویژگی‌های خاص فنی این پلتفرم - نظیر قابلیت کار در زمان حرکت^{۴۰}؛ صفحه لمسی، نبود دکمه‌های فیزیکی و شیوه‌های توزیع و مقررات فروشگاه برنامه‌های کاربردی - باعث شده است که تلفن‌های هوشمند به بستری طبیعی برای گسترش بازی‌های کژوال تبدیل شود. بازی‌های کژوال، گستره‌ی وسیع‌تری از بازیکنان را جذب می‌کنند که بیرون از مخاطبان سنتی هاردکور یا سخت‌کوش بازی‌های بزرگ کامپیوتری و کنسولی قرار دارند. بااین‌حال، اصطلاح «کژوال» اغلب میزان کار و توجهی که بازیکن به بازی کژوال می‌گذارد را پنهان می‌کند. تحقیقات چنین نشان می‌دهد که بازیکنان بازی‌های کژوال وقت و انرژی زیادی صرف بازی‌های خود می‌کنند. این در حالی است که مخاطبان اصلی

۴۰. mobility

بازی‌های ویدئویی، منتقدان و دانشگاهیان معمولاً بازی‌های کژوال را که روی گوشی‌های موبایل یا شبکه‌های اجتماعی ظاهر می‌شوند، صرفاً به عنوان حواس‌پرتی ساده کنار می‌گذارند. نکته مهم این است که بازی کژوال فقط تجربه‌ای آسان‌تر یا سطحی‌تر نسبت به بازی‌های ویدئویی سنتی ارائه نمی‌دهد، بلکه تجربه‌ای است که با زمان بازیکن سازگارتر است و راحت‌تر در زندگی روزمره او جای می‌گیرد. در واقع یک بازی کژوال به اندازه کافی انعطاف‌پذیر است که با تعهد زمانی هاردکور بازی شود، اما یک بازی هاردکور بیش از حد غیرقابل انعطاف است که بتوان آن را با تعهد زمانی کژوال بازی کرد.



شکل ۳- ویژگی‌های مهم بازی‌های کژوال

منتقدان و بازیکنان بازی‌های ویدئویی اغلب از اینکه در حین بازی‌های خاصی گذر زمان را فراموش می‌کنند، سخن می‌گویند. به‌طور سنتی، این پدیده نشانه‌ای از کیفیت بالای یک بازی تلقی می‌شود؛ اینکه بازی آن‌چنان توجه بازیکن را می‌طلبد که او به‌طور حسی در جهان مجازی «غوطه‌ور» می‌شود و جهان واقعی اطراف خود را فراموش می‌کند. در تقابل با این شیوه‌های پرتعهد بازی، بازی‌های موبایلی کزوال معمولاً به‌عنوان «حواس‌پرتی» طبقه‌بندی می‌شوند. حواس‌پرتی یعنی تقسیم شدن توجه میان «اینجا» و «آنجا». هنگام بازی، اگر یکی از این جهان‌ها-خواه جهان واقعی یا مجازی-بیش‌ازحد توجه بازیکن را جذب کند و تمرکز هم‌زمان^{۴۱} لازم برای جهان ترکیبی بازی را بشکند، حواس‌پرتی رخ داده است. شاید بازیکن چنان غرق جهان مجازی شده که متوجه گذر زمان در جهان واقعی نشده، یا آن‌قدر به جهان واقعی توجه دارد که در انجام وظیفه‌ای در بازی شکست می‌خورد. حواس‌پرتی توجه به هر دو جهان نیست؛ بلکه حالتی است که در آن یکی از اجزای این جهان ترکیبی چنان سلطه می‌یابد که مشارکت اساسی و حیاتی جهان دیگر نادیده گرفته می‌شود. غوطه‌وری، متضاد حواس‌پرتی نیست؛ غوطه‌وری همان حواس‌پرتی است. غرق شدن در بازی ویدئویی یعنی اینکه توسط آن بازی حواس‌پرت شده‌اید. این همان اتفاقی است که در بازی‌های سنتی و غیر موبایلی رخ می‌دهد: آگاهی از بدن بازیکن و محیط واقعی محو می‌شود و توجه او به اتفاقات روی صفحه‌نمایش کشیده می‌شود، به‌گونه‌ای که از جهان واقعی به‌جای دیگری پرت می‌شود. آنچه بازی‌های موبایلی را از پلتفرم‌های سنتی بازی متمایز می‌سازد، این نیست که آن‌ها صرفاً پرت‌کننده حواس هستند -پلتفرم‌های سنتی تمام تلاش خود را می‌کنند که ما را از بدن و محیط واقعی‌مان پرت کنند- بلکه مطالبه‌ی آن‌ها برای نوعی توازن شکننده در تمرکز هم‌زمان است؛ جایی که بازیکن کاملاً آگاه از ترکیب واقعی-مجازی و تجسم ترکیبی خود در جهان‌های درهم‌تنیده‌ای است که همه‌ی بازی‌ها از ما می‌طلبند.

بازی‌های کژوال: نمونه و مصداق

از نمونه بازی‌های کژوال موفق می‌توان به بازی‌هایی مانند انگری بردز (۲۰۰۹) از روویو اینترتینمنت^{۴۲} و فروت نینجا^{۴۳} (۲۰۱۰) از هالف‌بریک^{۴۴} اشاره کرد که به موفقیت‌های بزرگی دست‌یافته‌اند و با بازی‌های سنتی اکشن و نقش‌آفرینی تولیدشده برای کنسول‌های خانگی رقابت می‌کنند. از زمان عرضه اولین نسخه انگری بردز با شصت‌وسه مرحله در سال ۲۰۰۹، این مجموعه به یکی از بزرگ‌ترین و شناخته‌شده‌ترین فرانچایزهای بازی تبدیل‌شده است. هرچند محبوبیت لزوماً مترادف باکیفیت اثر خلاقانه نیست، اما این‌که انگری بردز توانسته توجه بازیکنانی را که تمایلی به بازی‌های ویدئویی سنتی‌تر ندارند، جلب کند، ارزش بررسی دارد؛ مانند اکثر بازی‌های کژوال، انگری بردز اغلب به‌عنوان بازی‌ای ساده، گذرا و حواس‌پرت‌کننده نادیده گرفته می‌شود، اما نگاهی دقیق‌تر و انتقادی این برداشت‌ها را پیچیده‌تر می‌کند. به‌عنوان یک بازی موبایل کژوال، انگری بردز مفاهیم عمومی/خصوصی، حضور/غیاب، حواس‌پرتی/توجه، واقعی/مجازی را به هم می‌ریزد و درنهایت نشان می‌دهد که جهان‌های ترکیبی نه به‌گونه‌ای ساخته‌شده‌اند که یکی از جهان‌ها بازیکن را از دیگری حواس‌پرت کند، بلکه هر دو جهان به‌صورت هم‌زمان توجه بازیکن را در اختیاردارند.

این بازی کنترل‌های ساده و تقلیدی را با نمایشگر فیزیک شبیه‌سازی‌شده، زیبایی‌شناسی بصری زنده و درعین‌حال بی‌خطر و مقداری شانس ترکیب می‌کند. بازیکن تیمی از پرندگان کارتون‌ی با اشکال و رنگ‌های مختلف را در کنار یک تیرکمان بزرگ می‌بیند که آماده است تا به سمت قلعه‌های ساخته‌شده از بلوک‌ها که توسط خوک‌های سبز شرور محافظت می‌شوند، پرتاب شوند. برای بازی، بازیکن انگشت خود را روی پرنده‌ای که در تیرکمان قرار دارد فشار داده و به سمت پایین و چپ می‌کشد تا تیرکمان کشیده شود. درست مانند تیرکمان واقعی، فاصله‌ای

۴۲. Rovio Entertainment

۴۳. Fruit Ninja

۴۴. Halfbrick

که بازیکن بند تیرکمان را می‌کشد و زاویه دقیق کشیدن آن، سرعت و زاویه پرتاب را تعیین می‌کند. سپس بازیکن انگشت خود را از روی صفحه برمی‌دارد و تیرکمان رها می‌شود و پرنده به سمت قلعه پرتاب می‌شود. قلعه‌ها از بلوک‌های ناپایدار با اشکال و مواد مختلف (معمولاً شیشه، چوب و سنگ) ساخته شده‌اند و معمولاً نقاط ضعفی دارند که اگر بازیکن بتواند آن‌ها را پیدا کرده و دقیق به آن‌ها ضربه بزند، کل سازه با یک پرنده فرومی‌ریزد. صرف‌نظر از جایی که پرنده به ساختار برخورد می‌کند، آسیب به‌صورت دومینو وار گسترش می‌یابد و ورودی کوچک بازیکن را به نمایش عظیمی از خرابی تبدیل می‌کند. بسته به نوع پرنده پرتاب‌شده، یک لمس دوم روی صفحه در حین پرواز پرنده، توانایی ویژه‌ای را آزاد می‌کند؛ مانند تقسیم یک پرنده به سه پرنده، افزایش سرعت حمله، یا رها کردن یک تخم‌مرغ انفجاری. از این دو تعامل ساده (شلیک پرنده و استفاده از توانایی ویژه)، هزاران نتیجه مختلف برای هر پرنده در هر مرحله ممکن است. هدف نهایی هر مرحله، نابود کردن تمام خوک‌ها در مرحله به کمک تعداد محدودی از پرنده‌هایی است که در اختیار بازیکن قرار دارد.

طراحی انگری بردز اصول کلیدی هر دو طراحی بازی‌های کژوال و موبایل را در برمی‌گیرد و اطمینان می‌دهد که بازیکن حتی در هنگام بازی کردن بتواند به دنیای واقعی اطراف خود نیز توجه داشته باشد. مهم‌ترین ویژگی آن این است که بازی قابلیت وقفه پذیری دارد و امکان تعامل‌های کوتاه‌مدت یا طولانی را به بازیکنان می‌دهد. یک مرحله می‌تواند ظرف چند دقیقه به پایان برسد و مانند بیشتر بازی‌های آیفون، پیشرفت بازی به‌صورت خودکار و مداوم ذخیره می‌شود. همچنین در طول بازی، بازی نیازی به توجه کامل و انحصاری بازیکن ندارد؛ پس از پرتاب پرنده، بازیکن می‌تواند از صفحه چشم بردارد و هیچ محدودیت زمانی برای نابودی سازه وجود ندارد. کنترل‌های صفحه لمسی انگری بردز همچنین توجه بازیکن را به بدن مادی او در جهان واقعی جلب می‌کند. با کشیدن انگشت روی صفحه، انگری بردز رضایت فوری و لمسی را به بازیکن ارائه می‌دهد. صرف‌نظر از میزان تجربه بازیکن با بازی‌های ویدئویی سنتی، آن‌ها به آسانی می‌توانند

استعاره تیرکمان کشیده شده برای پرتاب پرنده به صفحه را درک کند. صفحه لمسی آیفون همان چیزی را که یول «رابطه‌های تقلیدی» می‌نامد، برجسته می‌کند؛ رابطه‌هایی که از بازیکن می‌خواهند عملی را که از آواتار خود (آنچه روی صفحه‌نمایش داده می‌شود) انتظار می‌رود، تقلید کند. به‌طور خاص، یول به دستگاه‌هایی مانند ویموت^{۴۵} شرکت نینتندو اشاره دارد. اگرچه یول به دستگاه‌های صفحه لمسی هپتیک مانند آیفون اشاره نمی‌کند، اما بسیاری از بازی‌های آیفون مانند انگری بردز به شیوه‌ای تقلیدی کنترل می‌شوند. رابطه‌های تقلیدی توجه صریحی به بدن بازیکن به‌عنوان بخشی از چرخه بازی جلب می‌کنند. این موضوع در تضاد شدید با بازی‌های ویدئویی سنتی است که با بی‌صدا کردن نقش کنترل‌گر و پنهان کردن تلاش‌های بدن واقعی بازیکن در فرایند بازی، مرزهای توهمی میان دنیای واقعی و مجازی ایجاد می‌کنند. وقتی بازیکن با انگشت تیرکمان را می‌کشد، رابطه‌ای واضح و هم‌معنا بین عمل بدنی بازیکن و اتفاقات در دنیای مجازی برقرار می‌شود. بدن مادی بازیکن به‌طور واقعی با صفحه شیشه‌ای آیفون یکی می‌شود و آن را لمس می‌کند، رد اثر انگشت روی صفحه می‌گذارد که پیش‌تر روی دستگاه‌های قابل‌حمل دیگر قابل‌قبول نبود و کار دست‌ها و چشم‌ها را در نسخه‌ای بسیار ملموس و یکپارچه به هم می‌آمیزد.

اهمیت انگری بردز در این است که چگونه تمرکز هم‌زمانی که از بازیکن طلب می‌کند، تجسم ترکیبی میان جهان واقعی و مجازی را آشکار می‌سازد. غوطه‌ور شدن در دنیای مجازی بازی به معنی ترک دنیای واقعی نیست، بلکه به معنای توقف توجه به آن است. هم دستگاه‌های موبایلی و هم غیر موبایلی خواهان ترکیبی از جهان‌ها و بدن‌ها هستند؛ آنچه درباره‌ی دستگاه‌های موبایل و بازی‌های موبایلی کژوال مانند انگری بردز مهم است، این است که کاربر از طریق الزام به تمرکز هم‌زمان به‌طور آگاهانه از این ترکیب‌بندی مطلع می‌ماند.

۴۵. Wii-mote



شکل ۴- انگری بردز (۲۰۰۹). نمونه بازی کژوال

بازی‌های هایپر کژوال

بازی‌های هایپر کژوال ریشه در سالن‌های بازی ویدئویی دارند. سالن‌های بازی که در اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰ محبوب شدند، بازی‌هایی را ارائه می‌دادند که با استانداردهای امروزی طراحی و گیم‌پلی پیچیده‌ای نداشتند؛ اما با این حال، زمان و توجه نوجوانان و جوانان را به خود جلب می‌کردند. این افراد از بازی‌های کلاسیک قابل توجهی در سالن‌های بازی لذت می‌بردند و اغلب در قالب کسب امتیاز بالاتر با یکدیگر رقابت می‌کردند. این رقابت‌ها همچنین شامل رویدادهای رقابتی بزرگ‌تر و سازمان‌یافته‌تری نیز می‌شد. به عنوان مثال مسابقه‌ی قهرمانی اسپیس اینویدرز شرکت آتاری در سال ۱۹۸۰ یکی از رقابت‌های مهم در حوزه‌ی بازی‌های ویدئویی بود. گسترش اولیه‌ی کنسول‌های بازی خانگی از فناوری‌های بهبودیافته برای ارائه‌ی تجربه‌ی خانگی بهره گرفت که با سالن‌های بازی رقابت می‌کرد. قابل توجه است که در اوایل دهه ۱۹۸۰، نینتندو اینترتینمنت سیستم^{۴۶} در ابتدا نه به عنوان کنسول بازی ویدئویی، بلکه به عنوان یک اسباب‌بازی معرفی شد. این استراتژی باعث شد تا فروشندگان اسباب‌بازی بدون احساس بیگانگی با مفهوم نسبتاً جدید بازی‌های ویدئویی، این محصول را عرضه کنند. ان ای اس به عنوان یک محرک اصلی برای آغاز عصر

۴۶. NES

کنسول‌ها و پلتفرم‌های بازی خانگی عمل کرد. در پی موفقیت این کنسول، صنعت بازی‌های ویدئویی به‌طور فزاینده‌ای تجاری و رقابتی شد. سالن‌های بازی و کنسول‌های اولیه به مکانیک‌های ساده‌ای محدود بودند. در نمونه‌های نظیر بازی سوپر ماریو^{۴۷} (۱۹۸۵) پلتفرم‌های اسکرول‌شونده سازنده محیط بازی بودند در آن بازیکن باید کاراکتری را در محیطی دیجیتالی از نقطه‌ای به نقطه‌ای دیگر هدایت می‌کرد.

بهبود در گرافیک و سخت‌افزار بازی، امکان توسعه‌ی بازی‌هایی پیچیده‌تر و با کنش‌های بیشتر را فراهم کرد. در اوایل دهه‌ی ۲۰۰۰، هم‌زمان با قدرت گرفتن و همه‌گیر شدن کنسول‌های بازی خانگی و رایانه‌های شخصی و همچنین پیشرفت اینترنت پرسرعت، ژانرهای جدیدی از بازی‌های ویدئویی پدید آمدند. این ژانرها شامل بسیاری از ژانرهای رایج بازی‌های ویدئویی رقابتی امروزی هستند. افزایش تعداد بازی‌های ویدئویی و شیوه‌های مختلف برای تجربه‌ی آن‌ها، از رشد سریع صنعت بازی‌های ویدئویی پشتیبانی کرده است. توسعه‌دهندگان بازی‌های ویدئویی شروع به طراحی بازی‌هایی با پیچیدگی‌های روزافزون کردند، از جمله ویژگی‌های رقابتی و گزینه‌های چندنفره‌ی آنلاین که به تعامل مداوم مخاطبان با بازی‌ها کمک کرد.

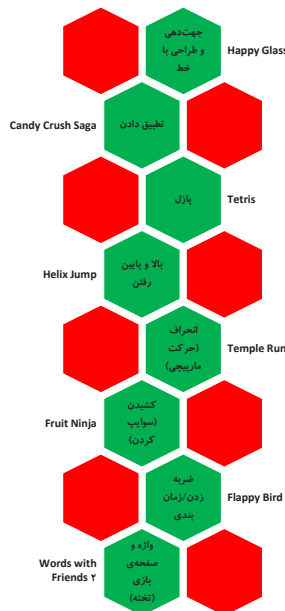
با پیچیده‌تر شدن طراحی بازی‌ها، بازی‌های جدید اغلب بر پایه‌ی گیم‌پلی بازی‌های پیشین ساخته می‌شدند. برای مثال، سری بازی‌های کیش حشاشین^{۴۸} (از ۲۰۰۷ تا ۲۰۲۲) که توسط شرکت یوبی‌سافت منتشر می‌شود، ترکیبی از مکانیک‌های اکشن، ماجراجویی و مخفی‌کاری را به کار می‌گیرد. یوبی‌سافت معمولاً هر سال نسخه‌ای جدید از این بازی منتشر می‌کند که بر پایه‌ی پویایی‌های پیچیده‌ی گیم‌پلی نسخه‌های قبلی بنا شده است. این فرمول طراحی، رویکردی رایج در صنعت بازی‌های ویدئویی است؛ با این حال، پژوهشگران مطالعات بازی استدلال می‌کنند که اگرچه بسیاری از افراد با تکامل بازی‌های ویدئویی همراه شده‌اند، اما شمار زیادی نیز نتوانسته‌اند با پیچیدگی روزافزون بازی‌ها همگام شوند. در نتیجه، بسیاری از افراد احساس می‌کنند از بازی‌های ویدئویی و فرهنگ مرتبط با آن کنار گذاشته شده‌اند، یا دست‌کم پذیرفته نشده‌اند که عنوان گیم‌ر را

۴۷. Super Mario Bros

۴۸. Assassin's Creed

به‌عنوان بخشی از هویت خود بپذیرند. توسعه‌دهندگان بازی‌های ویدئویی متوجه این روند نگران‌کننده شدند و فرصت‌هایی را برای توسعه‌ی بازی‌هایی یافتند که برای گروه‌های متنوعی از مخاطبان جذاب باشند.

در سال ۲۰۱۷، یوهانس هاینتز^{۴۹}، یکی از توسعه‌دهندگان برجسته‌ی بازی‌های موبایلی، رویکردی را که توسعه‌دهندگان بازی در پیش گرفته‌اند، با عنوان «هرچه ساده‌تر، بهتر»^{۵۰} توصیف کرد. این رویکرد به ساخت بازی‌های «سبک» منجر شد؛ بازی‌هایی با حجم کم که تقریباً بلافاصله قابل بازی بودند. اصطلاح هایپر کژوال ماهیت این نوع بازی‌ها را به‌خوبی توصیف می‌کند: بازی‌هایی که به بازیکن اجازه می‌دهند بدون مقدمه وارد بازی شوند. نکته قابل توجه این‌که فلیپی برد^{۵۱} به‌عنوان نخستین بازی هایپر کژوال مدرن شناخته می‌شود.



شکل ۵- مکانیک‌های رایج در بازی‌های هایپر کژوال

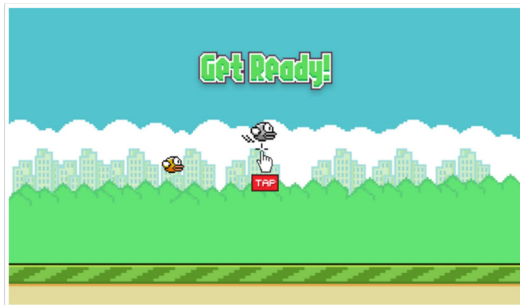
۴۹. Johannes Heinze

۵۰. less is more

۵۱. Flappy Bird

بازی‌های هایپر کژوال: نمونه و مصداق

بازی فلپی برد در سال ۲۰۱۳ برای دستگاه‌های موبایل منتشر شد و در فروشگاه اپل و بعدتر در فروشگاه گوگل پلی در دسترس قرار گرفت. در بازی فلپی برد، بازیکن باید با ضربه زدن بر صفحه‌ی موبایل، پرنده‌ای دیجیتال را در حال پرواز نگه دارد و از برخورد آن با موانع و زمین جلوگیری کند. تا اوایل سال ۲۰۱۴، این بازی بیش از ۵۰ میلیون بار دانلود شده بود. در نهایت، خالق بازی، دانگ نگوین^{۵۲}، این بازی را از هر دو فروشگاه اپ استور و گوگل پلی حذف کرد و دلیل آن را نگرانی از اعتیادآور بودن بیش از حد این بازی ساده اعلام کرد. نسخه رسمی فلپی برد دیگر در هیچ‌یک از دو بازار اصلی بازی‌های موبایلی (اپ استور و گوگل پلی) در دسترس نیست. در دوران اوج خود، فلپی برد روزانه بیش از ۵۰ هزار دلار از طریق خریدهای درون برنامه‌ای درآمدزایی می‌کرد. این بازی در مقایسه با دیگر بازی‌های آن زمان متفاوت بود، چراکه به جای گرافیک پیشرفته و کنترل‌های پیچیده، از گرافیک ساده، گیم‌پلی کوتاه و قابلیت بازی در هر مکان برخوردار بود. نگوین، فلپی برد را در واکنش به پیچیده شدن روزافزون بازی‌ها طراحی کرد؛ او قصد داشت بازی‌ای ساده اما چالش‌برانگیز برای افراد همیشه در حرکت خلق کند. با وجود موفقیت فلپی برد، واژه‌ی «هایپر کژوال» تا سال ۲۰۱۷ معرفی نشد و رشد این ژانر از همان سال آغاز شد. برندینگ بازی‌های هایپر کژوال به این سبک از بازی هویت بخشید و آن را از بازی‌های ویدئویی پیچیده‌تر متمایز ساخت.



شکل ۶- فلپی برد (۲۰۱۳) - نمونه بازی هایپر کژوال

بازی‌های هیبرید کژوال

در بازار اولیه بازی‌های موبایلی، به دلیل صفحه‌نمایش کوچک، محدودیت‌های حجم داده و محدودیت‌های فنی، بازی‌های ساده آرکید و بازی‌های کژوال بخش عمده ژانر را تشکیل می‌دادند؛ اما ظهور گوشی‌های هوشمند و پیشرفت سریع سخت‌افزار و سیستم‌عامل، فناوری‌های پردازش گرافیکی مانند گرافیک سه‌بعدی، صدا و همچنین فناوری‌های مختلف سخت‌افزاری که سرعت بارگذاری داده‌ها را افزایش می‌دهند، توسعه محتوای بازی‌های واقع‌گرایانه‌تر را ممکن ساختند؛ بنابراین، بازی‌های توسعه‌یافته برای گوشی‌های هوشمند به سمت بازی‌هایی مشابه بازی‌های کامپیوتری و کنسولی حرکت کردند و انتظار می‌رفت ژانرهای هاردکور با محتوای پیچیده و مقیاس بزرگ، رهبری بازار بازی‌های موبایلی را به دست بگیرند؛ اما به دلیل نامناسب بودن بازی‌های هاردکور در دستگاه‌های لمسی موبایل، این ژانر نتوانست درآمد قابل‌توجهی ایجاد کند. در عوض، موفقیت بازی‌های میدکور که نسبت به هاردکور دسترسی آسان‌تر و درعین‌حال نیازمند استراتژی بودند، باعث شد این ژانر به ژانر اصلی بازی‌های موبایلی تبدیل شود. برای بهره‌برداری حداکثری از ویژگی‌های بازی‌های موبایلی، اغلب از قابلیت‌های شبکه استفاده می‌شود تا بازی‌ها از طریق پلتفرم‌های پیام‌رسان موبایلی ارائه شوند و به این ترتیب بازی‌ها به عملکردهای شبکه‌های اجتماعی نیز مجهز شدند. در این راستا بازی‌های موبایلی که تعاملات اجتماعی بین کاربران را تقویت می‌کردند، جدا از بازی‌های کامپیوتری و کنسولی - که به سرگرمی مبتنی بر غوطه‌وری و هاردکور اختصاص داشتند - توسعه یافتند. بازی‌های موبایلی صرفاً نسخه‌های بسیار ساده‌ای از بازی‌های آرکید بودند که به موبایل منتقل شده بودند، اما با پیشرفت فناوری، رشد کمی و کیفی قابل‌توجهی را تجربه کردند. مدل‌های کسب‌وکار مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی^{۵۳} به‌طور گسترده‌ای گسترش یافت و به کمک پیشرفت‌های فناوری، بازار بازی‌های موبایلی به سرعت رشد کرد تا جایی که

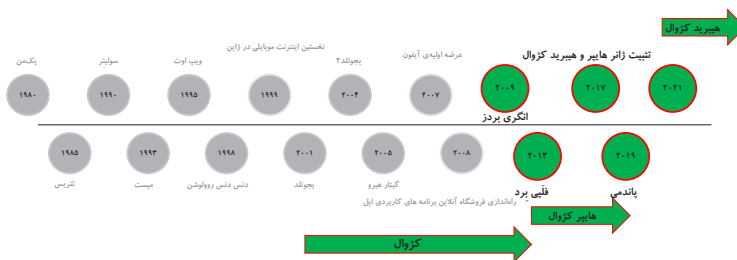
در سال ۲۰۲۰ اندازه بازار جهانی بازی‌های موبایلی تقریباً به اندازه مجموع بازارهای کامپیوترهای شخصی و کنسول‌های بازی رسید.

در سال ۲۰۱۷، شرکت فرانسوی وودو^{۵۴}، ژانر بازی‌های هاپیرکژوال و هیبریدکژوال را تثبیت کرد. این شرکت ۲۹ بازی در اپ استور اپل منتشر کرد که ۱۱ مورد از آن‌ها در مقطعی از سال به جمع ۱۰ بازی پر دائلود رسیدند. این موضوع برای سایر توسعه‌دهندگان بازی‌های ویدئویی نشانه‌ای از محبوبیت و سهولت ساخت بازی‌های هاپیرکژوال و هیبریدکژوال بود. شرکت وودو متوجه شد که اگرچه بازی‌های هاپیرکژوال از طراحی و مکانیک‌های ساده برخوردارند، اما میزان تعامل و نگهداری کاربران در آن‌ها پایین است. به همین دلیل، این شرکت (و سپس سایر توسعه‌دهندگان بازی) شروع به توسعه‌ی بازی‌های هیبریدکژوال کرد؛ بازی‌هایی که سادگی بازی‌های هاپیرکژوال را حفظ می‌کنند، اما ویژگی‌هایی برای افزایش تعامل اضافه می‌کنند، ازجمله قابلیت‌های اجتماعی (مانند چت گروهی) و عناصر پیشرفت و توسعه‌ی درون بازی. قابلیت‌های اجتماعی مانند حالت‌های گروهی، اتصال به حساب‌های شبکه‌های اجتماعی و رقابت‌های تیم‌محور از روش‌های ساده اما مؤثر برای افزایش نگهداری کاربران به شمار می‌روند.

شیوع کووید-۱۹ باعث افزایش محبوبیت بازی‌هایی شد که امکان تعاملات اجتماعی را فراهم می‌کنند و در شرایطی که فعالیت‌های اجتماعی در دنیای واقعی محدود شده بود، پلتفرم‌های متاورس که فضای اجتماعی مجازی را ارائه می‌دهند، رونق یافتند. بدین ترتیب بازی‌ها دیگر صرفاً محتوای سرگرم‌کننده نبودند بلکه به‌نوعی «پلتفرم» تبدیل شدند که بازار مصرف جدیدی را ایجاد کردند. از آنجاکه بازی‌های موبایلی مسیر متفاوتی نسبت به بازی‌های کامپیوتری یا کنسولی طی کردند، ژانر میدکور نیز کنار گذاشته شد و بازی‌ها به سمت طراحی‌های ساده‌تر و درعین حال اعتیادآور رفتند که تکرار بازی را تشویق می‌کنند و به‌طور طبیعی امکان نصب رایگان و نمایش حداکثری تبلیغات را فراهم می‌کنند.

۵۴. Voodoo

متخصصان این ژانر جدید را «سوپر کژوال» یا «هایپر کژوال»^{۵۵} می‌نامند که از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۰ به‌عنوان ژانر پیشرو شناخته شد. ظهور بازی‌های هایپر کژوال پدیده‌ای اجتناب‌ناپذیر در محیط موبایلی است. بازی‌های هایپر کژوال که تا ۲۰۲۱ رشد ثابتی داشتند، در ادامه به دلیل کاهش سودآوری و اشباع بازار، رشد کمی پیدا کردند. در نتیجه رقابت شدید و کاهش درآمد، ژانر هیبرید کژوال به‌عنوان جایگزینی برای بازی‌های هایپر کژوال پدید آمد.

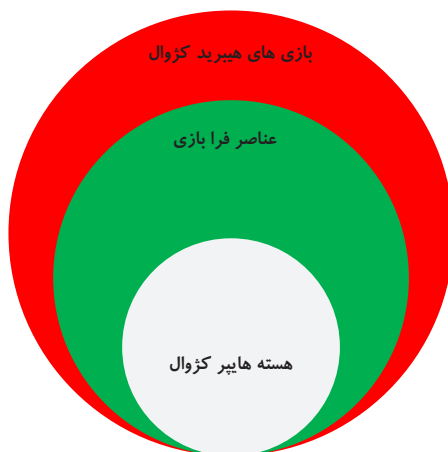


شکل ۷- تاریخ‌نگاری، بازی‌های هیبرید کژوال

بازی‌های هیبرید کژوال نوعی بازی ویدئویی هستند که عناصر مختلف ژانرها را ترکیب می‌کنند و معمولاً مکانیزم‌های بازی ساده و قابل‌دسترس کژوال را با مکانیزم‌های پیچیده‌تر و دشوارتر برای تسلط ترکیب می‌کنند. این بازی‌ها طوری طراحی شده‌اند که به راحتی شروع و اجرا شوند، اما در عین حال چالش‌ها و استراتژی‌های عمیق‌تری برای بازیکنانی که می‌خواهند پیشرفت کنند ارائه می‌دهند. این ژانر را می‌توان ترکیبی از ژانر کژوال و میدکور دانست. نمونه‌هایی از بازی‌های هیبرید کژوال شامل بازی‌های پازل ماجراجویی، بازی‌های جورچین سه تایی با عناصر نقش‌آفرینی و بازی‌های استراتژیک نقش‌آفرینی با مکانیزم‌های ساده کنترل لمسی هستند. بازی‌های هیبرید کژوال که از ترکیب ژانرهای کژوال متولد شده‌اند، علاوه بر گرافیک‌های جذاب و

۵۵. hypercasual

داستان‌های گیراتر، با سیستم‌های متنوع پاداش و پیشرفت درون بازی طراحی شده‌اند تا بازیکنان را به ادامه بازی تشویق کنند. این بازی‌ها نیازهای کاربران متنوع، از تازه‌واردان به بازی‌های ویدئویی گرفته تا بازیکنان حرفه‌ای که تجربه سریع و لذت‌بخش می‌خواهند را پوشش می‌دهند. به عبارتی، هیبرید کژوال بر پایه هایپر کژوال است اما برای ارائه تجربه غنی‌تر، عناصر ژانرهای دیگر که معمولاً «لایه متا» نامیده می‌شوند را ترکیب می‌کند.



شکل ۸- بازی‌های هیبرید کژوال دارای هسته هایپر کژوال هستند

چنانکه بیان شد، بازی‌های هایپر کژوال، بازی‌هایی ساده و آسان برای بازی هستند که بر یک سازوکار اصلی شهودی در گیم‌پلی استوارند. بازی‌های هیبرید کژوال بر پایه‌ی همین سازوکارهای اصلی هایپر کژوال ساخته می‌شوند، اما با ترکیب چندین سازوکار گیم‌پلی اصلی (مانند مکانیک‌های چیدمان و کشیدن) با فرصت‌هایی برای پیشرفت درون بازی (مانند ساخت پایگاه، توسعه‌ی شخصیت، یا مراحل پیشرفته)، تجربه‌ی بازی را گسترش می‌دهند. هر دو نوع

بازی هایپرکژوال و هیبریدکژوال عمدتاً بر روی دستگاه‌های همراه (مانند تلفن‌های هوشمند) انجام می‌شوند و رابط کاربری ساده و گیم‌پلی شهودی دارند؛ بنابراین بازی‌های هیبریدکژوال شباهت زیادی به هایپرکژوال دارند، اما با افزودن عناصر بیشتر در گیم‌پلی (عناصر فرا بازی مانند سازوکارهای پیشرفت درون بازی) تجربه‌ای جذاب‌تر و درعین‌حال همچنان ساده را ارائه می‌دهند. بازی‌های هیبریدکژوال در هسته‌ی گیم‌پلی خود دارای ویژگی‌های هایپرکژوال هستند و تقریباً تمام بازی‌های هایپرکژوال نیز به‌طور فزاینده‌ای در حال افزودن ویژگی‌های اضافی هستند. از این‌رو، امروزه اصطلاح هیبریدکژوال برای اشاره به هر دو نوع بازی به کار می‌رود.

این نکته قابل توجه است که صنعت بازی‌های ویدئویی به‌طور تاریخی تحت سلطه‌ی شرکت‌های بزرگ و مطرحی بوده است که با تولید بازی‌های بزرگ^{۵۶}، یعنی بازی‌هایی با بودجه‌ی تولید و بازاریابی بالا، بازار را در اختیار داشته‌اند. طراحی ساده‌ی بازی‌های هایپرکژوال و هیبریدکژوال فرصت‌هایی برای توسعه‌دهندگان کوچک و مستقل فراهم کرده است تا بتوانند وارد این بازار شوند. این بازی‌ها از عناوین کلاسیک و در دسترس آرکید مانند مهاجمان فضایی^{۵۷}، تتریس، پک من و پونگ الهام گرفته‌اند و برای افرادی که به دنبال تجربه‌ی بازی راحت و بدون فشار هستند جذاب‌اند. گیم‌پلی ساده آن‌ها یادآور نوستالژی سالن‌های بازی قدیمی است و طراحی مینیمالیستی آن‌ها به توسعه‌دهندگان بازی، صرف‌نظر از اندازه‌ی شرکتشان، فرصت خلق بازی‌هایی ساده و درعین‌حال جذاب را می‌دهد این بازی‌ها نه تنها برای بخش‌هایی از بازار که اغلب نادیده گرفته می‌شوند جذاب هستند، بلکه عمدتاً روی دستگاه‌های همراه (در مقایسه با رایانه‌های شخصی و کنسول‌های بازی) اجرا می‌شوند. دستگاه‌های همراه، حتی در کشورهای نوظهور و در حال توسعه، به‌طور فزاینده‌ای در حال همه‌گیر شدن هستند. این امر فرصت‌هایی را در زمینه‌ی بازی‌های رقابتی فراتر از رایانه‌های گران‌قیمت و کنسول‌های بازی فراهم می‌کند که یکی از عوامل اصلی محدودکننده در رشد جهانی ورزش‌های

۵۶. AAA

۵۷. Space Invaders

الکترونیکی به شمار می‌رود. این عوامل فناورانه‌ی محدودکننده در چارچوب مفهومی «شکاف دیجیتال»، یعنی نابرابری در دسترسی به فناوری دیجیتال، اینترنت و ارتباطات و فناوری اطلاعات، جای می‌گیرند. بازی‌های هابیرد کژوال و هابیرد کژوال در موقعیتی هستند که می‌توانند تعریف بازی‌های رقابتی ویدئویی را بازآفرینی کرده و به‌عنوان راهی برای کاهش شکاف دیجیتال عمل کنند.

فناوری‌های پیشرفته و پیچیده امروزی، شکل‌های نوینی از اوقات فراغت دیجیتال را فراهم کرده‌اند. اوقات فراغت دیجیتال^{۵۸} به زمانی اطلاق می‌شود که مشارکت در فعالیت‌های مبتنی بر فناوری صرف لذت و سرگرمی می‌شود. اوقات فراغت دیجیتال با دو نوع دیگر از فراغت، یعنی فراغت تفننی و فراغت جدی، رابطه‌ای نزدیک دارد. فراغت تفننی نوعی از اوقات فراغت است که بر لذت آنی تمرکز دارد، نسبتاً کوتاه‌مدت است و نیازمند تجهیزات خاص یا پیچیده‌ای نیست. فراغت جدی به پیگیری منظم یک فعالیت آماتورانه یا داوطلبانه گفته می‌شود که اغلب با انگیزه‌های حرفه‌ای مرتبط با همان فعالیت همراه است. بازی‌های هابیرد کژوال و هابیرد کژوال، سادگی فراغت تفننی را با درگیری نظام‌مند و پیوسته‌ای که در فراغت جدی وجود دارد، ترکیب می‌کنند و درعین حال برای تجربه‌ی فراغت دیجیتال به فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات نیاز دارند. بازی‌های ویدئویی هابیرد کژوال و هابیرد کژوال بازتابی از دگرگونی در فعالیت‌های فراغت دیجیتال، از جمله تغییر ترجیحات کاربران به‌سوی سادگی به‌جای پیچیدگی هستند. این موضوع چشم‌اندازی تازه از اوقات فراغت دیجیتال، در تضاد با گرایش فزاینده به‌سوی اشکال پیشرفته‌تر و فناورانه‌تر فراغت دیجیتال، ارائه می‌دهد.

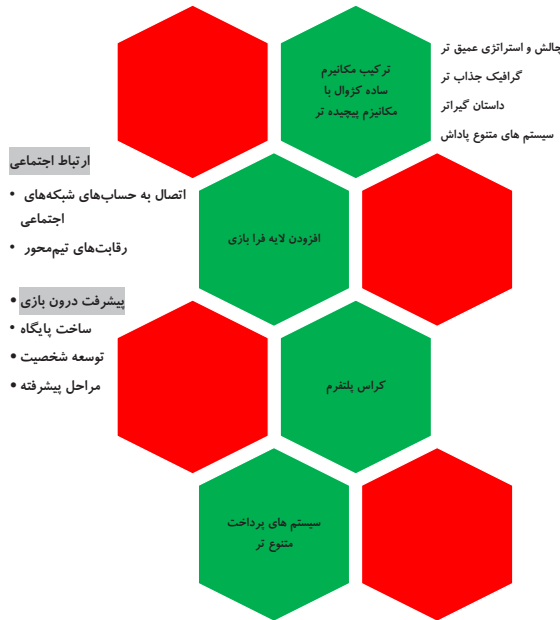
شکل‌های پیشرفته‌ی اوقات فراغت دیجیتال باعث می‌شوند برخی گروه‌ها، مانند سالمندان، در گفتمان اوقات فراغت دیجیتال «عملاً نامرئی» شوند. نظرات مشابهی نیز در مطالعات ورزش‌های الکترونیکی وجود دارد، زیرا ورزش‌های الکترونیکی اصلی نیازمند فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات پیشرفته (و گران‌قیمت) مانند کامپیوترهای رده‌بالا و کنسول‌های بازی و همچنین اتصال اینترنت

۵۸. e-leisure

قوی و پایدار هستند که بسیاری از علاقه‌مندان به بازی‌های ویدئویی رقابتی توان تأمین آن‌ها را ندارند. مطالعات ورزش‌های الکترونیکی عمدتاً بر افرادی متمرکز بوده که توان مالی و فرصت مشارکت دارند. علاوه بر این، این مطالعات همچنین به این نکته توجه کرده‌اند که فرهنگ حاکم بر بازی‌های ویدئویی رقابتی نیز مشارکت را محدود می‌کند. فرهنگ اطراف ورزش‌های الکترونیکی افرادی را که بخشی از جوامع رقابتی اصلی بازی‌های ویدئویی نیستند، به حاشیه می‌راند. این شامل کسانی است که بازی‌هایی را انجام می‌دهند که به‌عنوان بازی‌های تفننی شناخته می‌شوند، ازجمله بازی‌هایی که روی پلتفرم‌های موبایل اجرا می‌شوند. بازی‌های موبایلی اغلب به‌عنوان روشی کم‌ارزش‌تر برای ورود به دنیای بازی‌های رقابتی در نظر گرفته می‌شوند. ای بازی‌ها راهی برای پر کردن زمان‌های خالی، پیش از آن که وقت کافی برای ورود به بازی‌های واقعی وجود داشته باشد، در نظر گرفته می‌شوند. به همین دلیل، بسیاری از افرادی که از بازی‌های موبایلی استفاده می‌کنند، به‌ویژه زنان و سالمندان، گرچه علاقه زیادی به بازی‌های ویدئویی دارند، خود را به‌عنوان بازیکن بازی‌های ویدئویی معرفی نمی‌کنند. بازی‌های هایپرکژوال و هیبریدکژوال فرصتی فراهم می‌کنند تا بخش گسترده‌تری از بازار در فعالیت‌های بازی‌های ویدئویی رقابتی مشارکت یابند. این سبک‌های بازی از گیم‌پلی پیچیده و چالش‌برانگیز و گرافیک‌های پیشرفته اجتناب می‌کنند و بیشتر بر سادگی تمرکز دارند. کم‌اهمیت کردن ویژگی‌های کلیدی ورزش‌های الکترونیکی اصلی، یعنی رقابت شدید، باعث جذب افرادی می‌شود که به دنبال تجربه بازی‌ای آرام‌تر و تفننی‌تر هستند، به‌ویژه در میان زنان و سالمندان. این اشکال نوین بازی به یکی از اصول مرکزی اوقات فراغت دیجیتال پایبند هستند، یعنی اینکه افراد برای لذت بردن و فرار ذهنی از فشارهای زندگی روزمره به اوقات فراغت دیجیتال روی می‌آورند. ویژگی مهم دیگر بازی‌های هیبرید کژوال این است که به‌طور پایه برای موبایل طراحی شده‌اند، اما امکان اجرا روی تبلت، کامپیوتر دسکتاپ و کنسول‌های بازی را نیز دارند که پشتیبانی از فناوری کراس‌پلتفرم است. هرچند تعداد بازی‌های

هیبرید کژوال که این قابلیت را دارند کم است، اما این موضوع به عنوان جهت گیری مهمی در توسعه آینده بازی های موبایلی محسوب می شود. کراس پلتفرم به قابلیت اشاره دارد که در آن یک بازی یا اپلیکیشن می تواند بر روی انواع مختلفی از پلتفرم ها یا دستگاه ها مورد استفاده قرار گیرد. به عنوان مثال، بازی ای که برای کنسول پلی استیشن ۵ توسعه یافته، می تواند طوری طراحی شود که بر روی رایانه های شخصی یا دستگاه های موبایل نیز قابل اجرا باشد، به طوری که بازیکن بتواند از هر پلتفرمی که می خواهد به بازی دسترسی پیدا کند. با توجه به اینکه تعداد کاربران بیشتری از دستگاه های متنوعی برای انجام بازی استفاده می کنند، می توان گفت که سازگاری میان پلتفرم ها در صنعت بازی های ویدئویی به مسئله ای فزاینده و مهم تبدیل شده است. با فراهم کردن امکان دسترسی بازیکن به شخصیت بازی اش از طریق پلتفرم های مختلف، توسعه دهنده می تواند به تعداد بیشتری از کاربران دست یابد و پایه ی مشتریان بالقوه ی بازی را گسترش دهد. این که بتوان تنها با یک حساب کاربری، در هر زمان و هر مکان و از طریق هر دستگاهی تجربه ای یکسان از بازی داشت، ویژگی بسیار مهمی در زمینه ی سازگاری به شمار می رود و در آینده نیز به یکی از عناصر کلیدی توسعه بازی ها تبدیل خواهد شد.

به طور خلاصه، بازی های هایپر کژوال و هیبرید کژوال از ریشه های خود در سالن های بازی ویدئویی بهره بردند. رشد و محبوبیت آن ها به دلیل جذابیت فراگیر و دسترسی آسان از طریق موبایل است. بازی های هایپر کژوال نیز استراتژی های تعامل برانگیز (مانند قابلیت های اجتماعی) را از بازی های هیبرید کژوال وام گرفته اند، به گونه ای که اکنون این دو ژانر تا حد زیادی با یکدیگر ادغام شده اند و تحت عنوان کلی «هیبرید کژوال» شناخته می شوند.



بازی های هیبرید کژوال: نمونه و مصداق

در رویداد جی دی سی ۲۰۲۵، دیو رول^{۵۹}، مدیر موبایل گیم دکتر^{۶۰}، بازی کاپیبارا گو!^{۶۱} از شرکت هابی^{۶۲} را به عنوان یکی از بهترین نمونه های بازی هیبرید کژوال معرفی کرد. در این بازی گیم پلی اصلی وجود ندارد و تقریباً تمام تصمیمات بازیکن در بخش متاگیم گرفته می شود. این رویکرد باعث می شود بازیکنان با داستان بازی ارتباط برقرار کنند، بدون اینکه با مکانیک های دشوار گیم پلی مواجه شوند. همچنین این مدل به توسعه دهندگان بازی های موبایلی اجازه می دهد با روایت و جهان سازی بیشتر آزمایش و نوآوری کنند.

۵۹. Dave Rohrl

۶۰. Mobile Game Doctor

۶۱. Capybara Go!

۶۲. Habby

بازی هوم اسکپز^{۶۳} (۲۰۱۷) یک بازی موبایلی هیبرید کژوال است که توسط استودیوی پلی ریکس^{۶۴} توسعه یافته است. تا سال ۲۰۲۲، این بازی بیش از ۴۰۰ میلیون بار دانلود شده و ۱.۵ میلیارد دلار درآمد ایجاد کرده و در حال حاضر یکی از محبوب‌ترین بازی‌های موبایلی به شمار می‌رود. گیم‌پلی اصلی هوم اسکپز بر پایه‌ی یک سیستم تطبیق سه‌تایی است، جایی که بازیکنان باید با کشیدن انگشت اشیای مشابه را به گروه‌های سه‌تایی (بیشتر) تبدیل کنند. این گیم‌پلی ساده توسط لایه‌های متای فراوانی احاطه شده تا عمق بیشتری به ایده‌ی ساده‌ی تطبیق سه‌تایی بدهد. هوم اسکپز دارای مجموعه‌ای از ویژگی‌های گسترده‌تر است. نخست، گیم‌پلی اصلی در قالب یک روایت قرار گرفته که زندگی آستین، یک خدمتکار خانگی را دنبال می‌کند که در تلاش است خانه‌ی کودکی‌اش را بازسازی کند. بازیکنان با حل پازل‌های تطبیق سه‌تایی به آستین کمک می‌کنند تا ستاره‌هایی به دست آورد که می‌توانند برای ارتقای خانه‌ی کودکی‌اش استفاده شوند. بازیکنان همچنین به تیم‌هایی می‌پیوندند تا باهم ارتباط برقرار کرده و به یکدیگر کمک کنند، از جمله به اشتراک گذاشتن جان‌هایی که برای کامل کردن پازل‌های مبتنی بر تطبیق سه‌تایی استفاده می‌شوند. برای حفظ مشارکت بازیکنان (و بازگشت آن‌ها)، شرکت سازنده به‌طور منظم مراحل و محتوای جدیدی اضافه می‌کند، از جمله رویدادهای تیمی فراوان. این رویدادها به بازیکنان اجازه می‌دهند پاداش‌هایی مانند سکه، آیتم‌های مصرفی افزایش‌دهنده‌ی قدرت درون بازی و تزئینات خاص برای خانه‌ی آستین کسب کنند. مکانیک‌های ساده‌ی (هایپر کژوال) موجود در هسته‌ی هوم اسکپز — یعنی تطبیق سه شیء مشابه — و لایه‌های متای پیرامون آن، نمایانگر مکانیک‌ها و ویژگی‌های گیم‌پلی هیبریدی هستند که به محبوبیت این ژانرهای بازی کمک می‌کنند. از دیگر نمونه‌های بازی‌های هیبرید کژوال می‌توان به آرک هیرو^{۶۵}، باغ لیلی^{۶۶} و پراجکت میک آور^{۶۷} اشاره کرد. مورد آخر بر ارائه‌ی تغییر ظاهر

۶۳. Homescapes

۶۴. Playrix

۶۵. Archero

۶۶. Lily's Garden

۶۷. Project Makeover

به مشتریان تمرکز دارد، از طریق لباس‌های مد روز، مدل مو، آرایش و دارای جدول‌های امتیاز جهانی بر اساس میزان پیشرفت در اهداف تغییر ظاهر است که عنصر رقابت را به بازی می‌افزاید.



شکل ۱۰ - بازی هوم اسکیز (۲۰۱۷) - نمونه بازی هیبرید کژوال

طراحی بازی‌های هیبرید کژوال

چنان‌که بیان شد، بازی‌های هیبرید کژوال هسته‌های کژوال را حفظ کرده و آن را با عناصر متاگیم پیوند می‌دهند تا تجربه‌ای درگیرکننده‌تر از بازی ایجاد کنند؛ اما امروزه اصطلاح «هیبرید کژوال» برای اشاره به هر دو نوع بازی به کار می‌رود، زیرا بازی‌های هایپر کژوال نیز عناصر متاگیم را در خود گنجانده و آن‌ها را با گیم‌پلی اصلی خود ترکیب کرده‌اند. بازی‌های هایپر کژوال و هیبرید کژوال به گونه‌ای طراحی شده‌اند که جذاب یا حتی اعتیادآور باشند. اگرچه هم توسعه‌دهندگان بازی‌های هیبرید کژوال و هم هایپر کژوال به دنبال مقیاس‌پذیری بالا و هزینه‌ی پایین نصب^{۶۸} هستند، این دو ژانر از نظر طراحی و درآمدزایی تفاوت‌هایی با یکدیگر دارند. طراحی بازی‌های هایپر کژوال بر چرخه‌های گیم‌پلی سریع و سرگرم‌کننده تمرکز دارد و ممکن است فاقد اقتصاد مجازی عمیق‌تر یا محتوایی باشد که اغلب در بازی‌های هیبرید یافت می‌شود. آن‌ها عمدتاً از طریق تبلیغات بنری و بینابینی درآمدزایی می‌کنند؛ و چون به گونه‌ای طراحی شده‌اند که

۶۸. cost per install (CPI)

حداکثر سرگرمی را ارائه دهند تا کاربران به بازی ادامه دهند، بازی‌های هایپرکژوال بیشترین تعداد تبلیغات بینابینی و بنری را به کاربران نمایش می‌دهند. ارزش طول عمر^{۶۹} در بازی‌های هایپرکژوال پایین است، چون با رویکردی مینیمال از نظر محصول و استراتژی درآمدزایی ساخته شده‌اند. به همین دلیل، قابلیت بازاریابی برای آن‌ها ضروری است. ساخت یک بازی هایپرکژوال حدود ۴ تا ۵ ماه زمان می‌برد، درحالی‌که توسعه‌ی یک بازی هیبریدکژوال ۹ تا ۱۲ ماه طول می‌کشد.

بازی‌های هیبریدکژوال شامل گیم‌پلی اصلی ساده و قابل بازاریابی هستند که با لایه‌های تعامل بیشتر همراه شده‌اند تا تجربه‌ی بازی غنی‌تری را ایجاد کنند. برخلاف بازی‌های هایپرکژوال، این بازی‌ها صرفاً برای حداکثر سرگرمی و زمان بازی طراحی نشده‌اند. آن‌ها دارای متای پیچیده، چرخه‌های بازی عمیق‌تر و اقتصادی متعادل‌اند که برای درگیر نگه‌داشتن بازیکن به مدت ۶۰ تا ۹۰ روز طراحی شده‌اند. با فراهم کردن امکان درگیری عمیق‌تر از طریق ساخت استراتژی و ارائه امکان پیشرفت در بازی، بازی‌های هیبریدکژوال نرخ نگهداری کاربر^{۷۰} و ارزش طول عمر بالاتری نسبت به بازی‌های هایپرکژوال دارند. بازی‌های هایپرکژوالی که نشانه‌هایی از تعامل خوب نشان می‌دهند، می‌توانند به بازی‌های هیبریدکژوال تبدیل شوند.

یکی از نخستین بازی‌های این ژانرها، بازی فلپی بردز بود که سازنده آن پس از نگرانی از اعتیاد برخی بازیکنان، آن را از دسترس داندلود حذف کرد. به‌طور کلی، بازی‌های هایپرکژوال و هیبریدکژوال طوری طراحی شده‌اند که شروع آن‌ها آسان باشد، اما چالش‌برانگیز، شکست‌ناپذیر یا حتی بی‌پایان باشند؛ بدین ترتیب یک چرخه ایجاد می‌شود که ممکن است موجب اعتیاد شود. بازی هوم‌اسکیز بیش از ۶۰۰۰ مرحله دارد و مراحل جدید به‌طور مکرر به آن افزوده می‌شود که این عنوان را عملاً بی‌پایان می‌کند. بخشی جدایی‌ناپذیر از جذابیت بازی‌های هایپرکژوال و هیبریدکژوال، گیم‌پلی و طراحی ساده‌ی آن‌هاست. گیم‌پلی شامل

۶۹. LTV

۷۰. Retention

قوانینی است که ساختار بازی را شکل می‌دهند و نحوه‌ی واکنش بازی به کنش‌های کاربر را تعیین می‌کنند. در بازی‌های هاپیرکژوال و هیبریدکژوال، این موضوع معمولاً شامل شیوه‌ای است که بازیکن با یک دستگاه موبایل تعامل دارد. کنش‌ها شامل حرکاتی هستند که به کاربران اجازه می‌دهند اعمال درون بازی انجام دهند، مانند ضربه زدن^{۷۱}، کشیدن^{۷۲}، باز و بسته کردن انگشتان^{۷۳} و حرکت دادن دستگاه. تجربه‌ی گیم‌پلی تحت تأثیر قوانین، الگوها و چالش‌های بازی ویدئویی است و می‌توان آن را هسته‌ی اصلی بازی ویدئویی دانست. در بازی‌های هاپیرکژوال، این تجربه شامل مکانیک‌های ساده‌ای مانند تغییر مسیر، تطبیق دادن، حل پازل، کشیدن، چیدن، منحرف کردن، زمان‌بندی، چالش‌های مبتنی بر واژه و تعداد رو به رشدی از زیر دسته‌های خلاقانه‌ی دیگر مبتنی بر مکانیک‌های گیم‌پلی می‌شود. این مکانیک‌ها بخشی از هسته‌ی اصلی هر دو نوع بازی‌های هاپیرکژوال و هیبریدکژوال هستند.

بازی‌های هیبریدکژوال این تجربیات اصلی را حفظ می‌کنند، اما آن‌ها را با عناصر اضافی‌ای به نام فرا بازی^{۷۴} گسترش می‌دهند. اگرچه اصطلاحات متا و فرا بازی تعاریف متنوعی دارند، در چارچوب این مطلب، فرا بازی به مکانیک‌هایی اشاره دارد که پیرامون گیم‌پلی اصلی شکل می‌گیرند. عناصر فرا بازی برای درگیر نگه‌داشتن بلندمدت بازیکنان در بازی‌های هیبریدکژوال بنیادی هستند. این عناصر اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدتی به بازیکنان می‌دهند که معمولاً به رتبه‌بندی یا امتیاز بالا مرتبط‌اند و عناصر پایه‌ای رقابت را به این بازی‌های عمدتاً تفننی اضافه می‌کنند. از دیگر عناصر فرا بازی می‌توان به پیشرفت شخصیت، توسعه‌ی پایگاه و دیگر ویژگی‌های پیشرفت درون بازی اشاره کرد، همچنین ویژگی‌های اجتماعی مانند گفت‌وگوهای گروهی، جدول امتیازات و رقابت‌های دوستانه دیگر موارد هستند. این افزودن عناصر فرا بازی بود که باعث شد بازی‌های هاپیرکژوال به بازی‌های هیبریدکژوال تبدیل شوند. این تحول یک حرکت

۷۱. tapping

۷۲. swiping

۷۳. pinching/spreading

۷۴. meta-game

هدفمند بود، چراکه بازی‌های هایپرکژوال به سرعت تکراری شدند و نرخ نگهداشت کاربر پایینی داشتند. بازی‌های موبایلی به‌طور متوسط نرخ نگهداشت کاربران پس از هفت روز حدود ۲۰٪ دارند، درحالی‌که این رقم برای بازی‌های هایپرکژوال به ۱۰٪ کاهش می‌یابد. ازاین‌رو، تولیدکنندگان بازی‌های ویدئویی اکنون به‌طور انحصاری بر توسعه‌ی بازی‌های هایپریدکژوال تمرکز کرده‌اند. بازی‌های هایپریدکژوال ویژگی‌های متا و عناصر پیشرفت را ارائه می‌دهند که موجب مشارکت مداوم و انگیزه‌ی بیشتر بازیکنان می‌شود و درنتیجه سطح نگهداشت این بازی‌ها را به‌اندازه‌ی دیگر بازی‌های موبایلی می‌رساند.

همان‌طور که بیان شد یکی از دلایل رشد بازی‌های هایپریدکژوال، سهولت طراحی آن‌ها است. این موضوع علاوه بر بروز در تجربه کاربر که در بالا مطرح شد از رویکرد دیگری نیز قابل‌بررسی است. صنعت بازی‌های ویدئویی به‌طور کلی بسیار رقابتی است و توسعه‌دهندگان بزرگ بازی‌ها، ازجمله عناوین بزرگ، سال‌ها زمان صرف خلق آن‌ها می‌کنند؛ اما بازی‌های هایپریدکژوال بر پایه مکانیک‌های ساده و بنیادی ساخته‌شده‌اند که به تعداد زیادی از توسعه‌دهندگان، چه بزرگ و چه کوچک، اجازه می‌دهد این بازی‌ها را طراحی کنند. در میان این توسعه‌دهندگان، تعداد زیادی توسعه‌دهنده مستقل حضور دارند که بازی‌هایی متنوع و بازتاب‌دهنده تجربیات و سبک زندگی متکثر خود می‌سازند. بسیاری از این شرکت‌های توسعه‌دهنده در مراحل اولیه چرخه عمر خود قرار دارند و در حال تغییر توازن قدرت در صنعت بازی‌های ویدئویی هستند. یافته‌های توسعه بازی‌های هایپریدکژوال می‌توانند به اشتراک دانش و تدوین راهبردها و بهترین شیوه‌های رهبری از بالا به پایین کمک کنند تا فعالیت‌های کارآفرینانه را تقویت و راه‌حل‌های عادلانه‌تری برای مسائل و چالش‌های معاصر در فرهنگ و جامعه مدرن ارائه دهند. در بازی‌های هایپریدکژوال، برقراری تعادل میان سادگی و پیچیدگی برای افزایش نگهداشت بازیکن و درآمدزایی ضروری است. سای گیمز^{۷۵} از نخستین ناشرانی بود که با موفقیت به سمت بازی‌های هایپریدکژوال حرکت کرد. مدل اقتصادی هایپریدی این امکان را به این ناشر می‌دهد که از

تمام کاربران داخل بازی درآمد کسب کند.

وجود یک حلقه‌ی مرکزی محکم و لذت‌بخش در طراحی بازی هیبرید کزوال ضروری است. بسازید. این کار باعث می‌شود بازیکنان درگیر باقی بمانند و درعین‌حال امکان افزودن لایه‌های پیچیدگی بیشتر را فراهم می‌کند. توالی اقداماتی نظیر کشتن دشمنان، مشاهده نمودار پیشرفت در بازی و تلاش برای ارتقای شرایط، به‌صورت طبیعی در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و یک حلقه‌ی به‌هم‌پیوسته از کنش و پاداش ایجاد می‌کنند که بازیکن را مجذوب خود می‌سازد. نمایش بصری پیشرفت انگیزه‌ای برای ادامه‌ی تلاش فراهم می‌کنند. این اثر با مجموعه‌ای از اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت تقویت می‌شود؛ مانند رسیدن به انتهای یک مرحله، انجام یک مأموریت که در بالای صفحه‌نمایش داده می‌شود، یا شکست دادن یک غول^{۷۶} در چالشی خاص. ترکیب ارتقای گوناگون، سلاح‌ها و تجهیزات، قابلیت بازی پذیری مجدد را افزایش داده و از تکراری شدن جلوگیری می‌کند. احساس رضایت‌بخش در حین بازی یکی دیگر از جنبه‌های مهمی است که طراحان بر آن تمرکز دارند. گرافیک زیبا، پویانمایی‌های دلپذیر برای هر تعامل و پاداش‌های بصری قدرتمند برای اقدامات کلیدی، به آن‌ها اجازه می‌دهند که تجربه‌ای اعتیادآور خلق کنند. افزودن مکانیک‌های جدید تجربه‌ی بازی را غنی‌تر می‌کند اما طراح باید از این موضوع مطمئن باشد که مکانیک‌های جدید با طراحی کلی بازی و تم آن هماهنگ هستند. اگر بازی بیش‌ازحد از مکانیک‌های مختلف اشباع شود، مخاطب دچار سردرگمی شده و شاخص‌های عملکرد^{۷۷} درون بازی آسیب خواهند دید.

در بازی زندگی بیابانی^{۷۸}، آموزش اولیه بازیکن با معرفی یک مکانیک اصلی آغاز می‌شود: پاک‌سازی شن با استفاده از یک دستگاه مکنده. این مکانیک به بازیکن اجازه می‌دهد تا منطقه‌ی قابل بازی را گسترش دهد، اشیای پنهان را آشکار کند و شخصیت‌های غیرقابل بازی را نجات دهد. هنگامی که بازیکن با

۷۶. Boss

۷۷. KPI

۷۸. Wasteland Life

این هسته‌ی گیم‌پلی آشنا می‌شود و به آن عادت می‌کند، بازی چالش جدیدی را معرفی می‌کند: نیاز به شکستن مجموعه‌ای از اشیاء. در این مرحله، مکانیک دوم آموزش داده می‌شود — استفاده از کلنگ برای شکستن اشیاء. با معرفی این ابزار جدید و ضرورت ارتقای مداوم آن برای افزایش دامنه‌ی اشیایی که قابل تخریب‌اند، مسیر تازه‌ای برای پیشرفت در اختیار بازیکن قرار می‌گیرد. با وجود معرفی مکانیک دوم، بازی همچنان تمرکز خود را بر پاک‌سازی شن حفظ می‌کند، زیرا هر دو ابزار (دستگاه مکنده و کلنگ) در خدمت اکتشاف و جمع‌آوری منابع هستند. جابجایی میان این دو ابزار، تنوعی در گیم‌پلی ایجاد می‌کند و درعین‌حال، فرصت‌هایی برای پیش‌آگاهی روایی و طراحی سیستم‌های درآمذایی فراهم می‌سازد.

مدل‌های درآمذایی برای بازی‌های هیبرید کژوال

با پیشرفت‌های نوآوری‌های دیجیتالی، اشکال جدیدی از درآمذایی نیز پدید آمده است. نوآوری‌های دیجیتالی شرکت‌ها را مجبور می‌کند که بین سود و لذت تعادل برقرار کنند. یکی از روندهای قابل‌توجه در صنعت بازی‌های ویدئویی، گرایش به خدمات اشتراکی مانند مدل‌های کسب‌وکار نرم‌افزار به‌عنوان خدمت^{۷۹} و بازی به‌عنوان خدمت^{۸۰} است. مدل اخیر شامل ارائه بازی‌های ویدئویی بر اساس اشتراک ماهانه یا سالانه است. برای مثال، شرکت‌های فناوری پیشرو مانند آمازون و اپل خدمات اشتراک را راه‌اندازی کرده‌اند. اپل آرکید یک سرویس اشتراک بازی است که روی دستگاه‌های اپل عرضه می‌شود و کاربران با پرداخت هزینه ماهانه یا سالانه به بیش از ۲۰۰ بازی موبایلی، ازجمله بسیاری از عناوین هیبرید کژوال دسترسی دارند. این مدل‌های اشتراکی با ارائه بازی‌های جدید و پشتیبانی و به‌روزرسانی مداوم بازی‌های موجود، سعی در حفظ درگیری کاربران دارند. بااین‌حال، این استراتژی‌های درگیری و درآمذایی کاربران، بیشتر به دنبال بهره‌برداری از گیم‌پلی اعتیادآور هستند و شکل‌هایی از فراغت دیجیتالی را تشویق می‌کنند که به سلامت جسمی و روانی افراد آسیب می‌زنند. این عادات به‌ویژه نگران‌کننده‌اند زیرا روندهای

۷۹. SaaS

۸۰. GaaS

شتاب‌دهنده دیجیتال دیگر، مانند کار از خانه، فرصت‌های بیشتری برای درگیری بیش‌ازحد در فراغت دیجیتال فراهم می‌کنند. در سال ۲۰۲۱، اپل تغییرات مهمی را در سیاست‌های حریم خصوصی خود اعمال کرد که باعث شد کاربران قبل از ردیابی شدن توسط اپلیکیشن‌ها، به‌صورت فعالانه به آن‌ها اجازه دسترسی دهند. آی دی اف ای^{۸۱} به معنای وجود یک شناسه منحصربه‌فرد و تصادفی در دستگاه‌های آیفون برای ردیابی و هدف‌گذاری تبلیغات، بدون افشای اطلاعات شخصی کاربران است. آی دی اف ای و ویدئوی اجتماعی باعث شده‌اند که بازی‌های موبایلی از سال ۲۰۲۰ تاکنون ۲.۶ واحد درصد از سهم خود را در کل زمان مصرف‌شده برای رسانه‌های دیجیتال در میان بزرگ‌سالان آمریکایی از دست بدهند. با رسیدن هایپرکژوال به نقطه‌ی بلوغ و روبه‌رو شدن با رقابت شدید، بازار تحت تأثیر ممنوعیت رهگیری آی دی اف ای و تغییرات در قوانین فروشگاه‌های اپلیکیشن قرار گرفت که نتیجه‌ی آن کاهش پایداری مدل درآمدزایی مبتنی بر تبلیغات بود. تغییر مسیر به‌سوی بازی‌های هایپریدکژوال پاسخی به این مشکل بود: آن‌ها سهم بیشتری از خرید درون برنامه‌ای^{۸۲} را وارد کردند، درحالی‌که همچنان جذابیت عمومی و قابلیت بازاریابی بالای خود را حفظ کردند.

بازی‌های هایپریدکژوال عمدتاً از طریق خرید درون برنامه‌ای و ویدیوهای پاداش دار^{۸۳} درآمدزایی می‌کنند. همچنین این بازی‌ها از تبلیغات بینابینی^{۸۴} نیز استفاده می‌کنند، هرچند این روش، اصلی‌ترین راه درآمدزایی آن‌ها نیست. تبلیغات بینابینی تنها برای گروه‌های خاصی از کاربران یا در مراحل خاصی از بازی استفاده می‌شود. به‌طور کلی برای توسعه‌دهندگان و تهیه‌کنندگان بازی‌های ویدئویی هایپریدکژوال، چهار راهبرد اصلی برای کسب درآمد وجود دارد:

۸۱. IDFA- Identifier for Advertisers

۸۲. IAP

۸۳. RV

۸۴. Interstitial

- ♦ تبلیغات
- ♦ خریدهای درون برنامه‌ای
- ♦ اشتراک‌ها
- ♦ هزینه‌های پرمیوم

تبلیغات درون بازی شامل فروش فضای تبلیغاتی در داخل یک بازی ویدئویی می‌شود. این تبلیغات معمولاً به صورت تمام صفحه یا بنرهایی هستند که در پایین صفحه‌ی بازی نمایش داده می‌شوند و بازیکنان می‌توانند از طریق پاداش‌های درون بازی (مانند ارز بازی) یا دسترسی به محتوای اضافی بازی، ترغیب به تماشای تبلیغ شوند. خریدهای درون برنامه‌ای شامل ارتقاء برای حذف تبلیغات، یا آیتم‌هایی برای استفاده در بازی مانند اشیای مختلف، شخصیت‌ها، تزئینات و محتوای دیگر می‌شود. اشتراک‌ها شامل پرداخت‌های منظم از سوی بازیکن برای دسترسی به محتوای اضافی و ویژگی‌های جدید بازی است. هزینه‌های پرمیوم نیز شامل فروش کل بازی با قیمتی مشخص است که معمولاً تمام محتوای بازی را یک‌باره آزاد می‌کند. بازی هوم‌اسکیپز تبلیغات، خرید درون برنامه‌ای و گزینه اشتراک دارد، اما گزینه پرداخت کامل یا خرید نسخه ممتاز ندارد و بنابراین از منابع درآمدی مختلفی بهره می‌برد.

در ژانر هیبرید کژوال، چالش اصلی ایجاد یک تجربه‌ی کاربری روان است که امکان ساختن ارزش طول عمر بازیکن^{۸۵} بالا را فراهم کند. برای دستیابی به این هدف، باید تبلیغات و خریدهای درون برنامه‌ای را به شیوه‌هایی پیاده‌سازی کرد که طبیعی به نظر برسند و جریان گیم‌پلی را مختل نکنند. در بازی دیوار برج^{۸۶} چهار مرحله نخست به گونه‌ای طراحی شده‌اند که بازیکن بدون هیچ عامل مزاحمی بتواند با قوانین بازی آشنا شود. در مرحله‌ی چهارم، برای نشان دادن تنوع، قابلیت **حالت تب‌گونه**^{۸۷} به صورت رایگان در اختیار بازیکن قرار می‌گیرد. در مرحله‌ی ششم، بخش خرید درون برنامه‌ای در منوی اصلی با ارائه‌ی یک پاداش رایگان

۸۵. LTV

۸۶. Tower War

۸۷. fever-mode

فعال می‌شود. پس از پایان مرحله‌ی دهم اولین تبلیغ بینابینی نمایش داده می‌شود و در ادامه آن پیشنهاد خرید «حذف تبلیغات» ارائه می‌شود. در گام بعد، بلافاصله برای جبران این وقفه، ویژگی‌ای به نام «پایگاه» معرفی می‌شود که به بازیکن امکان می‌دهد جنگجویان جدیدی آزاد کرده و آن‌ها را ارتقا دهد. با معرفی تدریجی گزینه‌های پرداختی به بازیکنان در گام‌های کوچک توسط سازندگان بازی، سعی می‌شود کاربران بالقوه حتی پیش از نمایش اولین تبلیغ، با فروشگاه آشنا شوند و همچنین تلاش می‌شود که اثر منفی اولین تبلیغ بینابینی بر نگهداشت بازیکن کاهش داده شود. می‌بایست به‌طور مداوم داده‌های رفتاری بازیکنان تحلیل شوند تا بتوان مکانیک‌ها را اصلاح، میزان سختی را متعادل و راهبردهای درآمدزایی را بهینه‌سازی کرد. این کار به طراح بازی اجازه می‌دهد که به‌طور منظم این موضوع را ارزیابی کند آیا انتظارات او با واقعیت‌های بازار هماهنگی دارند یا خیر.

تبلیغات

**خریدهای
درون برنامه‌ای**

اشتراک‌ها

هزینه‌های پرمیوم

شکل ۱۱- مدل‌های درآمدزایی برای بازی‌های هیبرید کژوال

مخاطبان بازی‌های کژوال و هیبرید کژوال: زنان و مردان



بازی‌های ویدئویی هایپرکژوال و هیبرید کژوال زمینه‌ای برجسته برای بررسی فرآیند شناسایی و بازتعریف مفهوم «بازیکن» فراهم می‌کنند. فرآیند شکل‌گیری هویت و توسعه آن می‌تواند بینشی

درباره ارتباط روان‌شناختی فرد با فعالیت موردنظر ارائه دهد و استراتژی‌های هدفمند برای جذب افرادی که تمایل به شناسایی خود به‌عنوان بازیکن دارند، ایجاد کند. مفهوم بازیکن یا «گیمِر» به دوران بازی‌های آرکید بازمی‌گردد؛ دورانی که این فضاها عمدتاً متعلق به پسران تلقی می‌شدند. چنین پیش‌زمینه‌ای به واژه‌ی «گیمِر» بار معنایی جنسیتی بخشیده و آن را با نوع خاصی از بازی و شیوه‌ی خاصی از سرگرمی گره‌زده است. در این میان، کلیشه‌ی بازیکن کژوال به‌نوعی تصویر معکوس بازیکن هاردکور را ترسیم می‌کند: فردی که به داستان‌های خوشایند و مثبت علاقه دارد، بازی‌های محدودی را تجربه کرده، زمان و منابع زیادی صرف بازی نمی‌کند و از چالش‌های دشوار لذت نمی‌برد؛ اما مطالعات جدید این شیوه از نگرش نسبت به بازیکن بازی‌های کژوال را به چالش می‌کشد.

بازی‌های موبایلی کژوال اغلب به‌عنوان شیوه‌ای از درگیری توصیف می‌شوند که تنها توجهی پراکنده و کوتاه‌مدت (حدود پنج دقیقه) را می‌طلبد؛ ازاین‌رو، این تصور رایج به وجود آمده که بازی‌های کژوال، ژانر غالب در بازی‌های موبایلی هستند و بازیکنان کژوال به‌عنوان یک بازار کلیدی در صنعت بازی‌های موبایلی شناخته می‌شوند. در مقابل بازیکنان هاردکور با ویژگی‌های خاصی تعریف می‌شوند؛ آن‌ها برای مدت‌های طولانی بازی می‌کنند، با چالش‌ها، پیچیدگی‌ها و سطح بالای مهارت و کارکردهایی که از سوی جهان بازی و رابط آن طلب می‌شود درگیر می‌شوند و بازی را به‌عنوان «ترجیح یا اولویت سبک زندگی» برمی‌گزینند. این شیوه‌ی بازی در تضاد با بازی‌های موبایلی یا کژوال است که مدت کوتاه‌تری دارند و به مهارت‌های نسبتاً ساده‌تری نیاز دارند؛ کسانی که بازی‌های موبایلی انجام می‌دهند، این فعالیت را حاشیه‌ای دانسته و آن را نوعی سرگرمی و انحراف گذرا تلقی می‌کنند. بازیکنان کژوال عمداً از دلبستگی جسمانی به گیم‌پلی اختصاصی اجتناب می‌کنند تا همواره آمادگی بازگشت به کار واقعی زندگی را داشته باشند. در بسیاری از موارد، بازیکنان کژوال خود را «گیمِر» نمی‌دانند، نمی‌توانند به‌دقت زمان مصرف‌شده برای بازی را تخمین بزنند و اغلب از میزان درگیری واقعی‌شان

شگفت‌زده می‌شوند. با این حال، دوگانه‌ی کژوال/هاردکور دیگر تفسیر کاملی از بازی‌های کوچک یا اپ‌محور روی دستگاه‌های موبایل ارائه نمی‌دهد. کلیشه‌های بازیکنان هاردکور و کژوال، شیوه‌های پیچیده و متغیر بازی را بیش‌ازحد ساده‌سازی می‌کنند. نظریه‌پردازان با اشاره به بازی‌های کژوال به‌عنوان بخشی از فرایند گسترده‌تر کالایی‌سازی سبک زندگی انسان معاصر، یادآور می‌شوند که اصطلاح «کژوال» تا حدی بار منفی دارد و سرمایه‌گذاری‌های قابل‌توجه برخی از بازیکنان کژوال را پنهان می‌سازد و این رسانه‌ی بازی‌مدار که به‌شدت متنوع و در حال رشد است را بیش‌ازحد ساده‌سازی می‌کند. تلاش صنعت بازی برای سرمایه‌گذاری زمانی و مالی، به تقویت تمایز میان گیم‌پلی هاردکور و کژوال منجر شده است. در این میان، دسته‌ی بازیکنان میان‌رده^{۸۸} نیز به وجود آمده‌اند که به‌طور مداوم بازی می‌کنند اما وفاداری یا تعهدی به بازی خاصی ندارند. باید توجه داشت که چنین دسته‌بندی‌هایی تنها در موقعیت خاص و در بستر یک محصول بازی خاص قابل‌اعتنا است. به این معنا که بازیکن هاردکور یک بازی، ممکن است بازیکن کژوال بازی دیگری باشد؛ بنابراین، بازی کردن فعالیت‌ی وابسته به موقعیت و متغیر است؛ بازیکنان می‌توانند به‌طور ماهرانه‌ای بین سطوح مختلف توجه، حواس‌پرتی، درگیری و سرمایه‌گذاری نوسان داشته و وابسته به اینکه کجا هستند و چه کاری انجام می‌دهند، انتخاب‌های متفاوتی داشته باشند.

تحقیقات چنین نشان داده‌اند که بیش از یک‌سوم بازیکنان بازی‌های کژوال قابل دائلود، هفته‌ای نه جلسه‌ی دوساعته را به بازی اختصاص می‌دهند. درواقع، بازیکنان کژوال همیشه هم به شکل «کژوال» بازی نمی‌کنند. بررسی بازی‌هایی که معمولاً در دسته‌ی کژوال قرار می‌گیرند، می‌تواند در این زمینه روشن‌گر باشد: این بازی‌ها اغلب امکان تجربه‌ای معنادار را در مدت‌زمانی کوتاه فراهم می‌کنند، اما درعین حال، بازیکن را از صرف زمان بیشتر باز نمی‌دارند. انجمن بازی‌های کژوال^{۸۹} بازی‌های کژوال و هاردکور را به ترتیب به سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی تشبیه

۸۸. mid-core

۸۹. Casual Games Association

می‌کنند. از نظر آن‌ها، بازی‌های کژوال باهدف سرگرمی سریع، در دسترس بودن و آسان بودن طراحی شده‌اند، درحالی‌که بازی‌های هسته‌ای (CORE) برای بازیکنان اصلی و وفادار ساخته می‌شوند.

هایپر کژوال و هیبرید کژوال برای شرکت کنندگان (مصرف کنندگان) تجربه‌ای فراغت‌ی فراهم می‌کنند. به‌طور خاص، شرکت کنندگان برای رهایی از استرس، گذراندن زمان، فرار از واقعیت و همچنین تعامل اجتماعی در جوامع آنلاین، انگیزه دارند تا در بازی‌های هیبرید کژوال شرکت کنند (بازی کنند). این جوامع تنها محدود به گروه‌های درون بازی نیستند، بلکه به گروه‌ها و اجتماعات موجود در شبکه‌های اجتماعی مانند فیسبوک و اینستاگرام نیز گسترش می‌یابند. افزون بر انگیزه‌های یادشده، بازیکنان همچنین برای کسب حس موفقیت، تجربه‌ی چالش، ابراز خود و شرکت در یک تجربه‌ی منحصربه‌فرد به مصرف بازی‌های ویدئویی هیبرید کژوال می‌پردازند. بازی‌های هایپر کژوال و هیبرید کژوال نسبت به ژانرهای رایج و سنتی مانند ورزش‌های الکترونیکی^{۹۰}، مخاطبان گسترده‌تری را جذب می‌کنند. آن‌ها برای گروه‌هایی از بازار جذاب هستند که معمولاً خود را بازیکن ویدیوگیم نمی‌دانند؛ از جمله زنان و بزرگسالان مخاطبان این بازی‌ها هستند.

برخلاف بازی‌های کنسول و کامپیوتر، بازی‌های موبایلی توسط طیف گسترده‌ای از کاربران شامل زنان تا سالمندان بازی می‌شوند و بسیاری از آن‌ها بازی‌های سبک‌تر را ترجیح می‌دهند. این بازی‌ها به دلیل سهولت بازی، بدون فشار و محدودیت، جذابیتی فراگیر دارند که فراتر از جنسیت و سن است و همچنین حجم کم‌شان باعث می‌شود حتی روی دستگاه‌های کم‌قدرت یا شبکه‌های کند به‌خوبی اجرا شوند که این ویژگی برای مصرف کنندگان جهانی جذاب است. اطلاعات دقیق جمعیت شناختی در مورد بازیکنان بازی‌های هایپر کژوال و هیبرید کژوال محدود است. با این حال، قابل‌توجه است که ۶۳٪ از بازار بازی‌های موبایلی را زنان تشکیل می‌دهند و ۶۰٪ از آن‌ها به‌صورت روزانه بازی می‌کنند، درحالی‌که این میزان در میان مردان ۴۷٪ است. بیش از یک‌سوم

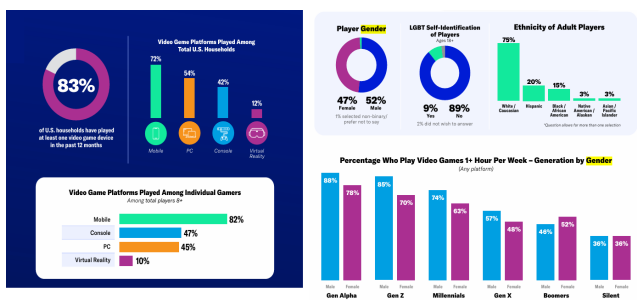
۹۰. esports

بازیکنان بازی‌های هیبرید کژوال بالای ۴۵ سال سن دارند و زنان ۵۵٪ از کل این بازار را تشکیل می‌دهند.

بسیاری از زنان به دلیل ویژگی‌های اجتماعی و جمعی این بازی‌ها انگیزه دارند تا بازی‌های هیبرید کژوال را تجربه کنند. توسعه‌دهندگان بازی‌های ویدئویی نیز به مشارکت زنان در این دسته از بازی‌ها توجه نشان داده‌اند و در حال آغاز طراحی بازی‌هایی ویژه‌ی آنان هستند. این یک گام روبه‌جلو برای صنعتی است که به‌طور تاریخی محتوای خود را عمدتاً برای مخاطبان مرد تولید کرده است. بسیاری از زنان با وجود علاقه و عملکرد مشابه در این حوزه، هویت خود را با فعالیت بازی یا شکل‌های رقابتی‌تر آن مانند ورزش‌های الکترونیکی مرتبط نمی‌دانند. فرهنگ غالب در بازی‌های ویدئویی رقابتی، زنان و بازیکنان کژوال را به حاشیه می‌راند و این موضوع در توضیح دلایل عدم شناسایی برخی زنان به‌عنوان بازیکن نقش مهمی ایفا می‌کند. همچنین، شیوه مصرف، به‌ویژه استفاده از دستگاه‌های همراه، ممکن است محدودیتی در درون فردی برای شکل‌گیری هویت بازیکنی ایجاد کند. تحقیقات نشان می‌دهد زنان نسبت به مردان تمایل بیشتری به بازی‌های موبایلی و بازی‌های کژوال دارند که نسبت به بازی‌های مبتنی بر کنسول و کامپیوتر جذابیت کمتری دارند؛ بنابراین، شیوه مصرف (دستگاه‌های موبایل) و ژانر بازی (بازی‌های هیبرید کژوال) می‌توانند توضیح جایگزینی برای عدم شناسایی زنان به‌عنوان بازیکن ارائه دهند.

شناسایی بازیکنان فرایندی پویاست که باید هم عوامل برون‌زاد (خارج از فرد) و هم درون‌زاد (داخلی به فرد) را در نظر بگیرد. پژوهش‌های پیشین عمدتاً عدم شناسایی زنان با بازی‌های ویدئویی و ورزش‌های الکترونیکی را ناشی از دو عامل برون‌زاد می‌دانستند که عبارت‌اند از مسمومیت فرهنگی و سلطه مردانه. این عوامل فرض می‌کنند مردان برای حفظ موقعیت غالب خود در یک فضا، زنان را تحت سلطه قرار می‌دهند. با نسبت دادن کامل عدم شناسایی زنان به عوامل برون‌زاد، نقش اراده و اختیار زنان نادیده گرفته می‌شود. اراده به معنای توان ذاتی فرد برای مشارکت در فعالیت‌ها و توسعه ترجیحات و هویت‌ها بر اساس

خواست خود است. علاوه بر این، این دیدگاه باعث اشتباه در شناخت کل فرهنگ ورزش‌های الکترونیکی به عنوان فضایی مسموم می‌شود، درحالی‌که همه بازی‌های رقابتی (و بازیکنان) خصمانه نسبت به زنان (و بازیکنان کژوال) نیستند. به بیان ساده‌تر، زنان ممکن است بر اساس خواست خود، برچسب «بازیکن» را رد کنند؛ چراکه بازی‌های ویدئویی تاریخی مملو از کلیشه‌ها و انگ‌های منفی بوده و به‌تازگی تا حد محدودی در فضای عمومی و فرهنگی پذیرفته شده‌اند.



شکل ۱۲- سهم زنان از بازیکنان و سهم موبایل نسبت به سایر پلتفرم‌ها

افراد مسن نیز در افزایش محبوبیت این ژانرها نقش دارند. این گروه جمعیتی از این جهت جالب توجه‌اند که عادت‌های آن‌ها در استفاده از دستگاه‌های همراه و بازی‌های ویدئویی مرتبط، تحت تأثیر روند شتاب‌یافته پذیرش فناوری در دوران همه‌گیری شکل گرفته است، همراه با زمان فراغت زیادی که در اختیار دارند. در میان این گروه، محبوب‌ترین انواع بازی‌ها شامل بازی‌های پازلی، منطقی، کارتی و تطبیقی هستند. افراد مسن انگیزه‌های گوناگونی برای بازی دارند، از جمله هیجان، ایجاد پیوند با خانواده و دوستان و حفظ سلامت روان.

بازی‌های هایپرکژوال و هایپریدکژوال بر سادگی تأکید دارند و پیچیدگی‌های فنی را کاهش می‌دهند. در عصری که فناوری به سرعت در حال پیشرفت است، گروه‌های متعددی مانند سالمندان و افراد ساکن کشورهای در حال توسعه معمولاً در مطالعات فراغت

دیجیتال کمتر موردتوجه قرار می‌گیرند. این بازی‌های ساده با توجه به افزایش استفاده از گوشی‌های هوشمند در میان سالمندان و افراد این مناطق، امکان مشارکت آن‌ها را فراهم می‌کنند.

بازی‌های هاپیرکژوال و هیبریدکژوال همچنین برای بازیکنان کژوال جذاب هستند؛ کسانی که وقت کافی برای اختصاص به اشکال رایج و رقابتی بازی‌های ویدئویی ندارند. این بازی‌ها به افراد این امکان را می‌دهند که علی‌رغم فشارهای زمانی ناشی از سایر اشکال جدید فراغت دیجیتال، ازجمله سرویس‌های پخش آنلاین و شبکه‌های اجتماعی، در دنیای بازی‌های ویدئویی مشارکت داشته باشند. جالب اینکه، همین شکل ساده از بازی‌های ویدئویی ممکن است موجب «ترس از جا ماندن»^{۹۱} شود. این ترس، نگرانی دائمی از دست دادن تجارب و رویدادهای جذاب است. بازی‌های هاپیرکژوال و هیبریدکژوال زمینه‌ساز شکل‌گیری رفتارهای آسیب‌زایی مانند «صفحه‌نمایش دوم»^{۹۲} هستند؛ رفتاری که در آن فرد هم‌زمان با تماشای یک رسانه‌ی دیگر، از دستگاه دیجیتال استفاده می‌کند. از یک‌سو، فرصت‌های فراغت دیجیتال و انگیزه‌های مصرف مرتبط، امکان‌های بیشتری برای مشارکت فراهم می‌کنند؛ اما از سوی دیگر، ممکن است نگرانی ایجاد کرده و به لحاظ روانی برای مشارکت‌کننده در فراغت دیجیتال زیان‌بار باشند.

بازی‌های هیبریدکژوال نمایانگر تغییرات نوآوری‌های دیجیتال هستند که تمرکز خود را بر رسیدن به مصرف‌کنندگان (شرکت‌کنندگان) در شرایط فعلی‌شان قرار داده‌اند. این بازی‌ها به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که در حین حرکت، حتی در محیط‌های شلوغ و در مسیرهای رفت‌و برگشت به محل کار، مدرسه و تفریح قابل بازی باشند. بازی‌های هیبریدکژوال تغییرات بنیادینی را که بر تجربه فراغت دیجیتال تأثیر می‌گذارند برجسته می‌سازند. شکاف دیجیتال و چالش‌های سواد دیجیتال مسائل پایدار هستند که با روند شتاب فناوری تشدید شده‌اند. این روندها مناطقی را نشان داده‌اند که در آن چالش‌های سواد دیجیتال همچنان باقی است، ازجمله در مهارت‌های فناوری و دسترسی، به‌ویژه برای

۹۱. Fear of missing out

۹۲. second screening

طبقات پایین‌تر اقتصادی و سالمندان. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه و نوظهور، دسترسی به کامپیوترهای پیشرفته، کنسول‌های بازی و اینترنت پرسرعت محدود است که مانع از مشارکت افراد در جوامع جهانی و آنلاین ورزش‌های الکترونیکی می‌شود. نیازمندی‌های بازی‌های هیبرید کژوال بسیار کمتر است و این باعث ایجاد حوزه‌ای در دسترس‌تر و فراگیرتر برای بازیکنان می‌شود. با این حال، دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات، هرچند در حال افزایش است، هنوز در بسیاری از کشورهای در حال توسعه چالشی جدی محسوب می‌شود و بسیاری را از این جوامع آنلاین محروم می‌سازد.

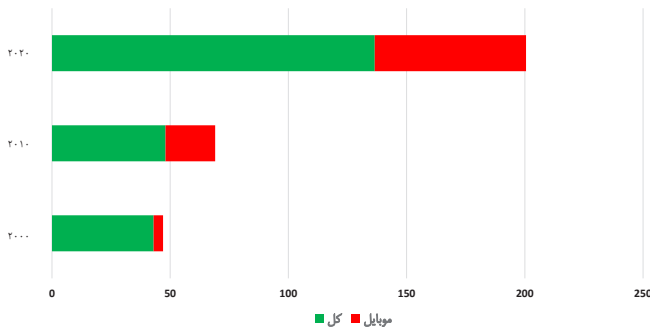
آمار و ارقام

در شش ماه نخست راه‌اندازی فروشگاه اپل در سال ۲۰۰۸ میلادی، این فروشگاه بیش از ۱۵۰۰۰ اپلیکیشن و ۵۰۰ میلیون دانلود را جذب کرد و سه ماه بعد یعنی در آوریل ۲۰۰۹ این ارقام دو برابر شدند و به ترتیب به ۳۰۰۰۰ اپلیکیشن و ۱ میلیارد دانلود رسیدند؛ در نوامبر ۲۰۰۹، این ارقام به ۱۰۰۰۰۰ اپلیکیشن و ۲ میلیارد دانلود رسید. در این میان محبوب‌ترین اپلیکیشن‌ها شامل رابط‌های کاربری سفارشی‌شده برای وبسایت‌های موجود نظیر ای بی^{۹۳}، خدمات مبتنی بر مکان و وب و اپلیکیشن‌های مستقل (به‌ویژه بازی‌ها) بودند. در اوایل سال ۲۰۱۱، این رقم به ده میلیارد دانلود رسید و در میانه‌ی سال ۲۰۱۳، اپل شمارش معکوس برای پنجاه میلیاردمین دانلود را اعلام کرد. در سال ۲۰۱۴ میلادی، بنا بر فهرست فروشگاه اپ‌استور، شانزده مورد از بیست‌وپنج اپلیکیشن پولی برتر تمام دوران، بازی هستند و باقی شامل اپلیکیشن‌های بازی‌محور برای ویرایش موسیقی، عکس و ویدئو و نیز اپلیکیشن‌های «بهره‌وری^{۹۴}» می‌شوند. تا سال ۲۰۱۴ میلادی، ۷۵ درصد از کل دانلودهای تلفن همراه به بازی‌ها اختصاص داشتند و چنین پیش‌بینی می‌شد که تا سال ۲۰۱۶، دستگاه‌های همراه به «صفحه‌نمایش اصلی» برای بازی تبدیل خواهند شد.

۹۳. eBay

۹۴. Productivity apps

بازار بازی‌های موبایلی در حال حاضر بخش عمده‌ای از کل درآمد صنعت بازی‌های ویدئویی را تشکیل می‌دهد. صنعت بازی‌های ویدئویی در مجموع (به دلار آمریکا و بدون تعدیل برای تورم) درآمدی برابر با ۴۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۰، ۷۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ و برآوردی معادل ۱۳۶.۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ تولید کرده است. بازار بازی‌های موبایلی (که بخشی از صنعت کلی بازی‌های ویدئویی به شمار می‌رود) در سال ۲۰۰۰ حدود ۴ میلیارد دلار، در سال ۲۰۱۰ حدود ۲۱ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۰ رقمی در حدود ۶۴ میلیارد دلار درآمد داشته است. به بیان ساده، بازار بازی‌های موبایلی با سرعت بالایی در حال افزایش سهم خود در صنعت بازی‌های ویدئویی است.

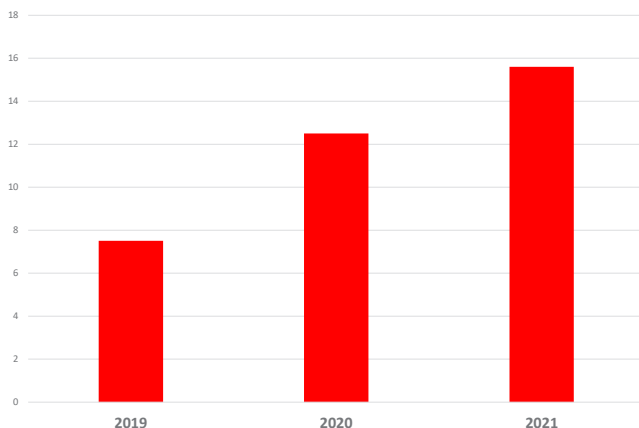


شکل ۱۳- رشد سهم بازی‌های موبایلی از کل صنعت بازی (۲۰۲۰-۲۰۰۰)

بازی‌های هایپرکژوال و هیبریدکژوال ازجمله سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد، پردانلودترین و سودآورترین بخش‌های بازار بازی‌های ویدئویی هستند. در سال ۲۰۱۸، چهارده عنوان از ۱۰۰ بازی موبایلی پردانلود در جهان متعلق به ژانرهای هایپرکژوال یا هیبریدکژوال بودند. تا سال ۲۰۲۱، این رقم به ۳۶ عنوان از میان ۱۰۰ بازی پر داندلود رسید.

بازی‌های هیبریدکژوال به‌ویژه از همه‌گیری جهانی کووید-۱۹ سود بردند. این دوران موجب تسریع پذیرش نوآوری‌های دیجیتالی در صنایع و فعالیت‌های مختلف شد، به‌ویژه در حوزه‌ی بازی‌های

ویدئویی. تعداد دانلود بازی‌های هیبرید کژوال از ۷.۵۱ میلیارد در سال ۲۰۱۹، به ۱۲.۵ میلیارد در ۲۰۲۰ و ۱۵.۶ میلیارد در ۲۰۲۱ رسید. در سال ۲۰۲۱، ژانر بازی‌های هیبرید کژوال بیش از ۵۰٪ از کل دانلودهای بازی‌های موبایلی را شامل می‌شد و ۱۰۰۰ بازی برتر این ژانر بیش از ۱۵ میلیارد بار دانلود شده بودند. بزرگ‌سالان مسن نیز در این دوران به بازی‌های موبایلی روی آوردند و از هر سه سالمند، یک نفر در دوران همه‌گیری بازی‌های ویدئویی را آغاز کرد؛ عمدتاً از طریق دستگاه‌های موبایلی. با این حال، این افراد به دلیل محدودیت در سواد دیجیتال با موانعی در استفاده از این دستگاه‌ها مواجه بودند.



شکل ۱۴- رشد تعداد دانلود بازی‌های هیبرید کژوال (۲۰۲۱-۲۰۱۹)

در حوزه بازی‌های موبایلی، تمرکز بر حرکت از سبک «هایپر» به سمت «هیبرید» است. گزارش وضعیت بازی ۲۰۲۵ از شرکت Unity به تغییر گسترده صنعت به سوی بازی‌های هیبرید کژوال پرداخته است: بازی‌هایی که جذابیت عمومی و قابلیت بازاریابی بازی‌های هایپر کژوال را با گیم‌پلی عمیق‌تر و محتوای درگیرکننده‌تری که معمولاً در بازی‌های کژوال دیده می‌شود ترکیب می‌کنند.

در گزارش روندهای GDC ۲۰۲۵ شش روند اصلی مطرح شده است که یک مورد آن به بازی‌های هیبرید کژوال می‌پردازد. در کنار هوش مصنوعی، واقعیت مجازی، بازی‌های لایو سرویس^{۹۵} و دسترسی‌پذیری، بازی‌های هیبرید کژوال از روندهای سال ۲۰۲۵ میلادی هستند مطابق این گزارش بازیکنان در حال مهاجرت از بازی‌های فوق‌العاده ساده (هایپر کژوال) به بازی‌های ترکیبی ساده (هیبرید کژوال) در موبایل هستند که در آن‌ها مکانیک‌های ساده‌ی گیم‌پلی با روایت، جهان‌سازی^{۹۶} و عناصر متاگیم^{۹۷} ترکیب می‌شود. درواقع، طبق گزارش «وضعیت صنعت بازی در سال ۲۰۲۵»، تعداد توسعه‌دهندگانی که روی بازی‌های موبایلی کار می‌کنند برای اولین بار در سال‌های اخیر افزایش یافته است. ماریوش گاسیفسکی^{۹۸}، مدیر بخش بازی‌ها و اپلیکیشن‌های موبایل در منطقه اروپای مرکزی و شرقی در شرکت گوگل، بخشی از این موفقیت را به افزایش استفاده از گوشی‌های هوشمند در کشورهایی مانند برزیل، هند، نیجریه و فیلیپین نسبت می‌دهد. او اشاره می‌کند که بسیاری از کاربران اینترنت در این مناطق - در برخی مناطق، «بیش از ۹۰٪» - از گوشی‌های هوشمند برای بازی استفاده می‌کنند. همچنین، این دسته از بازیکنان بیشتر به بازی‌های رایگان^{۹۹} گرایش دارند تا بازی‌های پولی^{۱۰۰} و احتمال پذیرش هوش مصنوعی مولد در بازی‌ها نیز نزد آن‌ها بالاتر است. این سبک همچنین برای استودیوهایی که به دنبال دیده شدن در بازار اشباع‌شده‌ی بازی‌های موبایلی هستند، یک مزیت به شمار می‌آید. استیون مرتزکی^{۱۰۱}، معاون طراحی در شرکت پپیل فان^{۱۰۲}، اشاره می‌کند که بازار ۳ میلیارد دلاری بازی‌های کژوال ترکیبی شاید کوچک‌تر از بازار ۳۰ میلیارد دلاری بازی‌های کژوال باشد، اما به آن اندازه شلوغ نیست.

۹۵. live service

۹۶. worldbuilding

۹۷. metagame

۹۸. Mariusz Gasiewski

۹۹. free-to-play

۱۰۰. premium

۱۰۱. Steven Meretzky

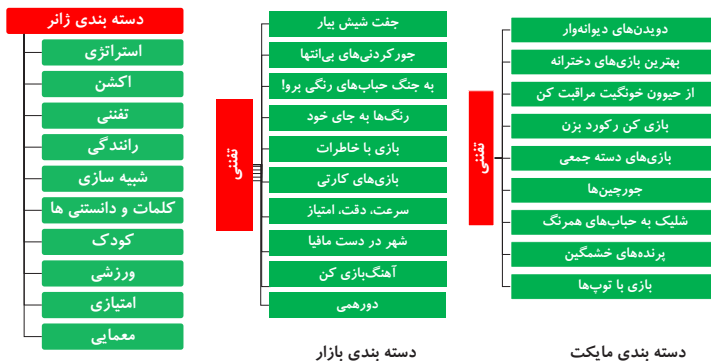
۱۰۲. PeopleFun

در ایران چه میگذرد؟

مطابق با آخرین گزارش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای «نمای نزدیک: پلتفرم موبایل» نرخ رشد مرکب سالانه بازیکنان موبایلی در ایران بین سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ خورشیدی برابر با ۸,۱۱ درصد بوده است. مطابق این گزارش در سال ۱۴۰۰ میلادی بالغ بر ۳۲ میلیون بازیکن در پلتفرم موبایل در ایران مشغول به بازی بوده‌اند که این مقدار سهم ۹۶ درصدی از کل بازیکنان در ایران است. در ساخت ترکیب سنی بازیکنان موبایل در مقایسه با آمارهای خارجی نکته جالب توجه این موضوع است که غالب این بازیکنان در دسته جوانان و بعد از آن بزرگسالان قرار می‌گیرند و دارای میانگین سنی ۲۵ سال هستند. بازی‌های موبایل بیشترین نفوذ را در مناطق روستائین ایران دارند که از دلایل آن می‌توان به سختی دسترسی به سایر پلتفرم‌ها در این مناطق اشاره کرد. موبایل پلتفرم محبوب بازی در میان زنان است و ۹۹ درصد از زنان و دختران از تلفن همراه خود برای انجام بازی‌ها استفاده می‌کنند. ژانر مورد علاقه این افراد بازی‌های جورچین و معمایی و پس از آن بازی‌های تفننی یا کژوال است. به طور کلی ژانر تفننی جزو پنج انتخاب اصلی هر دو جنسیت زن و مرد در ایران قرار می‌گیرد. بیش از نیمی از بازیکنان موبایلی به شکل برخط بازی می‌کنند و بالغ بر ده درصد کاربران از بازیکنان خریدار هستند. سهم ده درصدی بازیکنان خریدار، با توجه به اینکه تعداد بازیکنان موبایلی در ایران زیاد است جمعیت قابل توجهی را به خود اختصاص می‌دهند - عددی نزدیک به جمعیت کشور ارمنستان - که می‌تواند مورد توجه توسعه‌دهندگان بازی‌های موبایلی قرار گیرد. شخصیت گلمراد و شخصیت‌های موجود در بازی آمیرزا که وابسته به بازی‌های تفننی هستند شخصیت‌های محبوب دارای عناصر ایرانی در میان بازیکنان ایرانی هستند.

مطابق با گزارش فروشگاه برنامه‌های کاربردی «بازار» در سال ۱۴۰۲ خورشیدی، تعداد کاربران خریدار محتوای دیجیتال به ۵,۵ میلیون نفر می‌رسد که آمار امیدوارکننده‌ای را بیان می‌کند. این در حالی است که جمعیت کشوری نظیر فنلاند که در سال‌های

اخیر در حوزه بازی‌های موبایل بسیار موفق عمل کرده است، با این تعداد مخاطب فعال در ایران برابری می‌کند. نیمی از برنامه‌های منتشرشده در مارکت بازار به بازی‌های دیجیتالی اختصاص دارد و از این میان حدود ده درصد از بازی‌های به توسعه‌دهندگان ایرانی اختصاص دارد. دو مارکت اصلی برنامه‌های کاربردی در ایران «بازار» و «مایکت» هستند. بازی‌های کژوال یا تفریحی از نمونه ژانرهای موجود در مارکت ایرانی بازار است. دسته‌بندی‌های مختلف این ژانر شامل بازی‌های مار و پله، پازل سه‌تایی، بازی‌های کارتی و مافیا و ... می‌شود.



شکل ۱۵- دسته‌بندی بازی‌های تفریحی در مارکت بازی‌های ایرانی

در ایران به دلیل کمبود ادبیات تحقیقی و پژوهشی و عدم وجود تعاریف رسمی و دانشگاهی، وفاق بر سر مفاهیم تخصصی و وابسته به صنعت نظیر روند کژوال ترکیبی امری دشوار به نظر می‌رسد. از این جهت یافتن نمونه‌ها و مصادیق از بازی‌های داخلی که در باور متخصصان و ذهنیت عموم با قاطعیت برچسب هیبرید کژوال بگیرد با چالش‌هایی مواجه است. در ضمن نگارش این پژوهش تلاش شد ضمن مطالعه منابع آکادمیک و اسناد به گفتگو با بازی‌سازان داخلی و بازیکنان نیز پرداخته شود تا خلأ موجود بر سر عدم توافق بر سر تعاریف کاهش یابد. نمونه بازی‌هایی که

در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود دارای برخی از عناصر بازی‌های هیبرید کژوال هستند و به‌طور جامع و کامل بازتابنده بازی‌های این نوع نیستند.

همان‌طور که بیان شد بازی هیبرید کژوال از جایی آغاز شد که روش درآمذزایی ساده در بازی هایپرکژوال در جذب مخاطب ناکام ماند و سازندگان آن‌ها تصمیم گرفتند از حلقه‌های درآمذزایی جدید بهره ببرند. مثلاً مأموریت‌های روزانه یا سیستم پیشرفت و دستاوردها را به بازی خود اضافه کردند. برخلاف دسته‌بندی‌های سنتی، دسته‌بندی ژانرها در بازی‌های موبایلی بر اساس مکانیک نیست. یک بازی هایپر کژوال با مکانیک آن تعریف نمی‌شود بلکه با شیوه‌های درآمذزایی، مارکتینگ و کاربران آن‌ها تعریف می‌شوند. این بازی‌ها تک مکانیکی هستند و تعریف گر یک ژانر نیستند. به‌عنوان مثال بازی‌های هایپر کژوال استراتژیک یا هایپر کژوال اکشن قابل تعریف هستند.

باید به این نکته توجه داشت که صرفاً به ترکیب دو ژانر با یکدیگر یک بازی هیبرید کژوال گفته نمی‌شود. تنها ترکیب دو بازی جورچین سه‌تایی و دکوراسیون اگرچه بازی را به یک بازی هیبرید تبدیل می‌کند اما بیانگر بازی هیبرید کژوال نیست. هیبرید در بازی‌های موبایلی کژوال یعنی ترکیب ژانرهای متفاوت در هسته گیم‌پلی، به‌گونه‌ای که تجربه‌ای تازه و چندلایه ایجاد شود؛ نه صرفاً افزودن حالت‌های جانبی. ترکیب مناسب، هم جذابیت اولیه بازی را بالا می‌برد و هم با متای متنوع، بازیکن را در طولانی‌مدت درگیر نگه می‌دارد؛ بنابراین مفهوم هیبرید در بازی‌های موبایلی به ترکیب دو یا چند ژانر اصلی گیم‌پلی اشاره دارد؛ اما ترکیبی که صرفاً به‌صورت مینی گیم یا حالت جانبی نباشد، بلکه بخش اصلی تجربه بازی را شکل دهد. در این رویکرد، بازیکن با یک حلقه اصلی^{۱۰۳} یا همان لایه اصلی مانند جورچین سه‌تایی، آیدل^{۱۰۴} یا عناصر نقش‌آفرینی^{۱۰۵} درگیر می‌شود و

۱۰۳. Core Loop

۱۰۴. Idle

۱۰۵. RPG Combat

در کنار آن، یک یا چند لایه فرابازی یا لایه مکمل از ژانرهای متفاوت مانند ساخت و ساز، داستان‌سرایی یا مدیریت منابع اضافه می‌گردد. چنین ترکیبی عمق، تنوع و ماندگاری بیشتری برای بازی ایجاد می‌کند. نمونه روشن این حالت زمانی است که گیم‌پلی جورچین سه‌تایی با مکانیک آشپزی ترکیب شود و هسته‌ای تازه و هیجان‌انگیز را به وجود آورد.

بازی‌های هیبرید کژوال از ترکیب بازی‌های ساده با بازی‌های پیچیده حاصل می‌شود که از آرت استایل بسیار جذاب و قابل‌فهم‌تر شروع کرده و آن را به سمت بازی کژوال سوق می‌دهند. بازیکن بازی‌های ساده هاپیر کژوال در اینجا تبدیل به یک کاربر کژوال شده و کسب درآمد نیز راحت‌تر می‌شود چراکه این بازی‌ها قابل‌فهم‌تر هستند و بنابراین بازیکنان گسترده‌تری را می‌توانند جذب کنند. یک بازی که بالای سی درصد از درآمد خود را از خرید درون برنامه‌ای دارد یک هیبرید کژوال قوی‌تر است.

با توجه به تعریف «بازی‌های هیبرید-کژوال» می‌توان گفت که این دسته از بازی‌ها بر پایه‌ی یک گیم‌پلی ساده و بدون پیچیدگی (مانند کژوال یا هاپیر کژوال) شکل می‌گیرند، اما با افزودن عناصری همچون متاگیم، قابلیت‌های اجتماعی یا حتی یک روایت ساده، به سطحی عمیق‌تر از تعامل و چسبندگی^{۱۰۶} می‌رسند. به بیان دیگر، گیم‌پلی اصلی^{۱۰۷} از ژانرهای کژوال یا هاپیر کژوال گرفته می‌شود و سپس لایه‌های مکمل به آن اضافه می‌گردد تا بازیکن را برای مدت بیشتری درگیر نگه دارد. اگر یک بازی فقط ساده، سریع و وابسته به تبلیغات باشد بدون اینکه لایه‌های انقیاد عمیق (مانند متا، خرید درون بازی یا قابلیت پیشرفت استراتژیک) داشته باشد، به احتمال زیاد جزو هیبرید کژوال محسوب نمی‌شود. بیشتر بازی‌های داخل ایران کژوال هستند و کمتر می‌توان به آن‌ها عنوان بازی هیبرید کژوال را منتسب کرد.

برخی از سازندگان بازی‌های کژوال با افزودن لایه‌های متا نظیر قرار دادن امکانات ارتباطات اجتماعی یا افزودن داستان

۱۰۶. Stickiness

۱۰۷. Core Gameplay

با تم ایرانی و ملی تلاش کرده‌اند بازی‌های خود را به سمت ژانر هیبرید کژوال هدایت کنند. بازی «گلمراد» که اساس آن بر مکانیک جورچین سه‌تایی بنا شده است، با اضافه کردن یک متای قدرتمند می‌تواند از نمونه‌های مورد توجه در این پژوهش باشد. مطابق با تعاریف ارائه شده در این پژوهش، بازی گلمراد (استودیو مدریک) دارای برخی از ویژگی‌های بازی‌های هیبرید کژوال است. با توجه به اینکه مکانیک هسته بازی‌های هیبرید کژوال می‌بایست بسیار ساده در نظر گرفته شوند، در تشابه به بازی هوم اسکپسز، در زمینه یک بازی جورچین سه‌تایی و بازی‌های شبیه‌سازی همراه با سیستم ارتقا، گلمراد روایت گر داستان مردی است که خانه قدیمی اجدادی خود را بازسازی می‌کند و به این منظور بازیکن می‌بایست بازی‌های مچ‌تری یا جورچین سه‌بعدی را پشت سر بگذارد. بازیکن جوایزی که در بخش پازل سه‌تایی به دست می‌آورد در بخش تعمیر و دکوراسیون استفاده می‌کند. این بازی در مواردی و از جمله عناصر گرافیکی به نمونه‌های خارجی مشابهت دارد و در تم و موضوع داستان به شکل بومی عمل کرده است.



ترکیب بازی جورچین سه تایی و بازی شبیه سازی دکوراسیون

سیستم پیشرفت در بازی و ماموریت روزانه

تبلیغات درون بازی



ساخت شناسه کاربری برای روابط اجتماعی و لیست پیشنهاد



به طور کلی در ایران بازی‌های کژوال در مقایسه با هایپر کژوال بهتر عمل کرده‌اند و بازی‌های هیبرید کژوال ایرانی که مراد ما از آن‌ها در اینجا بازی‌های آنلاین و دارای ویژگی‌های اجتماعی و دارای برخی مکانیزم‌های میدکور است بهتر عمل کرده‌اند. در بازی‌های هیبرید کژوال یک گیم پلی طراحی شده و بازی با استفاده از عملیاتی سعی بر حفظ کاربر دارد؛ علاوه بر این عمق بازی‌های هیبرید کژوال به نسبت بازی‌های هایپر کژوال بیشتر است. بازی سفره‌چی (بلوط گیمز) برخی از ویژگی‌های بازی‌های هیبرید کژوال را دارد. سفره‌چی یک بازی موبایلی ساخت استودیو بلوط گیمز است که در سبک آشپزی / رستوران‌داری با فضای کاملاً ایرانی طراحی شده است و مکانیک ساده و سریع (پخت و سرو غذا) دارد. در این بازی شما صاحب یک مجموعه از رستوران‌ها هستید. با درآمد کسب‌شده رستوران‌ها را بزرگ‌تر می‌کنید و امکانات جدید اضافه می‌کنید. چالش‌های آنلاین معمولاً در بازی فعال می‌شوند تا بازی هیجان بیشتری داشته باشد. همچنین بازی شامل پرداخت درون برنامه‌ای و تبلیغات برای درآمدزایی است.



امکانات اجتماعی

خرید درون برنامه ای، تبلیغات، جوایز

سیستم پیشرفت و دستاوردها

هپبرید کژوال یک اصطلاح دوتایی است و از دو بخش هپبرید و کژوال تشکیل شده است. بخش هپبرید اشاره به این دارد که دو سبک مختلف بازی باهم ترکیب شده‌اند. مثلاً یک بازی جورچین سه‌تایی مثل کندی کراش با بازی دیگری مثل بازی تزیین کردن مثل تعمیر یک‌خانه ترکیب می‌شود که یک بازی سبک شبیه‌سازی است. با کنار هم قرار گرفتن این بازی‌ها یک بازی هپبرید داریم. بخش دوم این اصطلاح به جدیت بازی و زمان صرف شده توسط بازیکن اشاره دارد. بازی کژوال معمولاً ده دقیقه بازی می‌شود بازی میدکور بیشتر بازی می‌شود و بازی هارد کور یک بازی تخصصی برای بازیکنان است و معمولاً درجایی مثل فواصل استراحت در محیط کار بازی نمی‌شود. بازی هایپر کژوال نظیر ۲۰۴۸ رو به افول است و زیر همه این بازی‌ها قرار گرفته و کمترین زمان را می‌گیرد. این بازی‌ها صرفاً تک مکانیکی هستند و زمان هر نشست بسیار کوتاه است. بازی رویای شیدا (استودیو تاد) در کنار یک بازی پازل سه‌تایی بازسازی مناطق مختلف را به بازیکن ارائه می‌دهد. لیست بازیکنان برتر و خریده‌ای درون برنامه‌ای، امکان ساخت پروفایل و آواتار از دیگر ویژگی‌های این بازی است.



سیستم پیشرفت و ارتقا در بازی
و لیست بازیکنان پیش‌تاز

ساخت شناسه کاربری برای روابط اجتماعی

نتیجه گیری

نوآوری‌های دیجیتال به‌طور فزاینده‌ای پیچیده و فراگیر شده‌اند. این نوآوری‌ها شامل رایانه‌های شخصی، تلفن‌های هوشمند، تبلت‌ها و سایر فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات می‌شوند که جایگزین اشکال سنتی فراغت مانند تلویزیون و رادیو شده‌اند. بازی‌های هایپرکژوال و هیبریدکژوال بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره افراد هستند. با ادامه پیشرفت نوآوری‌های دیجیتال در مدیریت ورزش و فراغت، این زانرهای بازی‌های ویدئویی تغییراتی را در چگونگی، زمان و مکان فراغت دیجیتال به وجود می‌آورند. چه بازیکنان به دنبال تجربه‌های بازی در حال حرکت باشند و چه به دنبال فرار ساده و بدون استرس، این بازی‌ها بر مدیریت فراغت دیجیتال تأثیرگذارند. باین‌حال، روندهای شتاب فناوری، شکاف دیجیتال و چالش‌های سواد دیجیتال را تشدید کرده‌اند. پژوهشگران فراغت دیجیتال باید علاوه بر نوآوری دیجیتال، محیط فناورانه پیرامون پذیرش آن را نیز مدنظر قرار دهند. بازی‌های هایپرکژوال و هیبریدکژوال تغییراتی در فعالیت‌های فراغت دیجیتال، ازجمله اولویت دادن شرکت‌کنندگان به‌سادگی به‌جای پیچیدگی را منعکس می‌کنند که دیدگاهی نوین در مقابل شکل‌های پیچیده‌تر فراغت دیجیتال ارائه می‌دهد.

بازی‌های هیبریدکژوال، آثاری هستند که در آن‌ها دسترسی‌پذیری بالای بازی‌های هایپرکژوال با مکانیک‌های عمیق‌تر و درگیرکننده‌تر ترکیب می‌شود. این بازی‌ها از دل بازی‌های هایپرکژوال به وجود آمده‌اند، آثاری که تقریباً به‌طور کامل بر پایه‌ی تبلیغات بودند و چرخه‌ی عمر کوتاهی داشتند. به باور نظریه‌پردازان، اصطلاح «کژوال» اصطلاحی نادرست است. بازی‌های کژوال اغلب پوششی هستند برای سرمایه‌گذاری زمانی، مالی و اجتماعی فراوانی که از سوی بازیکن صرف می‌شود. بازی‌های هایپرکژوال و هیبریدکژوال بازتاب‌دهنده گرایش به تجربیات فراغتی دیجیتال ساده‌تر و غیررسمی‌تر هستند. ازجمله می‌توان به ترجیح مشارکت‌کنندگان به‌سادگی در مقابل پیچیدگی اشاره کرد که در تقابل با شکل‌های روزافزون پیچیده‌ی فراغت دیجیتال، چشم‌اندازی نو ارائه می‌دهد.

این بازی‌ها «حواس‌پرتی» در زندگی روزمره بازیکن نیستند، بلکه تعاملاتی‌اند که نیازمند توجه هم‌زمان در چند جهان هستند. بازی‌های موبایلی نه گسستی از بازی‌های ویدئویی سنتی‌اند و نه چیز دیگر، بلکه نیازمند بازتعریف نحوه درک ما از نقش جهان‌های واقعی و مجازی در بازی‌های ویدئویی و چگونگی تجسم بازیکن در این جهان‌ها هستند. این بازی‌ها بدون جنبه‌های منفی نیستند؛ ازجمله تشویق به رفتارهای زیان‌آور مانند اضطراب و ترس از جا ماندن، مصرف بیش‌ازحد دیجیتال و هزینه‌کرد و مجموعه‌ای از چالش‌های نوظهور در محیط‌های واسطه‌گر دیجیتال. پژوهشگران حوزه فراغت دیجیتال باید به ضرورت مطالعات میان‌رشته‌ای در این حوزه توجه ویژه داشته باشند. چارچوب‌های فناوری مطرح، ازجمله مدل پذیرش فناوری و نسخه‌های معاصر آن، پذیرش نوآوری‌های فناوری را بر اساس کاربرپذیری و سهولت استفاده آن‌ها توضیح می‌دهند.

این چارچوب‌ها می‌توانند بینش‌هایی درباره چالش‌های محیطی، ساختاری و اجتماعی فراتر از موانع و تسهیل‌کننده‌های فراغت که بر مشارکت در فعالیتهای فراغت دیجیتال تأثیرگذارند، فراهم آورند. برای نمونه، دسترسی به وای‌فای رایگان یا کم‌هزینه در فضاهای عمومی مانند کتابخانه‌ها و مراکز اجتماع سالمندان به‌طور فزاینده‌ای فراهم شده است، اما اغلب افراد مراجعه‌کننده به این مکان‌ها مهارت لازم برای استفاده از این خدمات دیجیتال را ندارند. پژوهش‌های فراغت دیجیتال باید فراتر از نوآوری‌های فناورانه، عوامل محیطی مؤثر بر پذیرش فناوری را نیز مدنظر قرار دهند. از آنجا که فراغت دیجیتال و بازی‌های رقابتی ویدئویی مرزهای جغرافیایی را پشت سر می‌گذارند، توسعه دامنه تحقیقات علمی به مناطقی که نیازمند درک عمیق‌تر عوامل تسهیل‌کننده و محدودکننده فراغت و انگیزه‌های مصرف هستند، ضروری است. درحالی‌که فناوری بیش از پیش در خانه‌ها و زندگی روزمره افراد حضور دارد، پژوهشگران ورزش و فراغت نیز باید این رویکرد را در پیش گیرند و تجربیات زیسته افراد را تحلیل کنند تا اصول بنیادین فراغت دیجیتال را به‌طور کامل درک نمایند.

از آنجا که صنعت بازی‌های ویدئویی پیوسته در حال تحول است و روندها و فناوری‌های جدید به‌طور مداوم ظهور می‌کنند، پیش‌بینی دقیق مسیر آینده‌ی ژانر بازی‌های کژوال هیبریدی دشوار است. با این حال، با توجه به موفقیت ژانر هایپرکژوال در بازار بازی‌های موبایلی، می‌توان پیش‌بینی کرد که بازی‌های کژوال هیبریدی نیز به محبوبیت خود ادامه داده و متناسب با پلتفرم‌ها و فناوری‌های نوین، به‌طور مستمر تکامل یافته و تطبیق پیدا خواهند کرد. یکی از روندهایی که در چند سال اخیر در صنعت بازی مشاهده شده، افزایش ادغام بازی‌های کژوال با شبکه‌های اجتماعی و سایر قابلیت‌های آنلاین است. بسیاری از بازی‌های کژوال هیبریدی نه تنها گزینه‌هایی برای اتصال آنلاین کاربران با دوستان یا اعضای خانواده و رقابت با یکدیگر ارائه می‌دهند، بلکه امکان همکاری یا اشتراک گذاری پیشرفت‌ها و دستاوردها در شبکه‌های اجتماعی را نیز فراهم کرده‌اند. علاوه بر این، استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری عمیق ماشینی در توسعه‌ی بازی‌ها در حال افزایش است و شرکت‌های توسعه‌دهنده در حال انجام پژوهش و توسعه برای بهره‌گیری مستمر از این فناوری‌ها در روند تولید بازی‌ها هستند. با استفاده از این فناوری‌ها می‌توان تجربه‌ای پویاتر و شخصی‌سازی شده تر برای بازی‌های تک نفره ایجاد کرد و درعین حال کیفیت کلی و ارزش بازی را ارتقا بخشید. همچنین با ادغام پلتفرم‌های مختلف همچون موبایل، رایانه‌های رومیزی و کنسول‌های بازی، یا از طریق قابلیت کراس پلتفرم، احتمال توسعه‌ی بازی‌های هیبرید کژوال برای پلتفرم‌های جدید و بالقوه‌ای که تاکنون ایجاد نشده‌اند، بسیار زیاد است. به‌طور کلی، می‌توان تأیید کرد که آینده‌ی ژانر بازی‌های کژوال هیبریدی روشن بوده و از پتانسیل بالایی برای توسعه‌ی هیجان‌انگیز برخوردار است. به نظر می‌رسد که ترکیب این ژانر با هوش مصنوعی و نوآوری در محتوای تلفیقی و میان‌رسانه‌ای در آینده‌ای نزدیک رقم خواهد خورد؛ و این نتیجه‌گیری را می‌توان از دستاوردهای مهم این پژوهش به شمار آورد.

- ◆ Anthony D. Pizzo (2023): Hypercasual and Hybrid-Casual Video Gaming: A Digital Leisure Perspective, Leisure Sciences,- DOI:10.1080/01490400.2023.2211056
- ◆ Chess, S., & Paul, C. A. (2019). The end of casual: Long live casual. Games and Culture, 14(2), 107-118.
- ◆ Johnson, M. R. (2019). Casual games before casual games: Historicizing paper puzzle games in an era of digital play. Games and Culture, 14(2), 119-138.
- ◆ Juul, J. (2012). A casual revolution: Reinventing video games and their players. MIT press.
- ◆ Keogh, B. (2014). Paying attention to Angry Birds: Rearticulating hybrid worlds and embodied play through casual iPhone games. In The Routledge companion to mobile media (pp. 267-274). Routledge.
- ◆ Richardson, I., & Hjorth, L. (2014). Mobile games: From tetris to foursquare. In The Routledge companion to mobile media (pp. 256-266). Routledge.
- ◆ Son, B. H. (2023). Understanding Hybrid Casual Game Genre and Future Trends. In Proceedings of the Korean Society of Computer Information Conference (pp. 79-81).
- ◆ Wolf, M. J., & Perron, B. (Eds.). (2023). The Routledge companion to video game studies. Taylor & Francis.
- ◆ رفیع زاده، ریحانه (1404). انقلاب کژوال در صنعت بازی‌های ویدیویی: بازگشت به ریشه‌ها.
- ◆ <https://www.zoomg.ir/game-articles/406228-videogame-casual-revolution/>
- ◆ Mastering hybrid-casual game design

<https://www.gamedeveloper.com/business/mastering-hybrid-casual-game-design-lessons-in-balancing-depth-and-accessibility>

- ◆ What are hybrid-casual games

<https://unity.com/glossary/hybrid-gaming>

- ◆ Pangle x Newzoo: Mobile Game Genre Report: Hypercasual

- ◆ GDC trends report (2025).

- ◆ ESA About the U.S Video Game Industry (2025)





