

صناعة ألعاب الفيديو واقتصادها : النشأة، التطور والخصائص

ب. مراد قاصد

كلية علوم الاعلام والاتصال

- جامعة الجزائر 3 -

مقدمة

لقد غدت ألعاب الفيديو أكثر من أي وقت مضى من النشاطات التي لا يمكن أن يتجاوزها شباب اليوم، سواء في أوروبا أو أمريكا أو الدول الآسيوية (الدول الرائدة في قطاع صناعة ألعاب الفيديو من دول العالم) وربما في كثير من دول العالم، بعدما أحكموا الرباط مع التكنولوجيات الحديثة للاتصال. ومع ظهور أي شكل من أشكال هذه التقنيات، ومع بروز أية ظاهرة من الظواهر الاجتماعية، إلّا وتثار حولها مجموعة من الشكوك والتساؤلات التي يطرحها علماء النفس وعلماء الاجتماع والاعلاميون والباحثون بصفة عامة حول الآثار التي يمكن أن تخلفها هذه الوسائل على سلوك اللاعبين، كذلك التي طرحت أيام ظهور التلفزيون ومضامين العنف فيه.

إن صناعة ألعاب الفيديو هي اليوم في نمو مستمر على المستوى العالمي، كما أنّها اتخذت بعداً اقتصادياً هاماً، وتخضع إلى تقلبات التقدّم التكنولوجي، كما تراقب عن قرب التطورات الحاصلة في ميدان التكنولوجيات الحديثة للاتصال. فالיום هذه الصناعة لها خصوصياتها، بحيث استقلّت عل شكل مؤسسات مختلفة ارتكزت على استوديوهات التطوير. ويرتكز العمل في مجال الابداع في ألعاب الفيديو على مؤهلات إستراتيجية تتمثل في القدرة على تخيل حكايات وقصص تفاعلية، ثم القدرة على تصويرها (اخراجها على شكل صور) في ظل سوق شديدة المنافسة.⁵⁵

تجاوزت حالياً صناعة ألعاب الفيديو في الولايات المتحدة الأمريكية الصناعة السينما
توغرافية بنسبة 100% وذلك منذ 1995. وعليه، فقد أصبحت هذه الألعاب في وقت قصير،

⁷³ Monde virtuel, économie réelle, Veronique De La Celle et Cicile Rafin, sous direction Mai 2008, Aix-en-Provence p. 9

نشاطا ترفيهيا أكثر أهمية من مشاهدة التلفزيون أ والذهاب إلى السينما، وحسب بعض الاحصائيات، فإن مبيعات هذا القطاع، قد تضاعفت ثلاث (03) مرات من 8,3 مليار € (يورو) في سنة 2000 الى 21,4 مليار € يوروفي 2005.

ماذا نعي بألعاب الفيديو ؟

"L'opposé du jeu n'est pas le sérieux mais la réalité" FREUD

يعدّ اللعب نشاطا ترفيهيا سواء أكان بدنيا أم معنويا، يخضع لقواعد يحترمها اللاعبون من أجل الترفيه، المتعة أو التسلية. واللفظ مشتق من اللاتينية jocus ويعني التنكيت (من النكة) Badinage. كما أنّ اللعب هو اختراع وابداع لا يتوقف عن متابعة التطورات الحاصلة في نط الحياة ومواكبتها. وعليه، يلاحظ أن ألعاب الفيديو أنّها تندرج ضمن هذا المسعى التطوّري من حيث أنّها نشاط موجّه نحو الترفيه.

في البداية لابد أن نتساءل إذا كان بالإمكان تحديد أطر ميدان بحثي يجمع أشكالا متعدّدة لألعاب مختلفة، تفتقد لوجود قاسم مشترك بينها، إلّا فيما تعلّق بكونها دعائم (supports) ؟ ومهما يكن، فإنّ البحث في هذا الميدان لا يحقق تقدما ملحوظا، ولم يصل بعد إلى مستوى النمذجة (Modélisation) والقبول من طرف الجميع. كل ما يمكن فعله حاليا هو محاولة تلخيص تصوّرات مختلفة، والتساؤل عن طرق تحليل وسائل الإعلام باستعمال أطر للتفكير والتقييم مستوحاة من مجالات علمية أخرى، وذلك من أجل التنظير لهذه الألعاب.⁵⁶

لا يوجد تعريف شامل لألعاب الفيديو، فقد نحصى العشرات من هذه التعريفات في الأدبيات التي تناولت هذا الموضوع، سنقصر على تقديم البعض منها حتّى وإن كانت في معظمها تركز على الجوانب التقنية التي تحتويها هذه الألعاب، وما الفرق بينها وبين الألعاب الأخرى وتحديد خصائصها. فألعاب الفيديو هي مجموع نشاطات اللعب ذات طابع إعلام آلي، تتضمن بعدا تفاعلياً وصوراً في حالة حركة ظهرت منذ أكثر من ثلاثين سنة في اليابان والولايات المتحدة الأمريكية، وهي تشكّل صناعة مزدهرة ومتطوّرة. وقد اخترعت ألعاب الفيديو من طرف جماعات وفرق تطوير تتكوّن من اختصاصات متعدّدة ومتباينة من أهمها :

⁵⁶ بشير غمرود : ألعاب الفيديو وأثرها في الحد من ممارسة النشاط البدني الرياضي الجماعي الترفيهي عند المراهقين، ماجستير جامعة الجزائر، معهد التربية البدنية و الرياضية. الجزائر، 2008 .

1. المصمّمون المختصّون في إعداد التصاميم والمناظر المحيطة بفضاء اللعب الفنانون المختصّون في إنتاج المحتوى البصري للشخصيات المتحركة للعبة، كالأبطال، الوحوش، السيارات...الخ.

2. التقنيون المبرمجون المختصّون في تطوير محرك اللعب وأزرار القيادة ومختلف أجهزة التحكم.

- تشير الموسوعة العربية العالمية على أن ألعاب الفيديو الالكترونية تصمّم للمؤسسات التجارية، وقد تستخدم للعب في غرفة العاب تسمى "الممر المسقوف" تشتغل العاب الأروقة بالعملات المعدنية، وبها أكبر البرامج تعقيداً، يشبه العديد من هذه الألعاب محاكيات الطيران الالكترونية التي تستخدم في تدريس الطيارين، وبعض هذه الألعاب متناهية الصغر بحيث تتركب في ساعات اليد مثلاً. كما تلعب أغلب ألعاب الفيديو المنزلية على لوحات متصلة بجهاز التلفزيون، بحيث يوجد لكل لعبة برنامج حاسوب خاص بها، وتتكوّن بعض الوحدات من حاسوب منزلي يمكنه معالجة أنواع كثيرة من المعلومات.⁵⁷

وبين التسلية والرياضة والثقافة، تمس لعبة الفيديو بصفة مباشرة أو غير مباشرة عددا كبيرا من الفاعلين : اللاعبين وكذا الذين يعملون على إنتاج هذه الألعاب وتطويرها وجعلها أكثر احترافية وتميّزا، كالصحافيين والمعلنين وغيرهم ؛ وفي المحصلة يتم تداول أموال معتبرة لتشكل لعبة الفيديو بذلك ظاهرة اجتماعية حقيقية.⁵⁸

إذن، يظهر أن ألعاب الفيديو أو كما تسمى أيضاً بـ "البرامج المعلوماتية للألعاب" Ludiciels هي النشاط الترفيهي الأكثر استعمالاً في مجال الألعاب المختلفة، فلعبة الفيديو تعطي إمكانية اختراع عالم يختلف عن الواقع، وفي بعض الأحيان كبديل للعالم له مثل الذي نجده في الأدب أو السينما ؛ كما يمكن أن يكون العالم المخترع عبارة عن تقليد للعالم الحقيقي، ويظهر ذلك على وجه الخصوص في العاب التظاهرات الرياضية أو الحربية.⁵⁹

⁵⁷ العاب الفيديو، الموسوعة العربية العالمية Global Arabic Encyclopedia مؤسسة سلطان بن عبد العزيز السعود الخيرية السعودية 2004.

⁵⁸ فلاق أحمد، الطفل الجزائري والعاب الفيديو، دراسة في القيم و المتغيرات، رسالة دكتوراه جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال 2005، ص 101

⁵⁹ بشير نغروود ، مرجع سبق ذكره، ص 83- 84.

يرى ستيفان ناتكين Stephane Natkin هناك عدّة تعريف ممكنة للعبة الفيديو، فمن جهة لا علاقة بين لعبة الفيديو وجهاز الفيديو سوى في طبيعة الإشارة المرسلة بين المنصّة أو عرضة التّحكم Console وجهاز العرض، لذا يفضل البعض الحديث عن ألعاب إعلام آلي jeux Informatique. ومن ثمّ يمكن القول أن لعبة الفيديو هي عمل سمعي بصري تفاعلي هدفه الأوّل هو تسلية مستعمليه وجمهوره. ويتّضح من هذا التّعريف أنه يقصي كل المنتجات التي تستعمل أشكال اللعب لغايات أخرى : تقنيات التعليم أو التدريب أو غيرها.⁶⁰ وفي الأخير يمكن أن نورد ما اعتبرته الباحثة الفرنسية Anne Sebeyran أحدث تعريف لألعاب الفيديو، بقولها :

« Le jeu vidéo est une activité ludique impliquant une interaction de l'utilisateur avec une interface informatique générant un retour visuel sur un appareil vidéo »(Sebeyran, 2008 :10).

خصائص ألعاب الفيديو

عندما نتناول التّطورات التكنولوجية الحاصلة منذ منتصف القرن العشرين (20) نستطيع أن نسجل ثلاث خصائص تقنية محددة لألعاب الفيديو:

✓ وجود لوحة مستعملين "une interface utilisateur"

✓ التفاعلية

✓ وتمثيل مصوّر une représentation vidéo

ويرى الباحث الأمريكي (1984) Chris Crawford أن الخصائص المشتركة لهذه الأنواع هي :

- التمثيل La représentation

- التفاعل L'interaction

- الصّراع Le conflit

- الأمن La sécurité

⁶⁰ مريم قويدر، أثر الألعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الأطفال، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال 2012 ص 60-61

ويعني بالتمثيل، أن اللعب نظام رسمي مغلق، كما يشرح Chris Crawford المحاكاة على أنها محاولة جادة لتمثيل دقيق لظاهرة واقعية : اللعب كتمثيل فني ومبسط لظاهرة بعينها. فالمصمم للمحاكاة يبحث عن التبسيط على الأقل للشيء الذي يريد أن يتصوره، بينما مصمم اللعبة يبحث عن توجيه انتباه اللاعبين نحو جانب معين من التمثيل الذي يعتبره ذو صلة هامة داخل نسق اللعب.

ويشرح Chris Crawford أيضا أن اللعب يمثل الواقع الفرعي، كما لا يمكن أن يكون هناك تمثيل للواقعية إلا إذا كانت واقعا في حد ذاته، وما يتم اختباره في هذا الواقع الفرعي إنما يساعد على جلب التركيز على اللعبة ذاتها. أما بالنسبة للخصيتين الأخيرتين (الصراع والأمن)، فالصراع أساسي في هذا النسق واللّعب حتى يتمكن من تحقيق أهدافه لا بد أن يواجه العراقيل أثناء نشاط اللعب، حتى نصبغ من مهمته ويصبح فعالا. فلا مكان للتفاعل بدون ردّة فعل فعّالة من طرف اللاعب والبرنامج (Le Programme) لأجل هذا ربما نجد أن الكثير من الألعاب عنيفة. ومادام الصراع ينتج خطورة ومخاوف، يتوقع أن تكون عواقبها غير مرغوبة فيها، فإنّ ألعاب الفيديو تضع اللاعب في خطر دون الحاجة إلى تحمل النتائج، كما تسمح اللعبة بإجراء تجارب بكل أمان.

ألعاب الفيديو كموضوع ثقافي

تشكل ألعاب الفيديو موضوعا ثقافيا يحمل عددا من الخطابات المعيارية (رائعة، تربوية، مسلية، خطيرة...). قد تميّزت سنوات الثمانينيات بهيمنة الخطابات المندّدة باستخداماتها وعواقبها، بحيث تبنّت هذه الخطابات نفس الحجج التي استخدمت في نقد وسائل الاعلام الجماهيرية السابقة والتنديد بها (التلفزيون، الراديو، السينما...). وحتى سنوات التسعينيات ظلّ عدد من الباحثين في ميدان الاتصال وسوسيولوجيا الاستخدام ينتقد بنية صناعة ألعاب الفيديو؛ وبخاصة في الولايات المتحدة واليابان، وحثّهم في ذلك أنّ هذه الألعاب من شأنها ان تخنق الشراء الثقافي وتحدّ منه، وأن تعطلّ الابداع والاستقلال العقلي.⁶¹

بعد هذه المرحلة، توسّعت الخطابات وتجاوزت نوعا ما هذا السجال، لكن وبالرغم من ذلك فقد بقيت تحمل آثار نقاشات التنديد والتبرير المشحونة عاطفيا. أمّا اليوم فإنّ ألعاب الفيديو يتمّ صنعها كوسائل ذات استهلاك كبير تباع في المساحات الكبرى؛ وعليه فإنّ هذه السهولة في الحصول على هذه الألعاب، عقّد نوعا ما تشكّلها كموضوع علمي، ذلك أنّه

⁶¹ LE DIBERDERA. &F., 1993, *Quia peur des jeux vidéo?*, La Découverte, rééd. sous le titre *L'univers des jeux vidéo*, 1998.

بالنسبة للبعض تبقى هذه الألعاب منتجات بديهية، أي بمعنى لعب من بين الألعاب الأخرى المألوفة. ومهما يكن، فإنه مع تطوّر صناعة ألعاب الفيديو وتطوّر الخطابات التي رافقتها، ظهرت هناك تساؤلات ارتبطت خاصة بمشاكل تعريف هذه الوسائل في ارتباطها بدعائم الاعلام الآلي : هل هي برامج معلوماتية، أم وسيلة اعلامية، أم منتوجا فنيا، أم صناعة أم عوالم جديدة ؟ وتترجم هذه الصعوبة في تعدد التعريفات المقدمة لهذه الوسائل وتسمياتها :

video game, computer game, digital game, virtual worlds

نشأة وهيكل حقل صناعة ألعاب الفيديو :

تشتغل سوق ألعاب الفيديو من خلال مرحلة دورية ، فكل خمسة أو ستة سنوات هي بمثابة انطلاقة جديدة للصناعيين وتمثل جيلا جديدا، كما أنّ النتائج والاستثمارات المحققة هي تحدي جديد خاصة وأن هدف المنتجين يتمثل في الرفع من مبيعات المعدات حتى يضمّنوا قاعدة هامة من اللاعبين وهو ما يسمح بجذب أكبر عدد من المنتجين الذين بدورهم يعملون على أولوية انتاج ألعاب على الأرضيات Plateforme الأكثر مبيعا في السوق.

سنوات 50 - 1960 ما قبل تاريخ ألعاب الفيديو :

ظهرت في سنوات الستينات أولى أشكال ألعاب الفيديو، كانت في ألعاب تطبيقات إلكترونية وآلية Informatique، عسكرية أو جامعية يقوم بها الطلبة - القراصنة Les Hackers المصطلح المستعمل اليوم - الذي كان يعني (بمجموعة ممارسات الطلبة المرتبطة بتحويلات البرامج الجامعية والعسكرية ونقلها إلى ممارسات ترقية في أغلب الأحيان) يقوم بها مخابر (MIT) لتشجيع هذه الممارسات وتدعيم المستخدمين..

سنوات 70 - 80 : ميلاد سوق ألعاب الفيديو :

تتفق المراجع التي تناولت موضوع تاريخ ألعاب الفيديو إن البداية كانت لعبة غزاة القضاء التي تعتبر عادة أول لعبة فيديو التي برجت سنة 1962 من طرف steverussel طالب أمريكي بمعهد MIT خلال مرحلة الحرب الباردة أين كان السباق نحو التسليح على رأس أولويات العسكريين.

كانت الولايات المتحدة الأمريكية تخصص من ميزانياتها الحربية لتدعيم البحث على شكل عقود CONTRAT بين وزارة الدفاع والمعاهد من بين الاتفاقات ما كان يتم بينها وبين وزارة الدفاع والمعاهد من بين هذه الاتفاقات ما كان يتم بينها وبين معهد MIT

ومؤسسة IBM و GENERALELECTRIC، كما أن هذا النوع من التدعيم كان يقدم من وكالة المشاريع والأبحاث التي تأسست سنة 1955 (L'agence des Projets de Recherche avancée du Pantagon).

لم تعرف لعبة steve russel الاستغلال التجاري مقابل النجاح الكبير لها داخل الحرم الجامعي، إلاّ بداية سنة 1966. ولم يكن بإمكان هذا المشروع التحول إلى سوق صناعة الألعاب إلاّ عندما تمكنت شركة MAGNAVOX (شركة مختصة في الإلكترونيات وصناعة التلفزيونات) من شراء "اللعبة/الاختراع" عن Ralphboer بحيث استطاع فريق من الباحثين من وضع أول منصة للعب تحت اسم odyssey سنة 1972.

— وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية الدولة الوحيدة والمهيمنة على هذه السوق ؛ غير أنّ اليابان قرر مع نهاية 1979 اقتحام هذه السوق من خلال تصميم للعبة غزاة الفضاء الشهيرة ولعبة دونكاي كونغ Donkey kong 1981 ولعبة باك مان PacMan سنة 1982 ثم لعبة نينتاندو NINTENDO سنة 1983.

وبالرغم من أن صناعة ألعاب الفيديو عرفت نهاية السبعينات وهذه المرحلة التحاق بعض شركات الصناعات الثقافية ، التي انجذبت إليها بدافع الاستثمار في هذا القطاع الحيوي، التي بدت عليه بواذر ثورة اقتصادية، إلا أن بدايات 1983 كانت فاتحة أزمة حقيقية، كادت أن تعصف بهذا الصناعة الفتية- قدمت الولايات المتحدة الأمريكية يومها مجموعة من التبريرات مرتبطة أساساً⁶² بـ:

1- المؤسسات المشتغلة بهذا القطاع تملك تجربة ضعيفة في مجال التسيير.

2- أن هذه السوق مجهولة والتوقعات فيها غير مضمونة.

3- ضعف نمط ونظام الابتكار والإبداع.

4- ضعف التوفيق بين الكمية والنوعية لمنتجات هذه الألعاب.

وحسب الباحث DANIEL ICHBIA أنّه في سنة 1982 كانت سوق الألعاب تمثل حجماً مالياً جديداً معتبراً، لدرجة أنه استطاع التدعيم على قطاع الترفيه التقليدي. وفي دراسة

⁶² V BERY. L'industrie des jeux vidéo IBId.p :3

أنجزت في الولايات المتحدة الأمريكية أشارت أن المستهلكين ينفقون 09 مليار دولار في السنة على ألعاب الفيديو⁶³.

سنوات 85-1990 : الاحتكار من طرف شركة نينتاندو :

شركة نينتاندو اليابانية هي من أعاد إطلاق سراح سوق ألعاب الفيديو في أواسط الثمنيات. ونجاح هذه الشركة ارتبط باستراتيجية جد عقلانية في تسيير وتحليل هذه السوق، بحيث وضعت سياسة اقتصادية جد دقيقة بتسيير هذه الألعاب وتطورها انطلاقا من أرضية تفرض من خلالها "قواعد لعب" جديدة :

✓ قررت أن تبيع الآلات بأسعار منخفضة (قرية من الخسارة) من أجل أن تفتح السوق لجمهور عريض من المستهلكين.

✓ مراقبة المنتجات الموجودة في السوق كما ونوعا من خلال تطوير وتدعيم برمجيات بنظام محكم للمراقبة.

✓ تقديم نظام لتسويق راق، قائم على دراسة رغبات الجمهور واختيار المنتج قبل نزوله إلى السوق (في المنبع)، اختراع علامات جديدة.

سنوات 90-1995 سيجا SEGA مقابل نينتاندو :

استطاعت شركة نينتاندو أن تبقى رائدة في سوق ألعاب الفيديو لمدة 05 سنوات، لكن مع بداية سنة 1990 ظهرت إلى الوجود شركة سيجا SEGA واستطاعت أن تتحدى الاحتكار الأحادي عن طريق تكنولوجيا جد سريعة أو بألعاب أقل صبيانية حتى تدخل السوق.

انطلقت شركة سيجا SEGA ببيع الآلات بأسعار جد منخفضة مقارنة بمنافسيها، والمشاكل التي واجهتها كانت كثيرة، لكن دخول هذه الشركة إلى سوق الألعاب غير "قواعد اللعب" لهذه الصناعة من خلال ما يلي :

✓ إعطاء أهمية كبيرة للابتكار التكنولوجي، شركة سيجا SEGA وضعت منصة ذات جيل جديد، وبتفاعلية مضاعفة وبنفس السعر الأول التي يضعه المنافسون.

✓ توسيع السوق نحو المراهقين، بعد ما كانت شركة نينتاندو NINTENDO تتجه إلى من أعمارهم ما بين 08-14 سنة شركة سيجا SEGA غيرت إلى 15-18 سنة.

⁶³ Game design ..ibid page 49

✓ اقترحت شعارات لخطة تسويقية "أكثر عدوانية"

✓ نشر ثقافة ألعاب فيديو جديدة "أقل صبيانية" ، ألوان ناصعة، تنشيط وتنويع للصور واقتراح شخصيات أكثر إنسانية⁶⁴.

سنوات 1995-2000 المنافسة بين سوني وميكروسوفت :

في أواسط التسعينات من القرن الماضي عرف قطاع ألعاب الفيديو انضمام رائد في مجال صناعة التكنولوجيات الحديثة للاتصال وهو شركة SONY اليابانية التي أطلقت منصة ذات الجيل الجديد باسم PLAYSTATION والإمبراطورية الصناعية والثقافية التي تمتلكها شركة SONY تكون قاعدة خلفية لهذه القطاع الجديد كما أنها تمتلك أسواق وشبكات توزيع بأبعاد دولية تقريبا في كل ناحية من نواحي العالم. استفادت SONY من المنافسة التي كانت بين شركة سيجا SEGA وشركة نيتاندو NINTENDO فاستفادت من الاستراتيجية التسويقية لشركة سيجا SEGA حيث وضعت هي الأخرى شعارات وجهت أكثر نحو المراهقين (15-18 سنة)، ثم تحطت ذلك إلى جيل جديد من المراهقين الشباب (20-24 سنة).

الرائد الثاني هي شركة MICROSOFT التي اهتمت منذ مدة بسوق ألعاب الفيديو، فبدأت بالاستغلال الأمثل لنظام التشغيل الحاضر في أكثر من 90% من الحواسيب وهي الأمثل لضمان تلاؤم الحاسوب مع الألعاب المتطورة، وفي سنة 2000 تنسحب شركة سيجا SEGA من المنافسة منصات القاعات CONSOLE DE SALLON وتخصص في مجال البرمجيات LOGICIEL وصناعة ألعاب الممرات JEUX d'arcade لتترك المجال لـ XBOX. ومما يميز هذه المرحلة (أواسط إلى نهاية التسعينات)، إن الألعاب أصبحت تحتوي على مغامرات كبرى، تطور كبير من الناحية الجرافكية باختراع النظام الأبعاد الآلات مع بطاقات الرسومات 3d التي تجعل الألعاب أكثر واقعية سواء من حيث الرسومات أو الذكاء الاصطناعي للشخصيات.

كما عرفت هذه المرحلة ولأول مرة في تاريخ ألعاب الفيديو وصل الألعاب بخط أنترنت أو ما يعرف اللعب على الشبكة JEU ON.LINE كما ظهرت سنة 1997 الألعاب ذات اللاعبين المتعددين. فترة التسعينات أثارت نقاشات واسعة حول مضامين العنف التي تحملها هذه الألعاب وأثرها المحتملة على صحة اللاعبين، كما عرفت أواخر هذه الفترة تطورات هائلة للقدرة التقنية للشركات العالمية الرائدة في صناعة ألعاب الفيديو (وصلت سعة النخاع إلى 128 بايت) وظهور ألعاب عملاقة : مثل : دريم كاست DREAMCAST لسيغا SEGA، وبلاستاتينس

⁶⁴Berry.vincent . ibid page 04

PLASYSTATION لشركة SEGA وجيم كون NINTENDO وإكس بوكس
لميكروسفت الأمريكية

مع حلول القرن الواحد والعشرين كان رواد صناعة ألعاب الفيديو في العالم قد رسموا لأنفسهم إستراتيجية أقوى وأفضل كما ونوعا ، البداية كانت بإتمام المشاريع الكبرى التي بدأ تنفيذها خلال مرحلة التسعينات وبذلك تمكنت من الحفاظ على جمهور المستعملين (اللاعبين) ويمكن تلخيص أهم خطوات هذه المرحلة فيما يلي :

- تم تدشين هذه المرحلة بإبداع جديد ألا وهو نقل هذه الألعاب إلى الهواتف النقالة.

-ازدهار صناعة ألعاب الفيديو وتمكينها من صناعة الترفيه، بحيث أصبح لعالم ألعاب الفيديو نجومه الخاصين به : مثل : لاراكوفت LARACFT، وماريو MARIO وزيلدا ZELDA، كما أصبح لهذا العام مجلات متخصصة وبرامج تلفزيونية خاصة به، وفي معارض وصالونات دولية مثل معرض MEDPI

كما شهدت نفس هذه المرحلة تنافس حاد وشرس بين عمالقة صناعة ألعاب الفيديو في العالم : (صراع بين مايكروسوفت Microsoft الأمريكية بلعبة إكس بوكس XBOX والشركات اليابانية العملاقة سوني SONYPLAYSTATION وسبعا الشركة NINTENDO. المرحلة الثانية لعدة الألفية 2008 وصول الجيل الثالث للمنصات LES CONSOLES بألعاب قوية، أكثر رفاهية، وهي على الدوام موصلة بخط النت.

ألعاب الفيديو ومكانتها في الاقتصاد العالمي :

عند الحديث عن وضعية صناعة ألعاب الفيديو في العالم، تواجهنا مشكلة منهجية تتعلق بسؤال ما مدى مصداقية المعطيات والاحصائيات التي تقدمها مختلف الأطراف التي تناولت موضوع صناعة ألعاب الفيديو، وفي مقدمة هذا الحديث تجدر الإشارة إلى أن كثير من الكتاب اعترفوا بهشاشة هذه المعطيات، حيث ذكر كل من Alain et Frédéric le Dederder في كتابهما L'Univers des Jeux Vidéo أنه يتعين على المختصين أخذ الحيطة من المعطيات المتعلقة بألعاب الفيديو عند قياسها، لأنها ليست دائما موثوقة، فالشركات المنتجة لهذه الألعاب لديها توجه للمبالغة في عرض كفاءتها، بينما الاحصائيات الرسمية - في أغلب الأحيان- تتجاهل هذا القطاع، كما أنها تخلط بين الألعاب وميدان الإعلام الآلي⁶⁵.

⁶⁵ Genvo (Sebastien), la game design, p.86.

استطاعت صناعة ألعاب الفيديو بعد مرور أكثر من أربعين سنة أن تضع لنفسها أسسا متينة وقواعد صلبة حكمت مسيرة هذا التطور مسيرة التكنولوجيا والتقنية المتقدمة، سواء من حيث البرمجيات Logiciels، أو من حيث معدات الألعاب، وكذا نظام الترفيه، حيث أن كل لعبة وكل جيل جديد من المعدات لابد أن يضاف له التطورات التقنية (الذكاء الاصطناعي مثلا) والفنية الجمالية.

وتعتبر الاستثمارات في هذه الصناعة تحدي جديد، خاصة وأن هدف المنتجين يتمثل في الرفع المستمر لرقم المبيعات حتى يضمن قاعدة هامة من اللاعبين، الأمر الذي يتطلب تحديد مستمر للمعاملات، وكذا الدعائم الأكثر نجاحاً ورواجاً في السوق والتي بإمكانها أن تستوعب أكبر عدد من الألعاب .

وفيما يخص البرمجيات، فإن الأرباح يمكن تحقيقها بنسبة كبيرة على المنتجات الجديدة تقريبا 80% مقابل 20% على رصيد الكتلوج (الرصيد المخزون) مع العلم - وهي ميزة خاصة في ألعاب الفيديو- أن العمر التجاري لهذه الألعاب قصير يتراوح ما بين 03 إلى 04 أشهر، وأكبر المبيعات يتم تحقيقها في الأشهر الأولى من تسويقها، كما أن أغلب العناوين تنفذ من رفوف المحلات خلال أقل من سنة واحدة.

إن سوق ألعاب الفيديو سوق متجددة تنجّه أكثر نحو الألعاب المنتجة حديثاً، وحتى يتم اقتناء العناوين القديمة، لابد من التوجه إلى محلات بيع القطع القديمة وهي ميزة أخرى، خلافا لمنتجات الصناعات الثقافية الأخرى، كالموسيقى والسينما.

وصلت نسبة نمو صناعة ألعاب الفيديو منذ نهاية السبعينيات إلى بداية الألفية الجديدة (2000) تقريبا 13% سنوياً، وهذا بالرغم من الأزمات الاقتصادية التي اعترضتها خلال هذه الفترة الزمنية، وما يجب التأكيد عليه أن هذا الأداء الاقتصادي سمح لهذه الصناعة أن يجلب إليها أنظار جمهور اللاعبين، والأوساط المهنية (المستثمرون، الصناعات الثقافية الأخرى، الصحافة...)، وكمثال عن مردود هذا الأداء، فإن مؤسسة نينتاندو Nintendo اليابانية مثلا، قدّرت سنة 1992 بـ 24 مليار فرنك فرنسي، وهي نسبة تفوق مجموع الأرباح التي حققتها استديوهات السينما بوليوود خلال هذه السنة. وفي سنة 1994 وفي دراسة أعدها المركز الفرنسي للتجارة الخارجية أن هذا القطاع قد حقق أرباح سنوياً تفوق بقليل 37 مليار فرنك فرنسي (وهي نسبة قدرت بـ 20% تقريبا).

وفي سنة 2001 فإن رقم مبيعات المبيعات (برمجيات ومعدات) كان حسب بعض الدراسات بين 15 و18 مليار يورو وتعتبر السوق الأمريكية هي السوق الرائدة والأكثر أهمية، تليها السوق الآسيوية (اليابانية خاصة) والأسواق الأوروبية في المرتبة الثالثة مع ملاحظة هامة أن هذه القارات الثلاثة (أمريكا، اليابان، أوروبا) هي المهيمنة على السوق لفترات طويلة، وأن السوق الأوروبية بدأت تتطور أكثر مع نهاية 1990 وبداية 2000، إذ إنها استطاعت أن تزيج اليابان عن المرتبة الثانية حسب بعض الدراسات.

ومن الواضح أيضا أن منصات الألعاب console de jeux استطاعت أن تفرض نفسها بعد عودتها إلى الغرب في نهاية الثمانينات كنظام أساسي للترفيه داخل الأسرة ومع نهاية 2003 فإن الحظيرة العالمية لهذه المنصات قد وصل إلى 97,64 مليون من العتاد وسوق ألعاب الفيديو العالمي تقاسمه اليوم (03) ثلاث شركات عملاقة تنتج ثلاثة منصات مختلفة :

- مؤسسة Sony لمنصة Play Station العملاقة اليابانية في الصناعة الإلكترونية.

- مؤسسة Nintendo بمنصه لاوي laWII (بعد مراجعة استراتيجيتها التجارية).

- مؤسسة Microsoft بمنصة إيكس بوكس XBOX (الذي إلتحق بالسوق العالمي سنة 2001).

خلاصة

لم يكن الهدف المباشر لهذا المقال تحليل التحولات الحاصلة في صناعات الترفيه الرقمية ، وإنما اتجه نحو محاولة تحليل هيكلية الحقل الثقافي والتطورات الحاصلة فيه حديثا .لقد اتضح من خلال التطور التاريخي لتكنولوجيا ألعاب الفيديو، والكيفيات التي تحولت من خلالها من لعبة منعزلة إلى لعبة تدمج عدد متعدد من اللاعبين أنها تحولت بهذا أيضا من ألعاب ترفيهية- تربوية إلى ألعاب عنيفة مساعدة على تكوّن سلوكيات عدوانية خطيرة، وبخاصة إذا علمنا أنها ألعاب تخلط الواقعي بالافتراضي.

ومن وجهة النظر التاريخية الاجتماعية فإن ألعاب الفيديو التي تم تسويقها والموجهة نحو الأطفال والمراهقين ومنذ مطلع القرن التاسع عشر، كانت دائما تتمزج كجزء من قيم المجتمعات التي تصنعها (الألعاب ذات الموضوعات العسكرية المنتجة في فرنسا مثلا خلال الجمهورية الثالثة، وهي ألعاب شاهدة على التقلبات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للنصف الأول من القرن العشرين).

لقد اعتبرت ألعاب الفيديو أنها منتوجا ثقافيا، ليس فقط من حيث محتواها ولكن أيضا لأنها المتعددة والمحتملة على المجتمع. وبغض النظر عن مختلف البحوث والدراسات المقدمة والتي قد تعتبر ألعاب الفيديو كتر فيه رمزي وسلي مسؤول عن انحرافات المجتمع، والمغذي لأنواع العنف، فإن الناشرين مستمرين في البحث عن ألعاب فيديو جديدة، قد تغري جمهور واسع وفئات عمرية أخرى، استراتيجياتها في ذلك أن تمل الطريقة الكلاسيكية، وتجدد وتخترع نماذج (ألعاب) جديدة.⁶⁶

لم تعد إذن ألعاب الفيديو مجرد وسيلة لتمضية ساعة أو ساعتين من الزمن أمام منصة اللعب ؛ إنها أكثر من مجرد إمكانيات وأكثر من رصيد، إنها (الفن) الأول الذي يمكن أصحابه من التعبير أنها في - الواقع - حاملة هوية، ورابط من الروابط الاجتماعية. والتساؤلات حول هذه الألعاب لن تقدم لنا حالة مجتمع ما من الناحية الاقتصادية الاجتماعية، ولكنها قد تساعدنا في تحديد وتحليل من يلعب في مثل هذه الفضاءات الترفيهية، وما هي الخصائص السوسيو ثقافية للممارسين لهذا الترفيه، والقوى المؤثرة والمؤطرة لهذه الصناعة.

وعليه، وفي الختام يظهر أن مستقبل ألعاب الفيديو يحمل كثيرا من التحدي والمواجهة لأسئلة تبقى معلقة : هل يمكن مراقبة سوق ألعاب الفيديو؟ هل يمكن مراقبة مبيعات الألعاب الافتراضية، ومن ثم ضمان تحويل الأموال الافتراضية إلى أموال حقيقية ؟ هل يمكن فعلا مراقبة ومحاصرة مضامين هذه الألعاب ؟ إذن تبقى مثل هذه الأسئلة وغيرها التي لها علاقة بالتكنولوجيات الحديثة محل بحث ودراسة، كما قد تشكل موضوع مشاريع بحوث مستفيضة قد يهتم بها دارسو علوم الاتصال.

⁶⁶ Niclaes, line, Quand la société des loisirs rencontre la technologie, sous la direction du professeur Guy Drouot, institut de recherches en droit de l'information et de communication , mai 2008 , p 28

المراجع

- 1- بشير نمرود : ألعاب الفيديو وأثرها في الحد من ممارسة النشاط البدني الرياضي الجماعي الترفيهي عند المراهقين، ماجستير .جامعة الجزائر، معهد التربية البدنية والرياضية. الجزائر، 2008 .
- 2 - ألعاب الفيديو، الموسوعة العربية العالمية Global Arabic Encyclopédie مؤسسة سلطان بن عبد العزيز آل سعود الخيرية السعودية 2004.
- 3- أحمد فلاق، الطفل الجزائري وألعاب الفيديو، دراسة في القيم والمتغيرات، رسالة دكتوراه جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال 2005.
- 4 - مريم قويدري اثر الألعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الأطفال رسالة ماجستير جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال 2011 .
- 5- جورج سكالات صوفي نودو وآخرون ترجمة محمد طالب السيد سليمان ، دار الكتاب الجامعي، غزة، 2007.
- 6 – Niclaes, line , Quand la société des loisirs rencontre la technologie ,sous la direction du professeur Guy Drouot ,institut de recherches en droit de l information et de communication , mai 2008
- 7-Genvo , Sébastien, le Game Design de Jeux Vidéo : Approche Communicationnelle et Interculturelle , thèse de doctorat en sciences de l information et de la communication , 2006 .
- 8- Frete , Catherine , Le Potentiel Du Jeu Vidéo Pour l éducation , sous la direction de Daniel Schneider , faculté de psychologie et des sciences de l éducation , 2002 .
- 9- Berry, vincent, L industrie Du Jeu Vidéo En Ligne : Construction et Déconstruction d un loisir culturel , Université Paris 13 , 2006 .
- 10- De La Celle, Veronique et Rafin, Cecile ,Monde Virtuel ,Economie Réelle ,Master Recherche (Droit des Medias) , institut de recherche et d études droit de l information et de la communication , 2007 .
- 11 – Fromy, Serge Dupuy , Les Jeux Vidéo Dans la société Française : des années 1970 au début des années 2000, vol 1 , dirigée par André Encerve , thèse de doctorat en Histoire Contemporaine, école doctorat culture et société, décembre 2012 .
- 1 2 – Sebeyran, Anne , L'usage Pathologique des Jeux Vidéo , thèse de doctorat en médecine.