

چرا استادیا نتوانست طبق وعده گوگل آینده بازی‌های ویدیویی را تغییر دهد؟ - دیجیاتو

محمد قریشی | شنبه، ۰۹ اسفند ۱۳۹۹

سرویس استریم بازی‌های ویدیویی استادیا گوگل برنامه‌های جاه‌طلبانه زیادی داشت و می‌خواست در بازاری که در دست کنسول‌ها قرار دارد، تغییراتی ایجاد کند. این کمپانی دو سال پیش از برنامه‌هایش برای تولید بازی با استخدام صدها توسعه‌دهنده و همچنین راه‌اندازی استادیا در لس آنجلس و مونترآل خبر داد، اما این غول جستجوی اینترنتی در رسیدن به هدفش چندان موفق نبود.

از همان ابتدا رویکرد گوگل برای بازی‌های ویدیویی شباهت زیادی به عملکرد آن در سایر بخش‌های بازار نداشت. این کمپانی تحت مالکیت آلفابت که به عرضه محصولات اولیه و آزمایش آن‌ها در هنگام رشد تمایل دارد، روند متفاوتی را برای استادیا در پیش گرفت.

گوگل برای راه‌اندازی استادیا یک کنفرانس بزرگ و همچنین کمپین‌های تبلیغاتی در نظر گرفت و از عرضه بازی‌های باکیفیت با قابلیت‌های نوآورانه روی گوشی‌های اندرویدی یا تلویزیون‌ها از طریق کروم‌کست خبر داد. به گفته گوگل، کاربران با این سرویس می‌توانستند به بازی‌های انحصاری و بازی‌های محبوب زیادی بدون پرداخت هزینه ۵۰۰ دلاری برای کنسول بازی پلی استیشن یا ایکس باکس دسترسی پیدا کنند.



با وجود چنین وعده‌هایی، زمانی که این سرویس در سال ۲۰۱۹ ارائه شد برخلاف انتظار کاربران کامل نبود. در حالی که فناوری استریم ابری وجود داشت و کاربران می‌توانستند با سرویس‌های قدرتمند گوگل بازی کنند، اما کتابخانه بازی‌ها چشمگیر نبود و همچنین بسیاری از ویژگی‌ها هم در آن وجود نداشتند.

در حالی که پلتفرم‌های رقیب استادیا سالانه صدها بازی در اختیار کاربران قرار می‌دهند، استادیا کمتر از ۸۰ اثر را ارائه کرد. علاوه بر این، کاربران به مدل تجاری این سرویس گوگل هم علاقه‌ای نداشتند.

این سرویس بجای اینکه تمام بازی‌ها را بطور اشتراکی در اختیار کاربران قرار دهد، بازی‌ها را بطور جداگانه به گیمرها می‌فروشد. در حقیقت شما با پرداخت ۶۰ دلار برخی بازی‌ها را می‌خرید، بازی‌هایی که تنها روی سرورهای گوگل و نه سیستم شما وجود دارند.

این مدل تجاری باعث شده گوگل در دستیابی به اهدافش بازماند و فروش کنترلرها و همچنین تعداد کاربران فعال ماهانه آن صدها هزار نفر کمتر از انتظار باشد. سخنگوی گوگل از اظهارنظر در این زمینه خودداری کرده، اما به گفته یکی از تحلیلگران گروه «NPD» به نام «مت پیسکاتلا» پیام‌ها مربوط به راه‌اندازی این سرویس متناقض بودند:

«به نظرم منصفانه است اگر بگویم پیام‌ها در زمان راه‌اندازی این سرویس متناقض بودند.»

در کنار گوگل، شرکت‌های دیگری مانند مایکروسافت هم در زمینه استریم بازی فعالیت می‌کنند، اما گوگل با استادیا می‌خواست قاتل کنسول‌ها باشد. در سال ۲۰۱۸ نسخه بتای این سرویس با نام «پروژه استریم» شروع به کار کرد و یکسال بعد مسئول این پروژه یعنی «فیل هریسون» وعده داد که استادیا از کنسول‌های پلی استیشن و ایکس باکس قوی‌تر خواهد بود و از ویژگی‌های نوآورانه‌ای سخن گفت.



گیمرها نسبت به چنین ویژگی‌هایی هیجان‌زده بودند و انتظار داشتند که این سرویس در بازار حکمرانی کند و بازی‌های زیادی مانند پلی استیشن و ایکس باکس را بدون نیاز به هزینه بالا در اختیارشان قرار دهد. اما عرضه این پلتفرم در ۲۰۱۹ باعث شد بسیاری از این وعده‌ها عملی نشوند.

گوگل برای اینکه بتواند بازی‌های محبوبی مانند «رد دد ردمپشن ۲» را به استادیا بیاورد، ده‌ها میلیون دلار هزینه کرده که برای بسیاری از توسعه‌دهندگان بازی تعجب‌آور است. با وجود چنین هزینه‌های بالایی، پلتفرم‌های بازی‌های ویدیویی به آثار انحصاری نیاز دارند، به همین علت سرویس گوگل بازی‌سازان را استخدام کرد.

با وجود امیدواری‌های زیاد، گوگل به یکباره در ماه جاری میلادی توسعه بازی‌های انحصاری را متوقف کرد و دیگر چنین برنامه‌ای را دنبال نمی‌کند. با این وجود، سرویس استادیا همچنان به کارش ادامه می‌دهد و سازندگان بازی می‌توانند آثار خود را از این طریق در اختیار گیمرها قرار دهند.

اشتباهات و وعده‌هایی که عملی نشدند، شکست استادی در رسیدن به اهدافش را رقم زدند. هرچند این سرویس به کارش ادامه می‌دهد، اما با عدم وجود بازی‌های انحصاری به احتمال زیاد نمی‌تواند با سرویس‌های دیگر رقابت کند و آینده دنیای بازی‌ها را شکل نخواهد داد.

[دیجیاتو](#)