



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**“Η ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΩΝ ΒΙΝΤΕΟΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ ΣΤΗΝ  
ΕΛΛΑΔΑ”**

**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΦΟΙΤΗΤΗ:**

**ΜΑΡΚΟΣ ΡΟΥΣΣΟΣ**

**ΑΜ: 5177**

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:**

**ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ**

**ΚΑΣΤΟΡΙΑ**

**ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2022**

## Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια η ανάπτυξη της τεχνολογίας, των γραφικών, η εξάπλωση του Διαδικτύου και η διαδραστικότητα που παρέχει η ψηφιοποίηση έχουν κάνει τα βιντεοπαιχνίδια ένα από τα πιο σύγχρονα μέσα της εποχής τους. Τα βιντεοπαιχνίδια, ως ποικίλο μέσο, συνδυάζουν εικόνα και ήχο, και με την αλληλεπίδραση του χρήστη κατάφεραν να προσφέρουν την πιο πετυχημένη εξέλιξη της ψυχαγωγίας μετά την ανακάλυψη της τηλεόρασης. Στην παρούσα εργασία παρουσιάζεται η εξέλιξη της κουλτούρας των βιντεοπαιχνιδιών στην Ελλάδα αλλά και παγκοσμίως. Αρχικά, εστιάζει στην έλευση των βιντεοπαιχνιδιών σαν ένα εντελώς καινούριο και πρωτοπόρο μέσο ψυχαγωγίας, την εξέλιξή του μέχρι σήμερα, καθώς και στην ραγδαία μεταδοτικότητα που προκαλεί στο νεανικό κοινό.

Συγκεκριμένα στην μεθοδολογική προσέγγιση, ερευνάται ο λόγος επικράτησης των δημοφιλέστερων παιχνιδιών στην Ελλάδα, και με ποιους τρόπους κατάφεραν να παραμείνουν μέχρι σήμερα. Τα παιχνίδια που έχουν αποκτήσει δημοτικότητα και αναλύονται εκτενώς παρακάτω είναι τα εξής: League of Legends, Fortnite και Call of Duty Warzone.

**Λέξεις κλειδιά:** Βιντεοπαιχνίδια, Εξέλιξη κονσολών, Ελληνική κουλτούρα βιντεοπαιχνιδιών, ηλεκτρονικά παιχνίδια.

## **Abstract**

In recent years the development of technology and graphics, the spread of the Internet and the interactivity provided by digitization have made video games one of the most modern media of their time. Video games, as a diverse medium, combine image and sound, and with user interaction they have managed to offer the most successful evolution of entertainment since the invention of television. This paper presents the evolution of video game culture in Greece and worldwide. Initially, it focuses on the advent of video games as an entirely new and groundbreaking form of entertainment, its evolution to the present day, as well as its rapid contagiousness among young audiences.

Specifically, in the methodological approach, the reason for the prevalence of the most popular games in Greece is investigated, and in what ways they managed to remain until today. Games that have gained popularity are discussed at length below: League of Legends, Fortnite and Call of Duty Warzone.

**Keywords:** Video games, Evolution of consoles, Greek video game culture, electronic games.

## Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη .....	1
Abstract.....	2
Εισαγωγή .....	5
<b>Κεφάλαιο 1° Η εξέλιξη των πλατφορμών των βιντεοπαιχνιδιών .....</b>	<b>6</b>
1.1 Ιστορική αναδρομή στα βιντεοπαιχνίδια .....	6
1.2 Η έννοια του όρου “Video Gaming”.....	7
1.3 Η ανακάλυψη των βιντεοπαιχνιδιών.....	8
1.4 Οι πλατφόρμες των βιντεοπαιχνιδιών.....	9
1.4.1 Arcade Παιχνοδομηχανές .....	9
1.4.2 Οικιακές Κονσόλες .....	10
1.4.3 Φορητές Κονσόλες.....	17
1.4.4 Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές.....	18
<b>Κεφάλαιο 2° Η βιομηχανία των βιντεοπαιχνιδιών.....</b>	<b>20</b>
2.1 Τα πρώτα εμπορικά βιντεοπαιχνίδια την δεκαετία του 90’ .....	20
2.2 Το κοινό των βιντεοπαιχνιδιών .....	21
2.3 Ανάπτυξη, έκδοση και τρόποι πώλησης βιντεοπαιχνιδιών.....	22
2.4 Η ενσωμάτωση των βιντεοπαιχνιδιών στον διαδικτυακό χώρο.....	27
2.5 Εταιρείες στον κλάδο των βιντεοπαιχνιδιών.....	29
2.6 Είδη Βιντεοπαιχνιδιών .....	33
<b>Κεφάλαιο 3° Τα βιντεοπαιχνίδια στην Ελλάδα .....</b>	<b>37</b>
3.1 Η έλευση των βιντεοπαιχνιδιών στην Ελλάδα.....	37
3.2 Η επιρροή του video gaming στην Ελλάδα μέσω των Ελλήνων Content Creators.....	38
3.3 Η εξέλιξη της κουλτούρας των βιντεοπαιχνιδιών της σημερινής εποχής στην Ελλάδα.....	39
3.4 Η ασταθής πορεία της ελληνικής «βιομηχανίας» των βιντεοπαιχνιδιών.....	40
<b>Κεφάλαιο 4° Μελέτη περίπτωσης των δημοφιλέστερων παιχνιδιών στην Ελλάδα.....</b>	<b>42</b>
4.1 Μεθοδολογία της Έρευνας.....	42
4.2 Μελέτη Περιπτώσεων .....	43
4.3 Παρουσίαση των παιχνιδιών .....	44
4.3.1 League of Legends .....	44
4.3.2 Fortnite.....	44
4.3.3 Call of Duty Warzone .....	45
4.4 Ανάλυση περιεχομένου .....	46

<b>Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>: Συμπεράσματα έρευνας</b> .....	49
5.1 Συζήτηση αποτελεσμάτων .....	49
5.2 Σκοπός της έρευνας.....	50
5.3 Περιορισμοί της έρευνας.....	50
Βιβλιογραφία .....	51
Ελληνική Ιστογραφία.....	52
Ξενόγλωσση Ιστογραφία .....	55

## Εισαγωγή

Η πρόοδος της τεχνολογίας επέτρεψε στις εταιρείες να μεγαλώσουν τους αποθηκευτικούς χώρους και τις ταχύτητες αυτών, να μειώσουν το μέγεθος στις κονσόλες και να παρέχουν μια πιο ρεαλιστική εικόνα στα παιχνίδια. Σήμερα, οι δυνατότητες των κονσολών είναι τεράστιες, μπορούν και παίζουν άκρως ρεαλιστικά παιχνίδια σε 4K αναλύσεις και υψηλά καρέ, μπορούν να αναπαράγουν ταινίες, να έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο και να λειτουργούν χρησιμοποιώντας χειρονομίες ή ακόμα και φωνητικές εντολές.

Το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στην εξέλιξη των βιντεοπαιχνιδιών όπου γίνεται εκτενής αναφορά στην ιστορική αναδρομή τους, εξίσου παρουσιάζονται σε κατηγορίες που αφορούν την έλευση των παιχνιδομηχανών, όπως οι arcade παιχνιδομηχανές, οι οικιακές και φορητές κονσόλες και οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται λεπτομερώς η βιομηχανία των βιντεοπαιχνιδιών, δηλαδή τα είδη του κοινού που εκπροσωπούν τα βιντεοπαιχνίδια, την ανάπτυξη και τους τρόπους πώλησης των βιντεοπαιχνιδιών από τις εταιρείες ανάπτυξης, την έλευση των διαδικτυακών παιχνιδιών, τις εταιρείες και τα είδη των παιχνιδιών που κυκλοφορούν.

Ακολουθεί το τρίτο κεφάλαιο στο οποίο παρουσιάζεται η κουλτούρα των βιντεοπαιχνιδιών στην Ελληνική κοινότητα. Πιο συγκεκριμένα θα αναλυθεί η προσέγγιση του Ελληνικού κοινού ως προς τα βιντεοπαιχνίδια, η επιρροή των Ελλήνων Content Creators, όπως και η ασταθής πορεία της Ελληνικής «βιομηχανίας» των βιντεοπαιχνιδιών.

Εν κατακλείδι, το μεθοδολογικό εργαλείο που χρησιμοποιείται για το ερευνητικό μέρος, είναι η μελέτη περίπτωσης των δημοφιλέστερων παιχνιδιών που επικρατούν στην Ελλάδα. Αρχικά, γίνεται μια σύντομη παρουσίαση των παιχνιδιών ώστε να γνωρίζει ο αναγνώστης λίγα λόγια για τα συγκεκριμένα παιχνίδια. Έπειτα, γίνεται εκτενέστερη ανάλυση των βιντεοπαιχνιδιών ως προς τους λόγους που είναι δημοφιλή, και τέλος γίνεται αναφορά στα συμπεράσματα όσον αφορά τα κοινά τους στοιχεία.

# Κεφάλαιο 1° Η εξέλιξη των πλατφορμών των βιντεοπαιχνιδιών

## 1.1 Ιστορική αναδρομή στα βιντεοπαιχνίδια

Τα βιντεοπαιχνίδια σήμερα απέχουν πολύ από την εικόνα που έχει σχηματίσει ο μέσος άνθρωπος. Είναι πλέον μια ολόκληρη βιομηχανία, που ανταγωνίζεται για έσοδα και δημοτικότητα στον κινηματογράφο και τη μουσική βιομηχανία. Είναι μια βιομηχανία με προϋπολογισμό ανάπτυξης παιχνιδιών 100 εκατομμυρίων δολαρίων και η τεχνολογία της είναι ικανή να παράγει τεράστιους διαδραστικούς τρισδιάστατους κόσμους. Τα βιντεοπαιχνίδια είναι πλέον ψυχαγωγία όλων των ηλικιών και φύλων, διεισδύουν σχεδόν πλήρως στο νεανικό κοινό και έχουν τεράστιο αντίκτυπο στους ενήλικες. Λειτουργούν με όλες τις μορφές ψηφιακών συσκευών από κονσόλες μέχρι κινητά τηλέφωνα. Τα βιντεοπαιχνίδια έχουν αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούμε, αλληλεπιδρούμε, μαθαίνουμε και εργαζόμαστε.

Σύμφωνα με τον Martin Bromley, το 1951, αγόρασε τη μοναδική μορφή ηλεκτρονικής ψυχαγωγίας εκείνη την εποχή, τη μηχανή φλίπερ, και την διέθετε σε Κέντρα Ψυχαγωγίας Μονάδων αμερικανικών στρατοπέδων στη Χαβάη, ενώ ίδρυσε επίσης την SEGA (Service Games), μια εταιρεία που θα έπαιζε σημαντικό ρόλο στη βιομηχανία των βιντεοπαιχνιδιών. Η συγκέντρωση αυτών των ηλεκτρομηχανικών συσκευών σε χώρους διασκέδασης είναι ο πρόγονος των σημερινών διάσημων καταστημάτων βιντεοπαιχνιδιών (Arcades), που κυριάρχησαν στον πρώτο κύκλο της ιστορίας των βιντεοπαιχνιδιών μέχρι περίπου τη δεκαετία του '80 και τελικά εξελίχθηκαν στην οικιακή αγορά βιντεοπαιχνιδιών όπως τη γνωρίζουμε σήμερα.

Ταυτόχρονα, τη δεκαετία του 1950, φοιτητές και ερευνητές μεγάλων ερευνητικών ιδρυμάτων που αναζητούσαν ψυχαγωγία για να ξεφύγουν από τις έντονες ερευνητικές δραστηριότητες δημιούργησαν τα πρώτα ψηφιακά παιχνίδια στα μεγάλα συστήματα υπολογιστών των ιδρυμάτων τους. Αυτοί οι πανάκριβοι (και τεράστιοι) υπολογιστές ήταν διαθέσιμοι σε λίγους και υποστήριζαν τα πρωτόγονα (για τα σημερινά δεδομένα) λειτουργικά συστήματα της εποχής. Τα παιχνίδια που αναπτύχθηκαν για ένα συγκεκριμένο σύστημα (mainframe) συχνά δεν μπορούσαν να εκτελεστούν σε άλλα συστήματα (mainframes) λόγω ασυμβατότητας. Παρά την περιορισμένη δημοτικότητά τους, αυτά τα παιχνίδια ήταν οι πρώτες μορφές ψηφιακών παιχνιδιών που βλέπουμε

στα παιχνίδια υπολογιστών σήμερα και είχαν σκοπό να εισβάλλουν στην αγορά με την εμφάνιση των προσωπικών υπολογιστών από τη δεκαετία του 1980.

Το κοινό, προφανώς αγνοώντας αυτά τα γεγονότα, εξοικειώθηκε με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια μέσα από τα πολύ δημοφιλή arcade παιχνίδια της δεκαετίας του '70. Η πρώτη μορφή βιντεοπαιχνιδιών ήταν το περίφημο φλιπεράκι, το οποίο είχε μεγάλη επιτυχία κυρίως μεταξύ παιδιών και εφήβων. Σύντομα ακολούθησαν βιντεοπαιχνίδια με ενσωματωμένες οθόνες τηλεόρασης, τα οποία μπορούν να απεικονίσουν γραφικά, αυξάνοντας τη δημοτικότητά τους και διαγωνίζοντας τα βιντεοπαιχνίδια στη νεανική κουλτούρα. (Αναγνώστου, 2009)

## 1.2 Η έννοια του όρου “Video Gaming”

Ο όρος ηλεκτρονικά παιχνίδια όπως παιχνίδια υπολογιστή (PC games ή computer games) και Βιντεοπαιχνίδι (video gaming), δεν είναι οι ίδιοι, αλλά πλέον χρησιμοποιούνται ως ισοδύναμοι. Ο όρος ψηφιακά παιχνίδια (digital games) περιγράφει μια εφαρμογή λογισμικού που έχει τα χαρακτηριστικά ενός παιχνιδιού, δηλαδή έχει ανταγωνιστικά χαρακτηριστικά, καθορισμό στόχων, συγκεκριμένους κανόνες, νικητές, ψυχαγωγία και παίζονται σε προσωπικούς υπολογιστές, σε Παιχνιδομηχανές, σε κονσόλες παιχνιδιών, σε κινητά τηλέφωνα ή ακόμα και στο διαδίκτυο. (Μπαρμπάτσης, Οικονόμου, Παπαμαγκανά και Ζώζας, 2010).

Με την ταχεία ανάπτυξη και εκλαΐκευση των υπολογιστών στους τομείς του λογισμικού και του υλικού τα τελευταία 60 χρόνια, τα βιντεοπαιχνίδια αναπτύχθηκαν επίσης γρήγορα και οι πληροφορίες διαδόθηκαν αμέσως στο κοινό. Αξιοσημείωτο είναι πως υπάρχει διαφορά μεταξύ των παιχνιδιών κονσόλας και των παιχνιδιών υπολογιστή. Τα πρώτα ονομάζονται βιντεοπαιχνίδια και τα δεύτερα ονομάζονται ηλεκτρονικά παιχνίδια, αλλά ο όρος «ψηφιακά» ή «ηλεκτρονικά» βιντεοπαιχνίδια χρησιμοποιείται και για τις δύο μορφές. (Αναγνώστου, 2009)

Η μεγαλύτερη διαφορά μεταξύ βιντεοπαιχνιδιών και άλλων μορφών ψυχαγωγίας ή τέχνης όπως μουσική, ταινίες ή βιβλία είναι η διαδραστικότητά τους. Δεν υπάρχει ξεκάθαρο μήνυμα που θέλει να δώσει ο δημιουργός στον παίκτη, αλλά ο παίκτης δημιουργεί τη δική του εμπειρία μέσα από το παιχνίδι. Αυτό συμβαίνει γιατί ενώ το παιχνίδι έχει έναν συγκεκριμένο στόχο, οι ενέργειες του παίκτη συχνά οδηγούν σε



τροποποιήσεις σε αυτόν τον στόχο. Ως εκ τούτου, αυτή η επιλογή παρέχει ένα άλλο βασικό στοιχείο στο παιχνίδι, την ευελιξία (Edwards, 2010). Παρ' όλα αυτά, το παιχνίδι είναι ένα ανοιχτό έργο τέχνης με πρωτοτυπία και ποικιλία. Όπως λέει ο Λακάν, “το αν συγκινούμαστε στο δράμα έχει να κάνει με τον τρόπο που το δράμα «μιλάει» σε εμάς και τις επιθυμίες μας” (Petry, 2012). Ωστόσο, μπορεί να ειπωθεί ότι άλλες μορφές τέχνης, όπως η ποίηση ή ο κινηματογράφος, είναι ανοιχτά έργα τέχνης, επειδή το έργο υπάρχει αφού έχει συλληφθεί και δεν έχει συγκεκριμένο σκοπό. Εάν, ο αποδέκτης μπορεί να αντιληφθεί το ποίημα αλλιώς ή να το ερμηνεύσει διαφορετικά από τον ίδιο τον δημιουργό, τότε το στοιχείο της αλληλεπίδρασης δεν ανήκει αποκλειστικά στο παιχνίδι (Edwards, 2010).

### 1.3 Η ανακάλυψη των βιντεοπαιχνιδιών

Σύμφωνα με τον A.S. Douglas, το 1952 δημιούργησε το πρώτο καταγεγραμμένο ηλεκτρονικό βιντεοπαιχνίδι με γραφικά στο πλαίσιο της διδακτορικής του διατριβής στο Πανεπιστήμιο του Cambridge. Βασίζεται στο διάσημο παιχνίδι τρίλιζα (noughts and crosses). Ο William Higinbotham δημιούργησε το πρώτο παιχνίδι κονσόλας το 1958. Το Tennis for two είναι ένας αγώνας τένις 2 παικτών που παίζεται σε οθόνη παλμογράφου. Το 1962, ο Steve Russell δημιούργησε το Space War, το πρώτο ολοκληρωμένο παιχνίδι υπολογιστή σε ένα κεντρικό σύστημα υπολογιστή του MIT. Το παιχνίδι ήταν ευρέως διαδεδομένο και πολύ επιτυχημένο στην έρευνα και τον ακαδημαϊκό κόσμο. (Αναγνώστου, 2009)

Σύμφωνα με την πτυχιακή εργασία του Παπαδημητρίου, Α. (2017) «το πρώτο βιντεοπαιχνίδι γεννήθηκε το 1940, όταν ο Edward Condon σχεδίασε έναν υπολογιστή για τη Διεθνή Έκθεση του Κόσμου όπου έπαιζε το παραδοσιακό παιχνίδι Nim στην οθόνη καθώς οι παίκτες προσπαθούσαν να αποφύγουν τη νίκη στον τελευταίο αγώνα.» Ύστερα, το παιχνίδι μετονομάστηκε σε "Nimatron" με τον υπολογιστή να κερδίζει το μεγαλύτερο ποσοστό των παιχνιδιών.

Αν και τα βιντεοπαιχνίδια υπάρχουν από τις αρχές της δεκαετίας του 1950, περιλαμβάνουν μόνο μια μικρή ομάδα ακαδημαϊκών και ερευνητών με πρόσβαση σε μεγάλα συστήματα υπολογιστών. Το 1970, ο Nolan Bushnell (αργότερα ίδρυσε την ATARI) παρουσίασε την πρώτη μηχανή παιχνιδιών που λειτουργεί με κέρματα (coin-

ορ) για καταστήματα ηλεκτρονικών ειδών που «έτρεχαν» μια παραλλαγή του Space War. Ενώ αυτή η κονσόλα ήταν εμπορική αποτυχία, ήταν ο λόγος που γεννήθηκε η βιομηχανία των βιντεοπαιχνιδιών. Αμέσως μετά, το 1972, η ATARI κυκλοφόρησε την πρώτη εμπορικά επιτυχημένη παιχνιδομηχανή Pong που λειτουργεί με κέρματα.

## **1.4 Οι πλατφόρμες των βιντεοπαιχνιδιών.**

### **1.4.1 Arcade Παιχνιδομηχανές**

Οι Παιχνιδομηχανές arcade, ήταν ηλεκτρονικά μηχανήματα τα οποία είχαν μια οθόνη και ορισμένα κουμπιά και λειτουργούσαν με κέρματα, καθώς σημείωσαν επιτυχία τη δεκαετία του 80' και άρχισαν να κάνουν την εμφάνιση τους σε καταστήματα ηλεκτρονικών ειδών.

Η πρώτη ηλεκτρονική κονσόλα παιχνιδιών θεωρείται η «Cathode Ray Tube Amusement Device», μια εφεύρεση των φυσικών Thomas Goldsmith Jr. και Estle Ray Manna από τον Ιανουάριο του 1947. Ήταν μια αναλογική συσκευή, ένας προσομοιωτής πυραύλων στον οποίο οι παίκτες χειρίζονταν τον διανυσματικό στόχο και «πυροβολούσαν» στόχους (Μπαρμπάτσης κ.α, 2010)

Στη δεκαετία του 1980, η αγορά βιντεοπαιχνιδιών arcade σημείωσε τεράστια αύξηση στα εταιρικά κέρδη και στη Βόρεια Αμερική, εξίσου το 1980 η βιομηχανία παιχνιδιών κατάφερε να τριπλασιάσει τα έσοδά της, τα οποία ανερχόντουσαν στα 2,8 δισεκατομμύρια δολάρια, ενώ το 1981 είχε έσοδα 5 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Κορυφώθηκε το 1982, δημιουργώντας έσοδα 8 δισεκατομμυρίων δολαρίων το πρώτο τρίμηνο, ξεπερνώντας τα έσοδα από την ποπ μουσική και τις ταινίες του Hollywood.

Το Pac-Man που αναπτύχθηκε από την ιαπωνική εταιρεία παιχνιδιών Namco, κυκλοφόρησε για πρώτη φορά στην Ιαπωνία στις 22 Μαΐου 1980 και ήταν ένα από τα πρώτα έγχρωμα παιχνίδια arcade. Το συγκεκριμένο παιχνίδι εντάσσεται στην κατηγορία των arcade games που αναφέρεται σε βιντεοπαιχνίδια τα οποία υλοποιούνται σε μεγάλα μηχανήματα που λειτουργούν με χρήση νομισμάτων (δηλαδή λειτουργία με κέρματα), έτσι ώστε οι άνθρωποι να μπορούν να τα παίξουν. Στην ίδια κατηγορία ανήκουν τα περίφημα Pong, Space Invaders, Asteroids, Tetris και πολλά άλλα. Μόλις σε δύο χρόνια, η εταιρεία κατάφερε να πουλήσει 400.000 κονσόλες και

εισήγαγε περίπου 7 δις. νομίσματα. Μέχρι σήμερα, παραμένει ένα από τα πιο εμβληματικά παιχνίδια στην ιστορία του arcade gaming. (Μπαρμπάτσης κ.α, 2010)

#### **1.4.2 Οικιακές Κονσόλες**

Οι οικιακές κονσόλες παιχνιδιών (consoles) ή παιχνιδομηχανές είναι μια εξέλιξη των μηχανών με κέρματα στη δεκαετία του '70. Είναι σχεδιασμένα έτσι ώστε τα παιχνίδια να παίζονται σε τηλεοράσεις και να ελέγχονται από ειδικά χειριστήρια. Για το λόγο αυτό, οι κονσόλες βρίσκονται συχνά σε κοινόχρηστους χώρους, όπως σαλόνια. Οι κονσόλες παιχνιδιών μπορούν συχνά να υποστηρίξουν έως και 4 παίκτες (αναλόγως και το παιχνίδι που «τρέχει» εκείνη τη στιγμή) με διαφορετικά χειριστήρια στην ίδια τηλεόραση. Επιπλέον, μέσω του Διαδικτύου, οι παίκτες μπορούν να συμμετέχουν σε περιόδους σύνδεσης για πολλούς παίκτες με άλλους χρήστες από οπουδήποτε στον κόσμο. (Αναγνώστου, 2009)

Τα τελευταία χρόνια, οι κονσόλες εκτός από την βασική τους λειτουργία να παίζουν παιχνίδια, έχουν εξελιχθεί παράλληλα σε συσκευές ψυχαγωγίας που μπορούν να αναπαράγουν μουσική, ταινίες και φωτογραφίες υψηλής ευκρίνειας μέσω οπτικών δίσκων CD, DVD και BluRay, καθώς και να έχουν πρόσβαση σε νέο περιεχόμενο, όπως ταινίες, μουσική, νέα παιχνίδια, ιστότοπους και πολλά άλλα μέσω του Διαδικτύου. Πλέον οι οπτικοί δίσκοι τείνουν να ξεπεραστούν, όπως αντίστοιχα πριν από πολλά χρόνια και οι δισκέτες, μιας και πλέον έχουν σταματήσει να χρησιμοποιούνται από την πλειοψηφία του κόσμου και αντί αυτών το Διαδίκτυο έχει κυριαρχήσει, αφού ολοένα και αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς, όσον αφορά το περιεχόμενο αλλά και τη ταχύτητα. Οι κύριοι εκπρόσωποι της αγοράς οικιακών κονσολών των παιχνιδιών είναι η Microsoft, η Sony και η Nintendo.

#### **Πρώτη Γενιά**

Η πρώτη οικιακή κονσόλα κατασκευάστηκε από τον Γερμανοαμερικανό Ralph H. Baer και τους συνεργάτες του. Να σημειωθεί εδώ ότι η Baer τιμήθηκε με το Εθνικό Μετάλλιο Τεχνολογίας το 2006 από τον πρώην πρόεδρο των Η.Π.Α.

Ένα σημαντικό βιντεοπαιχνίδι για την βιομηχανία ήταν το Tetris, το οποίο δημιουργήθηκε και αναπτύχθηκε το 1984 από τον μηχανικό λογισμικού ονόματι Alexey Pajitnov, ενώ εργαζόταν στο Κέντρο Υπολογιστών Dorodnitsyn της Σοβιετικής Ακαδημίας Επιστημών, ένα κέντρο έρευνας και ανάπτυξης που δημιουργήθηκε από

την κυβέρνηση στη Μόσχα. Ο συγγραφέας και εικονογράφος Box Brown σε συνέντευξη του στο Live Science (2016) δήλωσε ότι «ο Ραϊτντον δεν σκοπεύει να βγάλει χρήματα από τις δημιουργίες του και σχεδίασε το παιχνίδι “για διασκέδαση”». Επίσης ανέφερε ότι «το έκανε μόνο για να δει αν θα μπορούσε να το κάνει.» Η έμπνευση ήρθε από ένα παιχνίδι παζλ που ονομάζεται «πεντόμινο», στο οποίο πέντε διαφορετικά ξύλινα σχήματα ίσων τετραγώνων μπορούσαν να συναρμολογηθούν σε ένα κουτί.

Αν και τα πρώτα παιχνίδια εμφανίστηκαν σε υπολογιστές τη δεκαετία του 1950, βασίστηκαν σε συσκευές καθοδικού σωλήνα, αλλά τα σήματα τους δεν ήταν ανάλογα. Μόλις το 1972, η πρώτη οικιακή κονσόλα, η Magnavox Odyssey, εφευρέθηκε από τον Ralph H. Baer για να συνδεθεί με μια απλή οικιακή τηλεόραση. Ωστόσο, το arcade παιχνίδι Atari "Pong" έγινε ένα από τα πιο δημοφιλή βιντεοπαιχνίδια και το Odyssey δεν κατάφερε να πετύχει την εμπορική επιτυχία της πρωτοπορίας του. Από τότε, επίσης, το κοινό άρχισε να δίνει περισσότερη προσοχή στην εκκολλημένη βιομηχανία βιντεοπαιχνιδιών. Το φθινόπωρο του 1975, ο Magnavox υπέκυψε στη δημοτικότητα του Pong, ακύρωσε το Odyssey και κυκλοφόρησε μια απλοποιημένη έκδοση που έπαιζε μόνο Pong και χόκεϊ, το Odyssey 100. (Αναγνώστου, 2009)

### **Δεύτερη Γενιά**

Στα μέσα της δεκαετίας του 70', συγκεκριμένα το 1976 μια εταιρεία ονόματι Fairchild παρουσίασε το Fairchild Video Entertainment System (VES). Παρόλο την ύπαρξη παλαιότερων κονσολών που λειτουργούσαν με κασέτες, είτε αυτές δεν περιλάμβαναν δεδομένα και εκτελούσαν την ίδια λειτουργία με τη χρήση διακόπτη (Odyssey), είτε η ίδια η κονσόλα ήταν κενή και η κασέτα συμπεριλάμβανε όλα τα δεδομένα του παιχνιδιού. Ωστόσο, το VES ενσωμάτωνε έναν προγραμματιζόμενο μικροεπεξεργαστή, επομένως οι κασέτες του χρειαζόνταν ένα μοναδικό τσιπ ROM για να κρατούν τις εντολές του μικροεπεξεργαστή. Το 1977 άλλαξε όνομα σε Fairchild Channel F επειδή κυκλοφόρησε το Video Computer System (VCS) της εταιρείας Atari.

Λόγω του ανταγωνισμού, το Video Computer System μετονομάστηκε σε Atari 2600 και ταχύτατα αναγνωρίστηκε ως η πιο δημοφιλή κονσόλα παιχνιδιών γεγονός που έθεσε τις προϋποθέσεις για τα σχέδια των ανταγωνιστικών εταιρειών μελλοντικά. Το επόμενο έτος, η Magnavox εξέδωσε το Odyssey 2 στον Καναδά και τις ΗΠΑ. Κατά το διάστημα αυτό, η Philips κυκλοφόρησε την ίδια κονσόλα στην Ευρώπη που

ονομάζεται Philips G7000. Μολονότι, το Odyssey 2 δεν άγγιξε ποτέ τις πωλήσεις της κονσόλας Atari, πριν την κρίση του 1983, αυξήθηκαν ραγδαία οι πωλήσεις του. (Αναγνώστου, 2009)

### **Τρίτη Γενιά**

Το 1983 έγινε επίσημα η έναρξη της τρίτης γενιάς κονσολών. Ξεκίνησε με την έλευση των δύο κονσολών, της Sega SG-1000 και του διαβόητου Nintendo Entertainment System (NES). Αρχικά, αξίζει να επισημανθεί ότι, το Nintendo Entertainment System ονομαζόταν «Nintendo Home Computer» και μέχρι την κυκλοφορία του PlayStation ήταν η κονσόλα με τις περισσότερες πωλήσεις. Η διαφορά της τρίτης γενιάς μεταξύ των προηγούμενων είναι ότι η Ιαπωνία συμμετέχει περισσότερο στον χώρο. Σε μια εποχή που η gaming βιομηχανία των ΗΠΑ βρίσκεται σε κρίση, η Ιαπωνία εξασφάλισε με τον δικό της τρόπο να υπερισχύσει, συνέβαλλε ακόμη και κατά τη διάρκεια της κρίσης του 1983, η οποία να αναφερθεί ότι προκλήθηκε από την ασταμάτητη κυκλοφορία κονσολών και παιχνιδιών «μηδενικής ποιότητας». Το τέλος της τρίτης γενιάς επήλθε με την έλευση των 16-bit το 1987, αλλά η κονσόλα NES παρέμεινε στην κορυφή έως το 1995. (Αναγνώστου, 2009)

### **Τέταρτη Γενιά**

Σχετικά με την τέταρτη γενιά κονσολών έχει περιγραφεί ως «η εποχή των 16 bit». Ίσως, να είναι περισσότερο διαδεδομένη λόγω του Mega Drive της Sega, της Nintendo και του SuperNES, καθώς ξεκίνησε στις 30 Οκτωβρίου 1987. Τότε είχαμε τις πρώτες εκδόσεις κονσολών 16-bit και ειδικότερα το PC Engine της Nippon Electric Company (NEC). Ενώ η NEC ήταν η εταιρεία που πυροδότησε την έναρξη της τέταρτης γενιάς, η εποχή επικεντρώθηκε στον ανταγωνισμό της Nintendo με τη Sega. Ύστερα, από την επιτυχή πορεία του NES της Nintendo και του Master System της Sega, ήρθε η ώρα να αναζωπυρώσει η μεταξύ τους σχέση και να λάβει άλλες διαστάσεις. Καθώς, η τεχνολογία συνεχίζει να προοδεύει, οι δύο εταιρείες με την έλευση των νέων τους κονσολών, κατάφεραν να γίνουν γνωστές ακόμη και στον πιο «άσχετο» του αντικειμένου. Οι κονσόλες που «θορύβησαν» εκείνη την εποχή είναι το Mega Drive της Sega και το Super Nintendo Entertainment System (SNES) της Nintendo. Η Nintendo όμως, επιδίωξε να κερδίσει ξανά τη Sega, λόγω της απόκτησης τεράστιου μεριδίου της παγκόσμιας αγοράς. Δεν είναι τυχαίο ότι, οι παραπάνω κονσόλες αποτελούν την βέλτιστη επιλογή για τον περισσότερο κόσμο. Αυτό αποδεικνύεται από

τα παρακάτω στοιχεία όπου ενδεικτικά είναι: 40 εκατομμύρια για το Mega Drive και γύρω στα 49 εκατομμύρια για το SNES έως σήμερα. (Αναγνώστου, 2009)

### **Πέμπτη Γενιά**

Αναφορικά με την πέμπτη γενιά, συχνά χαρακτηρίζεται ως η "εποχή των 32 bit" και έπειτα από την κυκλοφορία του Nintendo 64, μεταβαίνει πλέον στα 64 bit, καθώς τα τρισδιάστατα παιχνίδια εισέβαλλαν στην καθημερινότητα στις κονσόλες αλλά και στους υπολογιστές. Αυτή η περίοδος επικράτησε από το 1993 έως το 2001 και κυριάρχησαν οι εξής κονσόλες: το PlayStation της Sony (1994), το Sega Saturn (1994) και το Nintendo 64 (1996). Άλλες κονσόλες εκείνης της εποχής ήταν οι, Atari, Amiga CD32, PC-FX, Jaguar, 3DO, FM Towns Marty και Sega 32X. (Αναγνώστου, 2009)

### **Έκτη Γενιά**

Στην αλλαγή της χιλιετίας, εμφανίστηκε η έκτη γενιά. Αναλυτικότερα, οι κυρίαρχες κονσόλες είναι, το Dreamcast της Sega, το GameCube της Nintendo, το PlayStation 2 της Sony, καθώς και το Xbox της Microsoft. Η Sony ξεκινάει την έκτη γενιά με το πολυφημισμένο και πολυβραβευμένο PlayStation 2, την πιο πετυχημένη κονσόλα της αγοράς έως και σήμερα, με περισσότερα από 155 εκατομμύρια αντίτυπα που καταγράφηκαν μέχρι και τον Μάρτιο του 2012. Για το PlayStation 2 συνέχιστηκε η ασταμάτητη πορεία του μέχρι και τον Ιανουάριο του 2013, όπου η μητρική του εταιρεία σταμάτησε την παραγωγή του. Στη συνέχεια, ακολούθησε το Xbox, με πάνω από 24 εκατομμύρια πωλήσεις μέχρι τον Μάιο του 2006, ενώ «τρίτο» έρχεται το GameCube όπου μετράει 21,6 εκατομμύρια πωλήσεις μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2010. Τέλος, το Dreamcast, το οποίο αρίθμησε μόλις 10,6 εκατομμύρια κονσόλες έως ότου έλαβε τέλος η παραγωγή του, το 2001. Κλείνοντας το 2005, τερματίστηκε η έκτη γενιά όταν το Xbox 360 διαδέχτηκε το Xbox. Επιπλέον, το GameCube κυκλοφορούσε ακόμα όταν έκανε την εμφάνισή του το Wii, αλλά σταμάτησε λίγο μετά τον Φεβρουάριο του 2007. Το PlayStation 2 ξεπέρασε τις πωλήσεις του Xbox 360 το 2008 αλλά και του PlayStation 3 στις Ηνωμένες Πολιτείες. Οσον αφορά το Xbox και το GameCube μέχρι το 2007 συνέχισαν να κυκλοφορούν παιχνίδια τους, ενώ το 2002 ήταν η καταληκτική χρονιά του Dreamcast. (Αναγνώστου, 2009)

## Έβδομη Γενιά

Όταν πρωτοεμφανίστηκε η έβδομη γενιά, ξεκίνησε με πολλές ώρες gaming και τεράστια αύξηση στις διαδικτυακές υπηρεσίες. Θα κάνει την εμφάνιση της, η πρώτη υψηλής ευκρίνειας κονσόλα η οποία ανήκει στη Microsoft, την πρωτοποριακή και μεταβαλλόμενη στρατηγική της Nintendo και την πρώτη εμπειρία αναπαραγωγής ταινιών υψηλής ευκρίνειας από τη Sony. Στην έβδομη γενιά κονσολών, βιώσαμε την τεράστια αύξηση των διαδικτυακών παιχνιδιών, των τηλεοράσεων πολλών ιντσών και των δυνατοτήτων προβολής 3D, την άνοδο των indie προγραμματιστών, τα Motion Controllers και τα DLC. Οι κονσόλες που προέκυψαν ήταν το Sony PlayStation 3, το Microsoft Xbox 360, και το Nintendo Wii. Η πρώτη κονσόλα που χάραξε την πορεία της έβδομης γενιάς κονσολών είναι το Xbox 360 τον Νοέμβριο του 2005, ακολουθούμενο από το PS3 και το Wii ένα χρόνο αργότερα, δηλαδή τον Νοέμβριο του 2006. Το Xbox 360 κέρδισε ηγετική θέση στην αγορά εξαιτίας της κυκλοφορίας του ένα χρόνο νωρίτερα από τον ανταγωνισμό και επειδή η πρώτη κονσόλα Xbox είχε ήδη μια τεράστια βάση χρηστών στο Xbox Live. Το Xbox 360 δεν ήταν μεγάλη επιτυχία στην Ιαπωνία, κυρίως λόγω της έλλειψης παιχνιδιών που απευθύνονται σε αυτό το κοινό. Αντίθετα, συνέχισε να πουλάει καλά στην Ευρώπη και τις ΗΠΑ ακόμα και μετά την κυκλοφορία του PlayStation 3 και του Wii. Το γεγονός ότι η κονσόλα κυκλοφόρησε γρήγορα έχει και τα αρνητικά της, καθώς η Microsoft χρειάστηκε να αντιμετωπίσει κάποια τεχνικά ζητήματα με μέρη της κονσόλας. Το πιο γνωστό ζήτημα είναι το «Red Ring of Death», το οποίο έχει τεράστιο τίμημα επειδή μερικοί άνθρωποι αναγκάστηκαν να αντικαταστήσουν τις κονσόλες τους περισσότερες από μία φορές.

Εντός του έτους 2007, οι πωλήσεις του Xbox 360 παρέμειναν σταθερές στα 11,6 εκατομμύρια μονάδες, σημειώνοντας καθοδική πορεία στο 60%, ενώ οι πωλήσεις του Wii ήταν σε “φρενίτιδα”, υποχρεώνοντας τη Sony να μειώσει την τιμή του PlayStation 3, ώστε να αυξήσει τον ανταγωνισμό. Τον Σεπτέμβριο του 2007, η κυκλοφορία του Halo 3 ήταν μια πολύ καλή κίνηση της Microsoft που είχε ως αποτέλεσμα να αυξήσει τις πωλήσεις. Η κίνηση αυτή απέδωσε, αφού το Xbox 360 πέρασε τις πωλήσεις του Wii για τον μήνα, αλλά έφερε και μεγάλα κέρδη για τη Microsoft. Το οπτικό μέσο που χρησιμοποιείται από το Xbox 360 είναι το DVD9, το οποίο διαθέτει αναπαραγωγή ταινιών DVD. Το Xbox 360 πέτυχε ταυτόχρονες εκδόσεις αποκλειστικών PS3, με πιο αξιοσημείωτα τα, L.A. Noire, Grand Theft Auto IV, Devil May Cry 4, Final Fantasy XIII, Tekken 6, Virtual Fighter 5 και Metal Gear Solid: Rising. (Αναγνώστου, 2009)

Το PlayStation 3 με την σειρά του πρωτοτύπησε με τεχνολογίες όπως, ο Cell microprocessor και το πρωτοπόρο οπτικό μέσο που ονομάζεται Blu-ray. Ωστόσο, αυτό προκάλεσε ζητήματα κατά την κατασκευή, με αποτέλεσμα την ύπαρξη ελλείψεων κατά την κυκλοφορία της κονσόλας, όπως επίσης και καθυστερήσεις στα παιχνίδια PAL. Παρόλα αυτά, η Sony ανακοίνωσε μέσα στον Δεκέμβριο του 2006, ότι όλα τα ζητήματα παραγωγής της είχαν επιλυθεί. Η πετυχημένη πορεία του PlayStation 3 εξαρτάται από το Blu-ray όπως και το αντίστροφο. Το επινοημένο όνομα της κονσόλας βοήθησε αυτό το νέο οπτικό μέσο να επεκταθεί γρήγορα στην αγορά ταινιών και, από την άλλη πλευρά, αυτή η επέκταση οδήγησε σε περισσότερες πωλήσεις για το PlayStation 3, το οποίο ήταν επίσης το πρώτο μέσο αναπαραγωγής Blu-ray. Η Sony παρείχε στο PS3 παιχνίδια από δικά της αποκλειστικά στούντιο παραγωγής παιχνιδιών, όπως το Gran Turismo 5 και το God of War III, και εξασφάλισε την αποκλειστικότητα από εταιρείες τρίτων όπως, το Yakuza 3, το Final Fantasy Versus XIII, το Metal Gear Solid 4: Guns of the Patriots και Demon's Souls. Πολλά από τα αποκλειστικά παιχνίδια όμως χάθηκαν από την Sony, καθώς η Microsoft επιδίωξε την κυκλοφορία τους στη δική της κονσόλα. Το PlayStation 3 σε όλες του τις εκδόσεις έχει ενσωματωμένο σκληρό δίσκο και μπορεί να συνδέσει έως και επτά χειριστήρια Bluetooth, ενώ από τη δεύτερη έκδοση κι έπειτα, έπαψε να υποστηρίζει την συμβατότητα με παιχνίδια του PlayStation 2. (Αναγνώστου, 2009)

### **Όγδοη Γενιά**

Η όγδοη γενιά κονσολών ξεκίνησε με το Wii U τον Νοέμβριο του 2012, ακολουθούμενη από το PlayStation 4 και το Xbox One τον επόμενο Νοέμβριο. Το PlayStation 4 είναι ο διάδοχος του PlayStation 3 και το βασικό πλεονέκτημα σε σύγκριση με τον προκάτοχό του είναι η αρχιτεκτονική της κεντρικής μονάδας επεξεργασίας του, επιτρέποντας στους δημιουργούς παιχνιδιών να παράγουν με πολύ μεγαλύτερη ευκολία παιχνίδια για την συγκεκριμένη κονσόλα. Επίσης, υλοποιήθηκε ένα μεγάλο άλμα στον οπτικό τομέα τόσο στην ανάλυση που «τρέχουν» τα παιχνίδια όσο και στα γραφικά. Τα κύρια χαρακτηριστικά του είναι ο επεξεργαστής 8 πυρήνων βασισμένοι στην αρχιτεκτονική «Jaguar» της AMD. Η μνήμη RAM του ανέρχεται στα 8GB τύπου GDDR5, η οποία μάλιστα είναι ενιαία στο σύστημα, πράγμα που σημαίνει ότι δεν χρειάζεται ξεχωριστά τσίπ μνήμης για την λειτουργία της κονσόλας. Η μονάδα επεξεργασίας γραφικών έχει ονομαστική δύναμη 1.84 TFLOPS και είναι ικανή να παράξει φωτορεαλιστικά γραφικά για την εποχή. Αργότερα, το 2016 η Sony



ανακοίνωσε την έλευση του PS4 Slim και του PS4 Pro όπου η slim έκδοση είναι η καθιερωμένη σχεδιαστική ανανέωση της κονσόλας μετά από μερικά χρόνια κυκλοφορίας της, ενώ η Pro έκδοση είναι μια πρωτότυπη αναβάθμιση στα χρονικά των κονσολών που όχι μόνο ανανεώνεται το αισθητικό κομμάτι αλλά προσφέρει και αναβαθμισμένα χαρακτηριστικά όπως υπερχρονισμένο επεξεργαστή και αναβαθμισμένη μονάδα επεξεργασίας γραφικών η οποία έχει ονομαστική δύναμη στα 4.2 TFLOPS πράγμα που σημαίνει ότι υπόσχεται να προσφέρει μεγαλύτερες αναλύσεις και σε μερικές περιπτώσεις καλύτερες επιδόσεις η γραφικά στα παιχνίδια συγκριτικά με το βασικό PS4 και το PS4 slim. Οι πωλήσεις του PS4 στο σύνολο με βάση την Sony μέχρι τον Μάρτιο του 2022 ανέρχονται στις 117 εκατομμύρια μονάδες.

Το Xbox One είναι η 2<sup>η</sup> δημοφιλέστερη κονσόλα της 8<sup>ης</sup> γενιάς και είναι διάδοχος του Xbox 360. Το Xbox One έχει παρόμοια χαρακτηριστικά με το PS4 με οκταπύρηνο επεξεργαστή αρχιτεκτονικής “Jaguar” και 8 GB μνήμης DDR3 αλλά είναι λίγο πιο αδύναμο σε χαρακτηριστικά στο θέμα της κεντρικής μονάδας γραφικών με ονομαστική ισχύ 1.31 TFLOPS. Το 2016 και η Microsoft προχώρησε στην ανανέωση της κονσόλας σε μια πιο μικρή και συμπαγής κονσόλα το Xbox One S. Αλλά δεν αρκούσε μόνο αυτό και για να απαντήσει στην πρόταση της Sony έφτιαξε και εκείνη μια δυνατότερη κονσόλα ονόματι Xbox One X. Αυτή η κονσόλα αποδείχθηκε δυνατότερη από αυτή του ανταγωνισμού με την μέγιστη ονομαστική ισχύς στη μονάδα γραφικών να ανέρχεται στα 6 TFLOPS. Ήταν ένα μεγάλο άλμα για αναβάθμιση εντός της ίδιας γενιάς γιατί η συγκεκριμένη κονσόλα μπορούσε να «τρέξει» παιχνίδια με μέγιστη ανάλυση 4K συγκριτικά με την αρχική έκδοση που είχε την ικανότητα με μέγιστη ανάλυση 1080p. Οι συνολικές πωλήσεις του Xbox One ανέρχονται στις 51 εκατομμύρια μονάδες.

Το Wii U είναι ο διάδοχος του Wii και είναι η πρώτη κονσόλα της Nintendo που υποστηρίζει HD γραφικά. Αποτελείται από την κεντρική μονάδα και από το χειριστήριο το οποίο υποστήριζε και μια οθόνη αφής που μπορούσε να χρησιμοποιηθεί σαν συμπλήρωμα στην τηλεόραση είτε να χρησιμοποιηθεί σχεδόν σαν φορητή κονσόλα. Παρ όλη την διαφορετικότητα με τον προκάτοχο του δεν κατάφερε να κερδίσει το κοινό και αυτό το αποδεικνύουν οι πωλήσεις του με τις συνολικές πωλήσεις να ανέρχονται στις 12.8 εκατομμύρια κονσόλες.

## Ένατη Γενιά

Η ένατη γενιά είναι η τρέχουσα γενιά κόνσολών που κυκλοφορεί σήμερα. Αυτή τη στιγμή αποτελείται από το Sony PlayStation 5 και από τα Microsoft Xbox Series X και Xbox Series S. Η νέα γενιά από τη μεριά της Sony έφερε στη αγορά 2 κονσόλες. Η μοναδική διαφορά μεταξύ τους είναι η υποδοχή δίσκου BluRay και η ονομασία τους είναι PlayStation 5 και PlayStation 5 Digital Edition. Η Sony έφερε επίσης επαναστατικές τεχνολογίες κυρίως στο χώρο αποθήκευσης της κονσόλας και το χειριστήριο της. Στον χώρο αποθήκευσης χρησιμοποιεί πλέον SSD χωρητικότητας 825GB με πρωτόκολλο NVMe PCI express 4.0 όπως επίσης ταχύτητες ανάγνωσης και εγγραφής που αγγίζουν τα 7GB ανά δευτερόλεπτο. Η μνήμη RAM έχει χωρητικότητα 16GB, έχει αρκετά ταχύτερο επεξεργαστή από τον προκάτοχο του και η μονάδα γραφικών αγγίζει τα 10.3 TFLOPS. Το χειριστήριο από την άλλη έχει νέου τύπου δόνηση και δυναμικές σκανδάλες που αναλόγως το παιχνίδι έχουν τη δυνατότητα να σκληρύνουν και να προσφέρουν μια πιο ρεαλιστική ανάδραση στον παίκτη, π.χ. σε ένα παιχνίδι πρώτου προσώπου με όπλα μπορεί να προσομοιώσει την σκανδάλη του όπλου. Η Microsoft από την άλλη κυκλοφόρησε δύο διαφορετικές κονσόλες το Xbox Series X και το Xbox Series S και η κύρια τους διαφορά είναι ότι η μία είναι πιο δυνατή στις επιδόσεις με δυνατό επεξεργαστή και γραφικά αντάξια του PlayStation 5 και περιλαμβάνει και υποδοχή για δίσκο BluRay ενώ η άλλη αντίστοιχα είναι μικρότερων επιδόσεων και δεν περιλαμβάνει υποδοχή δίσκου BluRay για να πετύχει χαμηλότερο κόστος. Η Microsoft ακολούθησε αυτή την τακτική με τη λογική ότι έχει λανσάρει ένα συνδρομητικό πακέτο ονόματι Game Pass όπου με ένα ποσό ανα μήνα ο παίκτης έχει πρόσβαση σε ένα κατάλογο εκατοντάδων παιχνιδιών.

### 1.4.3 Φορητές Κονσόλες

Το κύριο χαρακτηριστικό των φορητών κονσολών παιχνιδιών είναι το μικρό τους μέγεθος. Με την αυτονομία τους, μπορούν να προσφέρουν ψυχαγωγία εντός και εκτός σπιτιού. Περιέχουν μια συμπαγή ενσωματωμένη οθόνη και χειριστήρια. Το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς φορητών κονσολών παιχνιδιών εξακολουθεί να ανήκει στη Nintendo, η οποία πρόσφατα πρόσθεσε ένα προϊόν που ονομάζεται Nintendo DS στη σειρά Game Boy. Η κονσόλα παιχνιδιών περιέχει 2 οθόνες, η μία από τις οποίες είναι ευαίσθητη στην αφή και μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως συσκευή εισόδου γραφίδας. Το Nintendo DS είναι συμβατό με παλαιότερο GameBoy Advance και

μπορεί να τρέξει τα παιχνίδια του. Επίσης κατάφερε να διατηρήσει την κυριαρχία της Nintendo στην αγορά των φορητών παιχνιδιών με μια σειρά παιχνιδιών με απλά χειριστήρια και θέματα που απευθύνονται σε ένα ευρύ κοινό. Η Sony προσπάθησε να κερδίσει μερίδιο αγοράς στο τμήμα των φορητών κονσολών παιχνιδιών, λανσάροντας το Playstation Portable (PSP) στην Ιαπωνία το 2004 και στις ΗΠΑ το 2005. Είναι μια ισχυρή κονσόλα παιχνιδιών, πολύ πιο ισχυρή από το Nintendo DS, με πολύ μεγάλη οθόνη λαμβάνοντας υπόψη το μέγεθος της συσκευής. Αν και δεν είναι ανταγωνιστική στην αγορά όσον αφορά τα χαρακτηριστικά και τη δυνατότητα σύνθεσης τρισδιάστατων γραφικών, η κονσόλα δεν έχει καταφέρει μέχρι στιγμής να αντικαταστήσει το προβάδισμα της Nintendo λόγω της έλλειψης εμπορικά επιτυχημένων παιχνιδιών. (Αναγνώστου, 2009)

#### **1.4.4 Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές**

Ο υπολογιστής δεν σχεδιάστηκε ποτέ συγκεκριμένα ως πλατφόρμα βιντεοπαιχνιδιών, αντιθέτως, έχει πολλές χρήσεις και η πολυπλοκότητα των λειτουργικών του συστημάτων (Windows, Mac, Linux) αντικατοπτρίζει αυτό το γεγονός. Σίγουρα, προσφέρεται ως πλατφόρμα βιντεοπαιχνιδιών, αλλά με μεγαλύτερη διαφοροποίηση και ποικιλία ως προς αυτά τα χαρακτηριστικά. Η αρχιτεκτονική και ο σχεδιασμός των υπολογιστών δεν υπαγορεύονται από μια συγκεκριμένη εταιρεία, όπως έχουμε δει με τις κονσόλες στο παρελθόν, έτσι ώστε κάθε κατασκευαστής να μπορεί να κινείται με βάση το κόστος ή την απόδοση. Οι υπολογιστές είναι γενικά πολύ πιο ακριβοί από τις κονσόλες παιχνιδιών και σε πολλές περιπτώσεις πιο ισχυροί από εκείνες, με ισχυρούς επεξεργαστές, περισσότερη μνήμη και οθόνες υψηλότερης ανάλυσης.

Οι υπολογιστές έχουν σχεδιαστεί για χρήση από ένα άτομο τη φορά εν αντιθέσει με τις κονσόλες, συνήθως τοποθετούνται σε ένα γραφείο στο σπίτι και όχι σε ένα σαλόνι. Οι συνεδρίες πολλαπλών παικτών στον ίδιο υπολογιστή είναι πιο δύσκολο να εκτελεστούν από ό,τι σε κονσόλες λόγω του μεγέθους της οθόνης και της απόστασης από τον χρήστη. Από την άλλη πλευρά, υποστηρίζει σύνθετες συσκευές εισόδου, όπως πληκτρολόγιο και ποντίκι, οι οποίες είναι κατάλληλες για παιχνίδια με πιο σύνθετες λειτουργίες, όπως στρατηγική και παιχνίδι ρόλων.

Επίσης, μέχρι στιγμής ο προσωπικός υπολογιστής λόγω της υψηλής ευελιξίας του και της σύνδεσης στο διαδίκτυο που υποστηρίζει εδώ και πολλά χρόνια είναι η κύρια

πλατφόρμα για μαζικά διαδικτυακά παιχνίδια για πολλούς παίκτες (MMOGs) καθώς και περιστασιακά παιχνίδια στον παγκόσμιο ιστό και αυτό συμβαίνει πλέον και με τις μεγάλες εταιρείες κονσολών που έχουν ήδη κινηθεί προς αυτή την κατεύθυνση των διαδικτυακών και περιστασιακών παιχνιδιών.

Η φύση του υπολογιστή ως μηχανής γενικής χρήσης και η ανοιχτή αρχιτεκτονική του έχουν επιπτώσεις στη χρήση του ως κονσόλα παιχνιδιών. Η εγκατάσταση και η εκτέλεση παιχνιδιών ενδέχεται να απαιτούν περισσότερες γνώσεις υπολογιστών καθώς και δεξιότητες αντιμετώπισης προβλημάτων από τις κονσόλες. Επιπλέον, διάφορες ασυμβατότητες μεταξύ των προγραμμάτων οδήγησης και της κάρτας γραφικών και του παιχνιδιού ή άλλων εφαρμογών υπολογιστή ενδέχεται να εμποδίσουν την εκτέλεση του παιχνιδιού ή να προκαλέσουν πάγωμα του υπολογιστή σε ζητήματα που δεν υπάρχουν στις κονσόλες λόγω της τυποποίησής τους. (Αναγνώστου, 2009)

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> Η βιομηχανία των βιντεοπαιχνιδιών

### 2.1 Τα πρώτα εμπορικά βιντεοπαιχνίδια την δεκαετία του 90'

Στη δεκαετία του 1990, η πρόοδος του gaming οφειλόταν κυρίως στην ανάπτυξη της τεχνολογίας. Αυτές οι σημαντικές εξελίξεις χαρακτηρίστηκαν από την ευρεία υιοθέτηση της αποθήκευσης και διανομής λογισμικού που βασίζεται σε CD όπως επίσης ευρεία υιοθέτηση των λειτουργικών συστημάτων που βασίζονται σε GUI, όπως η οικογένεια Amiga OS, τα Microsoft Windows και το Mac OS. Όταν πρωτοεμφανίστηκαν στην αγορά τη δεκαετία του '70, τα βιντεοπαιχνίδια ήταν απλοϊκά. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου μέχρι το τέλος του περασμένου αιώνα η ιδέα ότι τα βιντεοπαιχνίδια θα μπορούσαν να αντικαταστήσουν την προβολή μιας ταινίας που παρέχει σε ένα άτομο το ίδιο ή ακόμα πιο ρεαλιστικό και συνδυασμένη εμπειρία, που θεωρείται παράλογη (Homan & Homan, 2014). Ως εκ τούτου, παρά τη ραγδαία εξάπλωση του, το gaming, κατατάσσεται ως μια παιδική ασχολία κυρίως, συχνά με αρνητικές συνδηλώσεις λόγω του κινδύνου κατάχρησης και απομόνωσης. (Shaviro, 2003). Ωστόσο, η εκτίμηση για τα παιχνίδια έχει αυξηθεί από τις αρχές της δεκαετίας του 2000. Μια σειρά αλληλεξαρτώμενοι παράγοντες όπως η οικονομική ανάπτυξη στη Δύση, η εξέλιξη στην τεχνολογία, σε προσωπικούς υπολογιστές, κονσόλες παιχνιδιών και φορητές συσκευές, η εξάπλωση του Διαδικτύου, η στροφή στους ακαδημαϊκούς για θετικές και τεχνολογικές επιστήμες, ιδιαίτερα για την πληροφορική.

Επιπλέον, για τους λόγους που προαναφέρθηκαν, υπάρχει έντονος ανταγωνισμός στις εταιρείες-κολοσσούς, φέρνοντας πολλές νέες δυνατότητες στα βιντεοπαιχνίδια (Wolf, 2012). Η νέα τεχνολογία επιτρέπει τη δημιουργία ολοένα και πιο ρεαλιστικών παιχνιδιών γραφικά και πιο ολοκληρωμένο gameplay, δημιουργία Παρέχουν στους παίκτες μια έντονη και αυθεντική εμπειρία (Yee & Bailenson, 2007).

Μερικά από τα πιο εμπορικά βιντεοπαιχνίδια που κυκλοφόρησαν μέσα στην δεκαετία του 1990 είναι το Super Mario World το οποίο ξεκίνησε την δεκαετία με έγχρωμα δισδιάστατα γραφικά αλλά στα τέλη της δεκαετίας κυκλοφόρησε και ταυτόχρονα πρωτοπόρησε στη σειρά το Super Mario Bros που έτρεχε σε τρισδιάστατα γραφικά που για την εποχή ήταν επαναστατικό. Το Half life έφερε την επανάσταση για την εποχή στα παιχνίδια πρώτου προσώπου και ο λόγος είναι ότι κατάφερε να επηρεάσει δημιουργούς άλλων παιχνιδιών πρώτου προσώπου και όχι μόνο, με το

πρωτοπόρο σύστημα scripted sequence όπου με αυτό ο παίκτης έχει την δυνατότητα να επιλέξει την τροπή της ιστορίας σε διάφορα σημεία στην ιστορία του παιχνιδιού. Το πρώτο Gran Turismo που κυκλοφόρησε για το PlayStation 1 ήταν επαναστατικό ως προς την υλοποίηση τρισδιάστατων γραφικών σε 32-bit, μια συλλογή από 140 πολύ καλοσχεδιασμένα αυτοκίνητα και 11 πίστες, το πολύπλοκο σύστημα χειρισμού και έμφαση στο να βελτιώνει την εμπειρία του εκάστοτε παίκτη ως προς την οδήγηση με ένα εύρος από τεστ διπλωμάτων. Το Gran Turismo «άνοιξε τον δρόμο» μια για πάντα για τα αγωνιστικά παιχνίδια στις κονσόλες.<sup>1</sup> Το Doom ήταν άλλο ένα επαναστατικό παιχνίδι και ο λόγος ήταν ότι πρόσφερε επαναστατικά τρισδιάστατα γραφικά γιατί μέχρι εκείνη την περίοδο ο ανταγωνισμός είχε δισδιάστατα shooters. Ταυτόχρονα επαναστατικό ήταν ότι έφερε το LAN multiplayer. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι οι παίκτες είχαν την δυνατότητα να παίξουν από πολλαπλούς υπολογιστές τοπικά στο ίδιο δίκτυο.<sup>2</sup>

## 2.2 Το κοινό των βιντεοπαιχνιδιών

Η κυρίαρχη, στερεότυπη εικόνα των βιντεοπαιχνιδιών στην κοινωνία είναι ότι απευθύνεται σε αγόρια και ενήλικες (με προβλήματα κοινωνικής ένταξης τις περισσότερες φορές). Άνθρωποι σαν αυτούς, οι λεγόμενοι φανατικοί παίκτες (hardcore players), βλέπουν το gaming ως κάτι περισσότερο από ψυχαγωγία και χόμπι, προτιμώντας μεγάλα, πολύπλοκα παιχνίδια με ρεαλιστικά γραφικά βίας και δράσης. Οι φανατικοί παίκτες είναι πρόθυμοι να προσαρμόσουν την καθημερινότητά τους γύρω από τα παιχνίδια και να αφιερώσουν χρόνο για να αλληλοεπιδράσουν με αυτά. Οι φανατικοί παίκτες αποτελούν τα θεμέλια της βιομηχανίας των βιντεοπαιχνιδιών, καθώς είναι σταθεροί αγοραστές παιχνιδιών και είναι κάτω των 35 ετών και στην πλειοψηφία είναι ανδρικού φύλου. Οι πλατφόρμες επιλογής για τους σκληροπυρηνικούς παίκτες είναι οι υπολογιστές και οι κονσόλες. Αλλά στην πραγματικότητα, οι φανατικοί παίκτες αποτελούν μόνο ένα μικρό μέρος της αγοράς. Οι περισσότεροι παίκτες βιντεοπαιχνιδιών έχουν μερικές ώρες την εβδομάδα για να παίξουν, επομένως προτιμούν παιχνίδια χαμηλού κόστους, εύχρηστα και που προκαλούν περισσότερη σκέψη. Δεν έχουν απαραίτητα ρεαλιστικά γραφικά και μπορούν να ολοκληρωθούν σε

<sup>1</sup> Πηγή: <https://www.theguardian.com/games/2021/jun/23/the-15-greatest-video-games-of-the-1990s-ranked> (Ανακτήθηκε 20 Ιουλίου 2022)

<sup>2</sup> Πηγή: <https://www.pcgamesn.com/most-important-pc-games-doom> (Ανακτήθηκε 20 Ιουλίου 2022)

σύντομο χρονικό διάστημα. Αυτά τα παιχνίδια ονομάζονται περιστασιακά παιχνίδια. Για αυτούς τους παίκτες, τα βιντεοπαιχνίδια είναι βραχύβια ψυχαγωγία κατά τη διάρκεια των διαλειμμάτων ή των μετακινήσεων. Όλες οι πλατφόρμες υποστηρίζουν περιστασιακά παιχνίδια από τα κινητά μέχρι και τον ιστό. Ένα κλασικό παράδειγμα περιστασιακού παιχνιδιού είναι η πασιέντζα των Windows ή το The Sims. (Αναγνώστου, 2009)

Σαφώς, το κοινό που στοχεύει μια εταιρεία για το παιχνίδι (φανατικοί ή περιστασιακοί gamers) υπαγορεύει επίσης τη δημιουργία του παιχνιδιού. Τα περιστασιακά παιχνίδια απαιτούν μικρότερες ομάδες ανάπτυξης, κόστος και χρόνο για την κατασκευή τους και μπορούν να είναι διαθέσιμα μέσω Διαδικτύου. Αντίθετα, τα παιχνίδια για φανατικούς παίκτες απαιτούν μια μεγάλη ομάδα ανάπτυξης και πολύ χρόνο για την ανάπτυξη και είναι συνήθως διαθέσιμα σε δίσκο (DVD/BluRay) ή μέσω γρήγορης σύνδεσης στο διαδίκτυο. (Αναγνώστου, 2009)

Με περιορισμένο κοινό για φανατικούς του gaming, η βιομηχανία ανάπτυξης βιντεοπαιχνιδιών αναζητά πάντα τρόπους να προσεγγίσει ένα ευρύ κοινό περιστασιακών παικτών. Αυτό είναι εμφανές στις προσπάθειες της εταιρείας να απλοποιήσει τη λειτουργία οικιακών κονσολών (όπως το Nintendo Wii), την παρουσία υπηρεσιών όπως το Xbox Live Arcade, το Wii Ware και το PSN και την πληθώρα ιστοσελίδων με περιστασιακά παιχνίδια που υπάρχουν στο διαδίκτυο. (Αναγνώστου, 2009)

### **2.3 Ανάπτυξη, έκδοση και τρόποι πώλησης βιντεοπαιχνιδιών.**

Η ανάπτυξη των βιντεοπαιχνιδιών είναι μια πολύπλοκη και χρονοβόρα διαδικασία που μπορεί να διαρκέσει από 6 μήνες έως και πάνω από 2 χρόνια. Το τελικό αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας εξαρτάται από την εξασφάλιση των πόρων που απαιτούνται για την ολοκλήρωση του έργου, την προσεκτική οργάνωση όλων των εργασιών, την αρμονική συνύπαρξη πολλών διαφορετικών ειδικοτήτων και την αποτελεσματική διαχείριση. Η ανάπτυξη των βιντεοπαιχνιδιών περνά από πολλαπλά στάδια από τον ιδεασμό μέχρι την τελική κυκλοφορία του προϊόντος, το καθένα με τις δικές του απαιτήσεις και χαρακτηριστικά. Η διαδικασία και τα στάδια ανάπτυξης ενός

παιχνιδιού δεν είναι τυποποιημένα και μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με την εταιρεία και τον τύπο παιχνιδιού, αλλά γενικά ακολουθούν αυτά τα στάδια.

Στην ομάδα ανάπτυξης παιχνιδιών, ο ενθουσιασμός για δημιουργικότητα δεν σταματά ποτέ. Ακόμη και πριν ολοκληρωθεί και κυκλοφορήσει ένα τρέχον παιχνίδι, υπάρχουν πολλές ιδέες για το επόμενο παιχνίδι. Οι ιδέες παιχνιδιών μπορεί να είναι πρωτότυπες ή να βασίζονται στην ιστορία των προηγούμενων παιχνιδιών της εταιρείας ή ακόμα και σε χαρακτήρες από ταινίες. Οι ιδέες με το μεγαλύτερο αντίκτυπο λαμβάνουν ειδική αντιμετώπιση. Κάθε ιδέα ερευνάται από μια μικρή ομάδα δύο ή τριών ατόμων, που συνήθως περιλαμβάνει έναν προγραμματιστή και έναν σχεδιαστή. Ένας καλλιτέχνης δεν είναι πάντα απαραίτητος, καθώς το περιεχόμενο από προηγούμενα παιχνίδια της ίδιας εταιρείας χρησιμοποιείται τις περισσότερες φορές. Ο σκοπός αυτής της ομάδας είναι να εφαρμόσει πρώτα την ιδέα και να αξιολογήσει εάν και σε ποιο βαθμό είναι εφικτή.

Κατά τη διάρκεια αυτής της φάσης ανάπτυξης, δημιουργείται ένα έγγραφο σχεδιασμού του παιχνιδιού. Ο σχεδιασμός περιγράφει πέρα από την κεντρική ιδέα του παιχνιδιού, το είδος στο οποίο θα είναι (π.χ. shooter, platformer, αθλητικά), τι νέο περιεχόμενο εισάγει στον χώρο και πώς θα αντέξει τον ανταγωνισμό. Καθορίζει επίσης το κοινό-στόχο και την πλατφόρμα ανάπτυξης του παιχνιδιού. Τέλος, καταγράφεται το κόστος ανάπτυξης και οι εκτιμήσεις κινδύνου για ολόκληρο το έργο. Σε αυτό το στάδιο δημιουργούνται και τα πρώτα καλλιτεχνικά σχέδια, συνήθως σε χαρτί, για να δώσουν το οπτικό στυλ και το ύφος του παιχνιδιού. Το υλικό που παράγεται σε αυτό το έργο, που ονομάζεται πρόταση παιχνιδιού, θα χρησιμοποιηθεί για την παρουσίαση του παιχνιδιού σε πιθανούς χρηματοδότες με στόχο την αναζήτηση και εξασφάλιση των απαραίτητων πόρων. Εάν η πρόταση είναι αρκετά ισχυρή, η ομάδα ανάπτυξης μπορεί να λάβει έγκριση από τον χρηματοδότη (συνήθως τον εκδότη) για να προχωρήσει στην επόμενη φάση της ανάπτυξης του παιχνιδιού, την προπαραγωγή. Σε πολλές περιπτώσεις, η ομάδα ανάπτυξης πρέπει επίσης να λάβει άδεια από τον κατασκευαστή της πλατφόρμας πριν προχωρήσει στο επόμενο στάδιο. (Αναγνώστου, 2009)

Προκειμένου να σχεδιαστούν νέες μεθοδολογίες για την αξιολόγηση της χρηστικότητας και της εμπειρίας χρήστη των βιντεοπαιχνιδιών, είναι επιτακτική ανάγκη να κατανοήσουμε αρχικά δύο βασικά ζητήματα. Πρώτα, πώς αναπτύσσονται τα βιντεοπαιχνίδια επί του παρόντος, συμπεριλαμβανομένων πτυχών όπως οι



διαδικασίες και χρονικές κλίμακες και δεύτερον, πώς σχεδιάζουν και αξιολογούν τα studio παιχνιδιών την εμπειρία του χρήστη. (Malone, 1981)

Ο ρόλος της φάσης προετοιμασίας είναι διπλός. Σε αυτό το στάδιο, αναπτύσσεται ένα ολοκληρωμένο και λεπτομερές σχέδιο ανάπτυξης παιχνιδιών ως οδηγός και αναφορά για τη μετέπειτα υλοποίηση του περιεχομένου και του κώδικά του. Αυτός ο οδηγός περιγράφει λεπτομερώς τη ροή, τα δομικά και δραματικά στοιχεία του παιχνιδιού, καθώς και το οπτικό στυλ. Επιπλέον, υπολογίζεται η ανάγκη για ανθρώπινο δυναμικό και τεχνικό εξοπλισμό και αναπτύσσεται ένα χρονοδιάγραμμα έργου με ημερομηνίες και παραδοτέα (milestones). Ο σχεδιασμός του παιχνιδιού θα καθορίσει αργότερα τις απαιτήσεις και τι θα εφαρμοστεί στο παιχνίδι. Σε συνδυασμό με το σχέδιο παιχνιδιού γράφεται και ένα τεχνικό σχέδιο, τεκμηριώνοντας τις τεχνικές λεπτομέρειες της υλοποίησης του παιχνιδιού, όπως εργαλεία που χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη κώδικα, περιορισμούς της πλατφόρμας ανάπτυξης, αρχιτεκτονική παιχνιδιού και την μεθοδολογία ανάπτυξης. (Malone, 1981)

Το δεύτερο προϊόν σε αυτό το στάδιο είναι το πρωτότυπο του παιχνιδιού. Αυτή η πρώιμη έκδοση παρουσιάζεται σε διαδραστική μορφή. Δηλαδή, όλα τα στοιχεία του παιχνιδιού που κάνουν το παιχνίδι διασκεδαστικό, ενδιαφέρον, καθώς και όλα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά το κάνουν μοναδικό να ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό. Επίσης, τα πρότυπα θα πρέπει να επικοινωνούν με τις κεντρικές ιδέες και τους μηχανισμούς του παιχνιδιού άμεσα και γρήγορα. Σε ορισμένες περιπτώσεις, για λόγους κόστους και χρόνους ανάπτυξης, δεν αναπτύσσεται νέα τεχνολογία για τη δημιουργία αυτού του πρωτότυπου παιχνιδιού, αλλά χρησιμοποιείται η μηχανή και το περιεχόμενο των προηγούμενων παιχνιδιών της εταιρείας. Αν όμως το κύριο χαρακτηριστικό του παιχνιδιού είναι η προηγμένη και ρεαλιστική οπτικοποίηση ή κάποιο άλλο νέο τεχνικό στοιχείο. Η ομάδα θα μπορούσε να αναπτύξει μια σειρά από επιδείξεις της νέας τεχνολογίας, ακόμη και σκηνές βίντεο για την τελική έκδοση του παιχνιδιού. (Αναγνώστου, 2009)

Η δημιουργία ενός σχεδιαγράμματος μαζί με ένα πρωτότυπο είναι ίσως το πιο σημαντικό στάδιο στην ανάπτυξη του παιχνιδιού, καθώς τελικά θα καθορίσει εάν η ανάπτυξη θα συνεχιστεί. Τα ποιοτικά αποτελέσματα σε αυτό το στάδιο δείχνουν ότι η ομάδα μπορεί να πραγματοποιήσει το έργο που εκτελεί και ότι η δομή και η λειτουργία της είναι αποτελεσματικές. Αυτό δημιουργεί μια σχέση εμπιστοσύνης που θα βοηθήσει

τους εκδότες να λάβουν αποφάσεις σχετικά με την τελική χρηματοδότηση για την ανάπτυξη παιχνιδιών. Στο παρελθόν, μια πρόταση παιχνιδιού ήταν αρκετή για να κεντρίσει το ενδιαφέρον του εκδότη, ο οποίος στη συνέχεια χρηματοδότησε το στάδιο της προπαραγωγής. Ωστόσο, προτού δεσμευτούν να χρηματοδοτήσουν πλήρως ένα παιχνίδι, τα τελευταία χρόνια, οι εταιρείες έχουν συχνά αναπτύξει πρωτότυπα απευθείας με δικά τους έξοδα για τόκους και χρηματοδότηση λόγω του σκληρού ανταγωνισμού μεταξύ εταιρειών ανάπτυξης ανεξάρτητων. Οι εκδότες βασίζονται σε αυτό και όχι σε απλές προτάσεις παιχνιδιών. (Malone, 1981)

Μόλις ληφθεί χρηματοδότηση από τον εκδότη (ή έγκριση για την κατασκευή του παιχνιδιού εάν η ομάδα ανάπτυξης ανήκει στον εκδότη), ξεκινά η μακρά φάση ανάπτυξης του παιχνιδιού, η οποία μπορεί να διαρκέσει οπουδήποτε από 6 μήνες έως 2+ χρόνια. Μεγάλες παραγωγές όπως το Halo και το Grand Theft Auto μπορεί να χρειαστούν δύο ή περισσότερα χρόνια για να αναπτυχθούν, αλλά μικρότερα παιχνίδια μπορεί να χρειαστούν λιγότερο από 6 μήνες για να αναπτυχθούν. Η ομάδα ανάπτυξης παιχνιδιών μεγάλωσε πολύ κατά τη διάρκεια αυτής της φάσης και συνέχισε να αναπτύσσεται μέχρι τα τελικά στάδια ανάπτυξης. Επιπλέον, έχουν δημιουργηθεί αποκλειστικές υπό-ομάδες για προγραμματισμό, δημιουργία περιεχομένου και σχεδιασμό παιχνιδιών. (Αναγνώστου, 2009)

Η φάση παραγωγής ενός βιντεοπαιχνιδιού είναι και η πιο δύσκολη. Όλος ο κώδικας του παιχνιδιού, τα απαραίτητα εργαλεία και το περιεχόμενο αναπτύσσονται σε αυτό το στάδιο. Για να ολοκληρωθεί αποτελεσματικά το παιχνίδι εντός της προθεσμίας απαιτείται πολύ καλή οργάνωση και ικανή διαχείριση. Ο κύκλος παραγωγής ενός παιχνιδιού είναι συνήθως μακρύς και συχνά αποκλίνει από τον αρχικό στόχο και όραμα. Επίσης, με την πρόσληψη νέων μελών και την αποχώρηση άλλων, αλλά και ευρύτερες αλλαγές, όπως αλλαγή πλατφορμών παιχνιδιών ή ακόμα και απόκτηση από άλλους. (Αναγνώστου, 2009)

Για να διασφαλίσει την πρόοδο του παιχνιδιού, ο ίδιος ο εκδότης επιβάλλει την έννοια των παραδοτέων. Ένα παραδοτέο είναι ένα χρονοδιάγραμμα που ορίζει ποια μέρη του παιχνιδιού θα ολοκληρωθούν μέχρι ποια ημερομηνία. Για παράδειγμα, μπορεί να συμφωνηθεί ότι μετά από 4 μήνες ανάπτυξης, όλοι οι χαρακτήρες του παιχνιδιού θα είναι ολοκληρωμένοι ή μετά από 6 μήνες, θα είναι διαθέσιμο το online multiplayer. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι εκδότες πληρώνουν τις εταιρείες ανάπτυξης με βάση

την πρόοδο των παραδοτέων τους, αναγκάζοντας τις εταιρείες να κάνουν ό,τι είναι δυνατό για να τηρήσουν τις ημερομηνίες παράδοσης και συχνά καταφεύγουν σε υπερωρίες. Στο τέλος της κύριας φάσης ανάπτυξης του παιχνιδιού, είτε πριν είτε μετά τη λήξη της προθεσμίας, η ομάδα είναι πλέον έτοιμη να παρουσιάσει την πρώτη έκδοση του παιχνιδιού εκτός ομάδας το λεγόμενο στάδιο Alpha. (Αναγνώστου, 2009)

Σε αντίθεση με το στάδιο Alpha, η Beta έκδοση του παιχνιδιού έχει ολοκληρωθεί. Όλο το περιεχόμενο έχει ολοκληρωθεί, όλοι οι μηχανισμοί και οι δυνατότητες του παιχνιδιού έχουν εφαρμοστεί και η ανάπτυξη έχει σταματήσει. Οι αλλαγές στο παιχνίδι πλέον απαγορεύονται και σε αυτό το στάδιο, όλες οι προσπάθειες της ομάδας επικεντρώνονται στο να διορθωθούν όσο το δυνατόν περισσότερα σφάλματα στο παιχνίδι με σκοπό να λειτουργεί ομαλά. (Αναγνώστου, 2009)

Κατά τη διάρκεια των εβδομάδων που διήρκεσαν στη φάση Beta, η επαγγελματική ομάδα δοκιμών ξεκίνησε έναν έντονο και συνεχή κύκλο δοκιμών και καταγραφής σφαλμάτων παιχνιδιού. Ο αριθμός των λαθών που σημειώνονται σε αυτή τη φάση είναι συνήθως τεράστιος λόγω της σχολαστικότητας του παιχνιδιού. Τα καταγεγραμμένα σφάλματα λαμβάνουν διαφορετικές αξιολογήσεις χρηστικότητας, που κυμαίνονται από υψηλή προτεραιότητα έως απλές προτάσεις βελτίωσης. Τα σφάλματα υψηλής προτεραιότητας εμποδίζουν την ολοκλήρωση του παιχνιδιού και διορθώνονται πρώτα. Ένα παράδειγμα αυτού του τύπου σφάλματος είναι όταν το παιχνίδι διακόπτεται όταν ο παίκτης εκτελεί μια συγκεκριμένη ενέργεια, οι μεγάλες καθυστερήσεις στην αρχή του παιχνιδιού ή η δραματική πτώση του ρυθμού ανανέωσης σε ορισμένα σημεία επισημαίνονται επίσης ως μοιραία σφάλματα. Για το λόγο αυτό, η ομάδα ανάπτυξης εστιάζει την προσοχή της πρώτα στα σφάλματα με την υψηλότερη προτεραιότητα και στη συνέχεια, εάν υπάρχει χρόνος, θα στραφεί και σε λιγότερο κρίσιμα σφάλματα. Η ομάδα μπορεί να επιλέξει να διορθώσει ένα πιο ασήμαντο σφάλμα κάτι που δεν μειώνει τη συνολική καλή εμπειρία παιχνιδιού μετά την κυκλοφορία του, με μια επιδιόρθωση (patch). (Αναγνώστου, 2009)

Το ολοκληρωμένο παιχνίδι πρέπει να είναι πιστοποιημένο και εγκεκριμένο από τον κατασκευαστή της κονσόλας για καλή ποιότητα και λειτουργικότητα, εάν πρόκειται να κυκλοφορήσει σε κονσόλα. Η πιστοποίηση χορηγείται από τον κατασκευαστή αφού το παιχνίδι έχει περάσει από μια σειρά ελέγχων ποιότητας και σφαλμάτων από την ειδική ομάδα ελέγχου ποιότητας του κατασκευαστή. Τα σφάλματα και οι παραλείψεις που

μπορούν να εντοπιστούν σε αυτό το στάδιο απαιτούν άμεση παρέμβαση από την ομάδα ανάπτυξης για την επίλυσή τους. Χωρίς την πιστοποίηση του κατασκευαστή της πλατφόρμας, το παιχνίδι δεν θα κυκλοφορήσει σε αυτήν την πλατφόρμα. Από εδώ και πέρα δεν υπάρχουν αλλαγές ή παρεμβάσεις στο παιχνίδι. Έτσι προετοιμάζεται για μαζική αναπαραγωγή και στη συνέχεια συσκευασία και εμπορία. Ταυτοχρόνως το εκάστοτε παιχνίδι διατίθεται και στα «ηλεκτρονικά καταστήματα» των κόνσολών για άμεση αγορά και λήψη του παιχνιδιού μέσω του διαδικτύου εφόσον το επιλέξει ο παίκτης. (Αναγνώστου, 2009)

## **2.4 Η ενσωμάτωση των βιντεοπαιχνιδιών στον διαδικτυακό χώρο**

Η σύνδεση του gaming με το διαδίκτυο και η εξάπλωσή του οδήγησε στην εμφάνιση ενός νέου είδους, τα διαδικτυακά βιντεοπαιχνίδια (online video games) ή τα MMO (Massively Multiplayer Online games). Αυτή η κατηγορία παιχνιδιών θα αποτελέσει αντικείμενο έρευνας στα επόμενα κεφάλαια. Σύμφωνα με την έκθεση της ESA για το 2017, πάνω από το 50% των παικτών παίζουν βιντεοπαιχνίδια στο διαδίκτυο, με το ποσοστό αυτό να παρουσιάζει αύξηση σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια. Με την πρώτη ματιά, μπορείτε να δείτε την αυξανόμενη ζήτηση για παιχνίδια που αναπτύσσονται στον διαδικτυακό κόσμο, όπου οι παίκτες αλληλεπιδρούν τόσο με χαρακτήρες αυτοματισμού όσο και με χαρακτήρες χωρίς παίκτες (NPC) και με άλλους παίκτες μέσω των χαρακτήρων (avatar) που χρησιμοποιούν. Με αυτόν τον τρόπο, άνθρωποι κάθε ηλικίας και εθνικότητας συναντιούνται στον τομέα του διαδικτυακού gaming. Κατά συνέπεια, οι παραδοσιακές έννοιες των ορίων φαίνεται να έχουν ξεπεραστεί θεωρητικά. Ωστόσο, αξίζει να εξεταστεί αν κάτι παρόμοιο συμβαίνει στην πράξη. (Choi & Kim, 2004).

Καθώς τα διαδικτυακά βιντεοπαιχνίδια έχουν αυξηθεί σε δημοτικότητα, αυξήθηκε και η προσφορά τέτοιων παιχνιδιών, με αποτέλεσμα πλέον να υπάρχουν κατάλληλα παιχνίδια για κάθε είδος (δράση, επιβίωση, πόλεμος, στρατηγική, φαντασία, επιστημονική φαντασία κ.λπ.). Έτσι, ενώ αρχικά αυτά τα παιχνίδια απαιτούσαν, εκτός από την αγορά του ίδιου του παιχνιδιού, τακτικά επαναλαμβανόμενα κόστη με τη μορφή μηνιαίων και άλλων συνδρομών, τώρα, χάρη στον ευρύ ανταγωνισμό σε αυτόν τον τομέα, υπάρχουν πολλά παιχνίδια στην αγορά που είτε επιτρέπουν δωρεάν

πρόσβαση στο διαδίκτυο ή προσφέρονται εντελώς δωρεάν, αλλά συχνά προσφέρει αγορές αντικειμένων και άλλων αντικειμένων εντός του παιχνιδιού. (Choi & Kim, 2004).

Συνολικά, τα περισσότερα παιχνίδια που κυκλοφορούν σήμερα σε κονσόλες, υπολογιστές ή κινητές συσκευές προσφέρουν συνήθως online παιχνίδι για πολλούς παίκτες, δίνοντας στους παίκτες την ευκαιρία να ανταγωνιστούν ή να συνεργαστούν με άλλα άτομα, κάτι που προσθέτει στην εμπειρία του παιχνιδιού. Έτσι, με την πρώτη ματιά, δημιουργείται ένα εικονικό περιβάλλον στο οποίο μπορούν να προκύψουν ευκαιρίες για συζήτηση, καλλιέργεια, κοινωνικοποίηση και χαλάρωση (Choi & Kim, 2004).

Τα περισσότερα διαδικτυακά βιντεοπαιχνίδια έχουν σχεδιαστεί για να καλύπτουν την ανταγωνιστική ή συνεργατική πλευρά κάποιου. Ένας παίκτης βρίσκει μεγαλύτερη ικανοποίηση όταν επιβεβαιώνει ότι είναι καλύτερος από κάποιον άλλο ή όταν συνεργάζεται με άλλους για να πετύχει τους στόχους και τις προκλήσεις του καθώς πιστεύει αντίστοιχα ότι έχει βιώσει το παιχνίδι πληρέστερα (Schroeder, 2002).

Πολλά παιχνίδια βασίζονται σε αυτές τις αξίες. Παιχνίδια όπως το League of Legends (LoL), το Call of Duty (CoD), το Counter Strike, το Star Wars: Battlefront κ.λπ. είναι κοινά παραδείγματα ανταγωνιστικών παιχνιδιών. Το είδος στο οποίο ανήκουν αυτά τα παιχνίδια μπορεί να διαφέρει (μερικά είναι πολεμικά παιχνίδια ή σκοπευτές πρώτου προσώπου, άλλα είναι φαντασία κ.λπ.), ωστόσο οι πρακτικές είναι κοινές. Χάρη στους μηχανισμούς κάθε παιχνιδιού, οι παίκτες εντάσσονται σε ομάδες και συνεργάζονται με άλλους παίκτες ή ομάδες παικτών για να πετύχουν έναν κοινό στόχο. (Schroeder, 2002).

Κατά συνέπεια, μπορεί να μην υπάρχουν ομάδες και να ανταγωνίζονται όλες μεταξύ τους. Είναι σημαντικό ότι σε αυτές τις περιπτώσεις δίνεται έμφαση στο στοιχείο του ανταγωνισμού ή της συνεργασίας για την επίτευξη ενός ή περισσότερων στόχων στο πλαίσιο του παιχνιδιού (Choi and Kim, 2004). Η επικοινωνία μεταξύ των παικτών περιορίζεται σχεδόν αποκλειστικά στην εξυπηρέτηση αυτών των σκοπών και ο μόνος τρόπος για να επεκταθεί αυτή η συζήτηση σε άλλα θέματα είναι μέσω της χρήσης άλλων μέσων εκτός του παιχνιδιού. Κατά συνέπεια, οι κοινότητες που δημιουργούνται μεταξύ των παικτών δραστηριοποιούνται κυρίως σε άλλα μέσα και συγκεντρώνονται

στον κόσμο του παιχνιδιού κυρίως για να ασχοληθούν με τις υποθέσεις ενός συγκεκριμένου παιχνιδιού (Riley, 2015).

## 2.5 Εταιρείες στον κλάδο των βιντεοπαιχνιδιών

Αρχικά η ιστορία των βιντεοπαιχνιδιών ξεκινάει από τα πρώτα απλοϊκά παιχνίδια που δημιουργήθηκαν και με την πάροδο των χρόνων άρχισαν να τονίζονται οι απαιτήσεις των παικτών, η έμφαση δόθηκε στα γραφικά και την ιστορία. Η μεγαλύτερη επικράτηση των βιντεοπαιχνιδιών και τα τεράστια έσοδα που έχουν δημιουργηθεί επέτρεψαν στις εταιρείες να δώσουν μεγαλύτερο βάρος στον κλάδο, αλλά και ευκαιρίες, με σκοπό την εισαγωγή νέων εταιρειών σε αυτή την τεράστια αγορά. Οι εταιρείες εστιάζουν στη δημιουργία παιχνιδιών όχι μόνο για να παράγουν υψηλά έσοδα, αλλά για να δώσει η κάθε μία την δική της ταυτότητα και φήμη σε ένα συγκεκριμένο είδος παιχνιδιού, έτσι ώστε οι παίκτες να μπορούν να αποκτήσουν την κατάλληλη εικόνα πως κάθε εταιρεία ειδικεύεται καλά στην ανάπτυξη συγκεκριμένων ειδών παιχνιδιών.

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι 5 πιο κερδοφόρες εταιρείες δημιουργίας βιντεοπαιχνιδιών για το έτος 2022.<sup>3</sup>

1. Microsoft
2. Tencent
3. Sony Interactive Entertainment
4. Activision-Blizzard Entertainment
5. Electronic Arts

### Microsoft Game Studios

Η Microsoft στα τέλη της δεκαετίας του '90 είχε τη δική της ομάδα gaming και έχει ήδη πραγματοποιήσει αρκετές εξαγορές για προγραμματιστές και τίτλους. Αυτά περιλαμβάνουν την εξαγορά του FASA Studio για τη σειρά παιχνιδιών MechWarrior και του λογισμικού Access για τη σειρά παιχνιδιών γκολφ Links το 1999 και του Aces Game Studio, το οποίο ανέπτυξε το παιχνίδι Microsoft Flight Simulator. Περίπου τον Μάρτιο του 2000, η Microsoft μετέφερε την ομάδα παιχνιδιών σε ένα ξεχωριστό τμήμα

---

<sup>3</sup> Πηγή: <https://moneyinc.com/richest-game-developers-world/> (Ανακτήθηκε: 12 Αυγούστου 2022)

που ονομάζεται Microsoft Games, με την ενοποίηση των έργων τυχερών παιχνιδιών στη Microsoft. Αυτό συνέπεσε με τη δημόσια ανακοίνωση της πρώτης κονσόλας Xbox στην οποία η Microsoft Games ήταν ο προγραμματιστής και ο εκδότης τίτλων τόσο για το Xbox όσο και για τα Microsoft Windows. Η Microsoft Games μετονομάστηκε σε Microsoft Game Studios (MGS) το 2001. Το στούντιο μετονομάστηκε ξανά στις 5 Φεβρουαρίου 2019 ως Xbox Game Studios για να αντικατοπτρίζει τη χρήση της επωνυμίας Xbox για την υποστήριξη gaming σε όλες τις συσκευές που υποστηρίζει.<sup>4</sup>

## **Tencent**

Η Tencent Holdings Limited είναι μια κινεζική επενδυτική εταιρεία με έδρα το Shenzhen της Κίνας, οι θυγατρικές της οποίας καλύπτουν ψυχαγωγικά μέσα, το Διαδίκτυο, καθώς και υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας για κινητά και τη διαδικτυακή διαφήμιση. Η ίδρυση της έγινε το 1998 και πρόκειται για μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες Διαδικτύου στον κόσμο με 30.160 υπαλλήλους. Αρκετές από τις υπηρεσίες της περιλαμβάνουν κοινωνικά δίκτυα, ηλεκτρονικό επιχειρείν, ιστότοπους και διαδικτυακά παιχνίδια για πολλούς παίκτες.

Το 2004 έμελλε να είναι η χρονιά που η Tencent κατάφερε να δημιουργήσει το πρώτο παιχνίδι της και αυτό ήταν το QQ Tang, την πορεία του ακολούθησε το QQ YinSu το 2006 και το 2007 το QQ SanGuo. Το 2011, η Tencent ξεκίνησε να φιλοξενεί το παιχνίδι League of Legends. Η Tencent πουλάει ψηφιακό περιεχόμενο για χρήση σε ηλεκτρονικά παιχνίδια μέσω διαδικτύου για πολλούς παίκτες μέσω της πύλης παιχνιδιών QQ. Σε αυτά τα παιχνίδια περιλαμβάνονται το Dungeon Figure Online, το QQ Three Kingdoms, το QQ Fantasy και το QQ Pet.<sup>5</sup>

## **Sony Interactive Entertainment**

Η Sony Computer Entertainment είναι μια πολυεθνική εταιρεία βιντεοπαιχνιδιών που εδρεύει στην Ιαπωνία, ειδικεύεται σε διάφορους τομείς της βιομηχανίας βιντεοπαιχνιδιών και ανήκει εξ ολοκλήρου σε συνεταιρισμό ορισμένων

---

<sup>4</sup> Πηγή: <https://www.xbox.com/el-GR/xbox-game-studios> (Ανακτήθηκε 12 Αυγούστου 2022)

<sup>5</sup> Πηγή: <https://www.tencent.com/en-us/about.html> (Ανακτήθηκε 12 Αυγούστου 2022)

καταναλωτικών προϊόντων της Sony. Ιδρύεται στις 16 Νοεμβρίου 1993 στο Τόκιο της Ιαπωνίας, πριν καν κυκλοφορήσει η πρώτη κονσόλα βιντεοπαιχνιδιών PlayStation.

Επίσης, η Sony Computer Entertainment συμμετέχει στην έρευνα και ανάπτυξη, στη παραγωγή και στη πώληση υλικού και λογισμικού για τη γραμμή παραγωγής, τόσο στην οικιακή κονσόλα όσο και στη φορητή κονσόλα. Επιπλέον είναι προγραμματιστής και εκδότης τίτλων βιντεοπαιχνιδιών και απαρτίζεται από πολλές θυγατρικές που εξυπηρετούν τις κύριες αγορές της εταιρείας, όπως η Βόρεια Αμερική, η Ευρώπη και η Ασία. Το μεγαλύτερο μέρος των υπαλλήλων της εταιρείας βρίσκεται στις Ηνωμένες Πολιτείες και απασχολούνται περίπου 8.000 άτομα σε περισσότερες από 50 χώρες.

Η ίδρυση της Sony Computer Entertainment (SCEI) πραγματοποιείται το 1993, μια κοινοπραξία ανάμεσα στην Sony Corporation και στην Sony Music Entertainment. Η Sony Computer Entertainment America δημιουργήθηκε τον Μάιο του 1994 και το Playstation κυκλοφορεί στην Ιαπωνία τον Δεκέμβριο έναντι 330 δολαρίων. Ένα χρόνο αργότερα ιδρύεται και η Sony Computer Entertainment Europe, ενώ τον Σεπτέμβριο του ίδιου έτους κυκλοφορεί το Playstation τόσο στην Ευρώπη (με τιμή 460 δολάρια περίπου) όσο και στη Βόρεια Αμερική (τιμή 299 δολάρια) και απέστειλε 10 εκατομμύρια κονσόλες PlayStation μέχρι το τέλος του 1996 διεθνώς. Αποτέλεσε μια τεράστια επιτυχία για την εταιρεία και μέχρι το τέλος του 1999, 4 χρόνια αργότερα από την εισαγωγή της κονσόλας στην αγορά, είχε πετύχει σε διεθνές επίπεδο 70 εκατομμύρια πωλήσεις.<sup>6</sup>

### **Activision Blizzard**

Η Activision Blizzard πρόκειται για μία αμερικανική εταιρεία με έδρα την Santa Monica στην California των Ηνωμένων Πολιτειών. Τον Δεκέμβριο του 2007, η Activision ανήγγειλε ότι η εταιρεία και τα περιουσιακά της στοιχεία θα συγχωνευτούν με την εταιρεία Vivendi. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή τον Απρίλιο του 2008 ενέκρινε την συγχώνευση και στις 9 Ιουλίου του ίδιου έτους η συγχώνευση ολοκληρώθηκε. Η συνολική εκτίμηση υπολογίζεται στα 18,9 δισεκατομμύρια δολάρια. Επιπλέον, το 2014 η Activision Blizzard καθιερώθηκε ως η πέμπτη μεγαλύτερη εταιρεία βιντεοπαιχνιδιών από πλευράς εσόδων.

---

<sup>6</sup> Πηγή: <https://www.playstation.com/en-gr/corporate/about-us/> (Ανακτήθηκε 14 Αυγούστου 2022)



Συνεπακόλουθα, είναι η μεγαλύτερη εταιρεία διαδραστικών βιντεοπαιχνιδιών στον πλανήτη με δραστηριότητες στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, την τεχνολογία και την ψυχαγωγία. Η εταιρεία αποτελείται από δύο βασικά τμήματα λειτουργίας, την Blizzard Entertainment και την Activision Publishing. Η εταιρεία έχει δημιουργήσει πολλά επιτυχημένα παιχνίδια, συμπεριλαμβανομένων των Call of Duty, Hearthstone, Skylanders, Guitar Hero, Diablo, Destiny, και StarCraft..<sup>7</sup>

### **Electronic Arts**

Σχετικά με την Electronic Arts ή EA Games είναι μια εταιρεία που στελεχώνεται στην Αμερική, η οποία αναπτύσσει, εμπορεύεται, δημοσιεύει και διανέμει βιντεοπαιχνίδια, με έδρα το Redwood City της California των Ηνωμένων Πολιτειών. Στις 28 Μαΐου 1982 ιδρύεται από τον Trip Hawkins, πρωτοπόρο στη βιομηχανία παιχνιδιών για υπολογιστές. Η EA το 2011 ήταν η τρίτη εταιρεία με τις υψηλότερες εισπράξεις στον κόσμο μετά τη Nintendo και την Activision Blizzard. Πλησιάζοντας στο τέλος της δεκαετίας του 1980 και στις αρχές της δεκαετίας του 1990, η εταιρεία ξεκινάει την ανάπτυξη παιχνιδιών για οικιακές κονσόλες. Κατά την αλλαγή της χιλιετίας, η EA κατάφερε να γίνει μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες βιντεοπαιχνιδιών σε παγκόσμιο επίπεδο. Αυτό επιτεύχθηκε λόγω της ανάπτυξης και της κυκλοφορίας παιχνιδιών διαφόρων ειδών, ορισμένα από αυτά είναι δημοφιλή σε όσους ασχολούνται με βιντεοπαιχνίδια. Μερικά από τα παιχνίδια που περιλαμβάνουν αθλήματα είναι τα Madden NFL, EA Sports FIFA, NHL, NCAA Football, SSX και NBA Live. Άλλα γνωστά παιχνίδια που δημιούργησε η εταιρεία περιλαμβάνουν τα Medal of Honor, The Sims, Command & Conquer, Need for Speed, Battlefield, όπως επίσης νεότερους τίτλους όπως τα Crysis, Dragon Age, Mass Effect, Army of Two, Dead Space, Star Wars και Titanfall..<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Πηγή: <https://www.activisionblizzard.com/about-us> (Ανακτήθηκε 14 Αυγούστου 2022)

<sup>8</sup> Πηγή: <https://www.ea.com/about> (Ανακτήθηκε 14 Αυγούστου 2022)

## 2.6 Είδη Βιντεοπαιχνιδιών

Η αγορά βιντεοπαιχνιδιών προσφέρει τώρα μια πληθώρα τύπων παιχνιδιών που έχουν σχεδιαστεί για να ταιριάζουν στις προτιμήσεις κάθε παίκτη. Το είδος του παιχνιδιού δεν αφορά το θέμα της πλοκής του, π.χ. (επιστημονικής φαντασίας, τρόμου, κωμωδίας) όπως στις ταινίες, αλλά το στυλ του παιχνιδιού και το πώς παίζεται. Τα βιντεοπαιχνίδια χωρίζονται στις εξής πιο δημοφιλής κατηγορίες:

### Παιχνίδια Δράσης

Τα παιχνίδια δράσης είναι η παλαιότερη κατηγορία παιχνιδιών, συμπεριλαμβανομένων των παλαιότερων παιχνιδιών όπως το SpaceWar, το Pong και το PacMan. Το κύριο χαρακτηριστικό τους είναι ότι απαιτούν γρήγορα αντανακλαστικά και καλό συντονισμό χεριού-ματιού. Είναι μια πολύ σημαντική κατηγορία στον κλάδο των βιντεοπαιχνιδιών με πολύ μεγάλο μερίδιο αγοράς. Με τα χρόνια, αυτή η κατηγορία έχει εξελιχθεί σε μια σειρά από υποκατηγορίες που μοιράζονται τη δράση ως κοινό χαρακτηριστικό, αλλά διαφέρουν πολύ ως προς το στυλ παιχνιδιού. Κάποιες από τις υποκατηγορίες τους είναι τα παιχνίδια βολών πρώτου προσώπου (First Person Shooters) που σε αυτά τα παιχνίδια ο παίκτης βλέπει τον κόσμο του παιχνιδιού μέσα από τα μάτια του χαρακτήρα και αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μπορεί να δει μόνο τα χέρια και τα όπλα του. Ένα από τα πιο επιτυχημένα παιχνίδια πρώτου προσώπου είναι το DOOM το οποίο κυκλοφόρησε το 1993 για ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Υπάρχουν και τα παιχνίδια βολών τρίτου προσώπου (Third Person Shooters) στα οποία ο παίκτης έχει την δυνατότητα να δει τον χαρακτήρα που ελέγχει στην οθόνη συνήθως από την πίσω πλευρά του. Ένα παράδειγμα ενός πετυχημένου παιχνιδιού δράσης τρίτου προσώπου είναι το Tomb Raider. Τέλος στην κατηγορία των action games εντάσσονται και τα παιχνίδια πάλης (fighting games) όπου ο παίκτης μέσω του χαρακτήρα που χειρίζεται πρέπει να αντιμετωπίσει τον αντίπαλο χαρακτήρα, ο οποίος ελέγχεται είτε από τον υπολογιστή είτε από έναν άλλο παίκτη. Αυτά τα παιχνίδια απαιτούν την εκμάθηση συνδυασμού κινήσεων για την επίτευξη του βέλτιστου χειρισμού του χαρακτήρα. Κάποια από τα δημοφιλέστερα παιχνίδια που έχουν κυκλοφορήσει είναι η σειρά παιχνιδιών Tekken και αντίστοιχα η σειρά Mortal Kombat. (Adams, 2010)

## **Παιχνίδια Περιπέτειας**

Όταν πρωτοκυκλοφόρησαν οι υπολογιστές, ήταν πιο αδύναμα συστήματα από τις οικιακές κονσόλες και τις παιχνιδομηχανές με κέρματα όσον αφορά τα γραφικά και τις δυνατότητες για παιχνίδια δράσης. Η έλλειψη γραφικής ικανότητας έχει οδηγήσει στη δημιουργία παιχνιδιών που ονομάζονται παιχνίδια περιπέτειας (adventure games), τα οποία βασίζονται όχι στην ξέφρενη δράση αλλά στη σκέψη, την εξερεύνηση και την επίλυση γρίφων. Αυτά τα παιχνίδια βασίζονταν αρχικά σε κείμενο και για να τα λειτουργήσει ο χρήστης έπρεπε να εισάγει απλές εντολές με το πληκτρολόγιο. Έχουν όμως πολύπλοκες σκηνές και ιστορίες με πλούσιες (λεκτικές) περιγραφές. Τα παιχνίδια περιπέτειας έχουν αποκτήσει γραφική απεικόνιση και χειρισμό με ποντίκι ανά τα χρόνια. Ένα παράδειγμα είναι η σειρά *Monkey Island* της LucasArts. Η αγορά των παιχνιδιών περιπέτειας έχει συρρικνωθεί δραματικά τα τελευταία χρόνια, με ελάχιστα παιχνίδια να κυκλοφορούν κάθε χρόνο. Τα θεμελιώδη στοιχεία της κατηγορίας, όπως το σενάριο, η εξερεύνηση και η επίλυση γρίφων, δεν χάθηκαν εντελώς, αλλά ενσωματώθηκαν σε παιχνίδια δράσης, δημιουργώντας μια νέα υποκατηγορία παιχνιδιών δράσης-περιπέτειας (action-adventure) που συνδυάζεται η δράση με το σενάριο και την επίλυση γρίφων. Αυτά τα παιχνίδια είναι συνήθως σε προοπτική τρίτου προσώπου, με σημαντικούς εκπροσώπους τη σειρά *The Legend of Zelda* της Nintendo καθώς και το *Tomb Raider* και *God of War*. (Αναγνώστου, 2009)

## **Παιχνίδια στρατηγικής (Strategy games)**

Τα παιχνίδια στρατηγικής είναι μια εξέλιξη επιτραπέζιων παιχνιδιών όπως το σκάκι, με γενικά θέματα τον πόλεμο, την κατάκτηση και το εμπόριο. Βασίζονται σε τακτικές, καθώς και στη διαχείριση πόρων και ανθρώπινου δυναμικού. Συχνά οι παίκτες δεν ελέγχουν συγκεκριμένους χαρακτήρες στην οθόνη, αλλά οργανώνουν και κατευθύνουν ολόκληρη την ομάδα. Αρχικά επηρεαζόμενα από επιτραπέζια παιχνίδια, τα παιχνίδια στρατηγικής είναι «κίνησης εναλλάξ» (turn based), καθώς ο χρήστης και ο αντίπαλος εναλλάσσονται όπως το σκάκι, ενθαρρύνοντας τη σκέψη για την προσεκτική λήψη αποφάσεων. Ένα παιχνίδι στρατηγικής είναι το *Warcraft* της Blizzard. (Adams, 2010)

## **Παιχνίδια Ρόλων (Role-Playing games)**

Τα παιχνίδια ρόλων είναι απόγονος του επιτραπέζιου παιχνιδιού *Dungeons and Dragons*, που διαδραματίζεται στη μυθολογία του Άρχοντα των Δαχτυλιδιών. Ο

παίκτης αναλαμβάνει το ρόλο ενός χαρακτήρα ή μιας μικρής ομάδας χαρακτήρων που ο κύριος στόχος του είναι να αναβαθμίσει το επίπεδο του αρχικά αδύναμου χαρακτήρα, αυξάνοντας τη δύναμή του, τις μαγικές του ικανότητες, τον πλούτο και τον εξοπλισμό του. Κατά τη διάρκεια της αποστολής του, ο παίκτης πρέπει να εξερευνήσει έναν τεράστιο κόσμο γεμάτο κινδύνους, να νικήσει πολλούς εχθρούς και να ολοκληρώσει αποστολές για να συλλέξει θησαυρό, όπλα και γνώση. Τα στοιχεία εξερεύνησης είναι ισχυρά σε παιχνίδια αυτού του είδους και τα περισσότερα διαθέτουν περίπλοκες σκηνές με διάφορες αποστολές (side quests). (Adams, 2010)

### **Παιχνίδια γρίφων (puzzle games)**

Στα παιχνίδια γρίφων, οι παίκτες καλούνται να λύσουν μια σειρά από γρίφους, συνήθως για περιορισμένο χρόνο ή αυξανόμενη δυσκολία, χωρίς να ελέγχουν έναν συγκεκριμένο χαρακτήρα. Ένα κλασικό παράδειγμα παιχνιδιού παζλ είναι το Tetris. Η απλή λειτουργία και οι χαμηλές απαιτήσεις υπολογιστικής ισχύος αυτών των παιχνιδιών έχουν ωθήσει την εξάπλωσή τους σε όλες τις πιθανές πλατφόρμες, από κινητά τηλέφωνα και ιστότοπους έως κονσόλες. Τα παιχνίδια γρίφων είναι μια αγαπημένη κατηγορία μεταξύ των περιστασιακών παικτών, ειδικά των γυναικών, λόγω της ανάγκης τους για διορατικότητα, της μικρής διάρκειας και της απλότητας τους. (Adams, 2010)

### **Παιχνίδια εξομοίωσης (Simulation games)**

Τα παιχνίδια εξομοίωσης επιχειρούν να αναπαράγουν όσο το δυνατόν πιο πιστά σε ένα εικονικό περιβάλλον, δραστηριότητες και υπηρεσίες από τον πραγματικό κόσμο. Αυτή η κατηγορία παιχνιδιών είναι πολύ ευρεία και περιλαμβάνει τα παιχνίδια οδηγικής εξομοίωσης (vehicle simulation) όπου σε αυτά τα παιχνίδια, οι παίκτες μπορούν να χειριστούν εικονικά οχήματα από τον πραγματικό κόσμο με ρεαλιστική οδηγική συμπεριφορά και χειρισμό. Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει πολύ δημοφιλείς προσομοιωτές πτήσης όπως το Microsoft Flight Simulator, καθώς και το παιχνίδι αγώνων Gran Turismo. Αυτά τα παιχνίδια χρησιμοποιούνται συχνά για την εκπαίδευση οδηγών ή πιλότων. Ορισμένα ειδικά παιχνίδια προσομοίωσης δίνουν έμφαση στη δράση και όχι στη ρεαλιστική συμπεριφορά, όπως το Need for Speed.

Υπάρχουν επίσης αθλητικά παιχνίδια που επιτρέπουν στους παίκτες να αναλάβουν το ρόλο του αθλητή και να συμμετέχουν σε ένα άθλημα, όπως ποδόσφαιρο, μπάσκετ και στίβο. Επιπλέον, ορισμένα παιχνίδια τοποθετούν τον παίκτη στη θέση του

διευθυντή της ομάδας και του εμπιστεύονται την ανάπτυξη και την κατεύθυνση. Αυτοί οι τύποι παιχνιδιών ευδοκιμούν κυρίως στις οικιακές κονσόλες. Τα τελευταία χρόνια, η κατηγορία αυτή έχει εμπλουτίσει ιδιαίτερα αθλήματα όπως το skateboarding, ενισχύοντας ακόμη περισσότερο τη δημοτικότητά της. (Αναγνώστου, 2009)

## Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> Τα βιντεοπαιχνίδια στην Ελλάδα

### 3.1 Η έλευση των βιντεοπαιχνιδιών στην Ελλάδα

Η Ελλάδα εξαιτίας του μικρού της πληθυσμού, εκπροσωπεί μόνο ένα μικρό μέρος της διεθνούς αγοράς βιντεοπαιχνιδιών, καταλαμβάνοντας την 50η θέση στις 100 χώρες, αναφορικά με την κατανάλωση ψηφιακών προϊόντων. Η χώρα έχει αγνοήσει πλήρως εδώ και καιρό τις προοπτικές της βιομηχανίας βιντεοπαιχνιδιών (ακόμη και προσπαθώντας να εμποδίσει τα βιντεοπαιχνίδια σε δημόσιους χώρους μέσω του αμφιλεγόμενου νόμου 3037/2002), εστιάζοντας αντ' αυτού στο λιανικό εμπόριο βιντεοπαιχνιδιών. Σχετικά με τις πρόσφατες κινήσεις για την παρότρυνση της παραγωγής και προώθησης ψηφιακών παιχνιδιών, η σημερινή αναδυόμενη αλλά εξαιρετικά κατακερματισμένη βιομηχανία των παιχνιδιών απαρτίζεται με περισσότερα από 25 ενεργά στούντιο ανάπτυξης βιντεοπαιχνιδιών και πολλούς διαφορετικούς δημιουργούς.

Η πλήρης τεκμηρίωση της ιστορίας αυτού του ρευστού και πολυδιάστατου φαινομένου, όπως η εμφάνιση και η μετέπειτα ανάπτυξη του επαγγελματικού gaming στη χώρα μας, είναι σχεδόν αδύνατο έργο. Η εμφάνιση του πρόσφατα, μπορεί να εξελιχθεί σε εντελώς διαφορετικά πλαίσια, συνεχώς αναβαθμίζεται και μεταλλάσσεται, εμπλέκει πολλούς διαφορετικούς - τεχνολογικούς, θεσμικούς, κοινωνικοοικονομικούς ή ανθρώπινους - παράγοντες και είναι ως ένα βαθμό μια ατομική πρωτοβουλία. Αυτό είναι εν μέρει αποτέλεσμα προσωπικών πρωτοβουλιών και το πιο σημαντικό, δεν υπάρχει επίσημη καταγραφή οποιασδήποτε σχετικής δραστηριότητας, εκτός από ορισμένες διαδικτυακές πηγές αμφίβολης εγκυρότητας ή τις αναμνήσεις των ίδιων των συμμετεχόντων, για τις οποίες είναι ιδιαίτερα δύσκολο να καθοριστούν ημερομηνίες ως σημείο αναφοράς.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Πηγή: <https://www.wired.com/2003/02/more-fallout-over-greek-game-ban/>  
(Ανακτήθηκε 9 Σεπτεμβρίου 2022)

### **3.2 Η επιρροή του video gaming στην Ελλάδα μέσω των Ελλήνων Content Creators.**

Την τελευταία δεκαετία, υπήρξε μια εξέλιξη όπου κατέστη δυνατή με την καθιέρωση συγκεκριμένων τεχνολογιών και ψηφιακών προϊόντων όπως η επέκταση της χρήσης των προσωπικών υπολογιστών, η κουλτούρα των βιντεοπαιχνιδιών της σημερινής μορφής της Ελλάδας αναδύθηκε - και σταδιακά άρχισε να θεσμοθετείται. και το Διαδίκτυο στην ελληνική κοινωνία μετά την έλευση των συνδέσεων ADSL το 2003 (OTEnet: Εμπορική διάθεση συνδέσεων ADSL, 2003), τη δημιουργία της δημοφιλούς πλατφόρμας YouTube το 2005 (Snickars & Vonderau, 2009, σελ. 9) και το Twitch.tv το 2011 (Edge, 2013, σελ. 35) στα μέσα της δεκαετίας του 2000 είδε την εμφάνιση των πρώτων δημοφιλών MMOG (masively multiplayer online games) (Παπαηλία & Πετρίδης, 2015) και τη μεγάλη επιτυχία πολλών ανταγωνιστών StarCraft (1998), Counter Strike (2000) ή παιχνίδια όπως το League of Legends (2009).

Στην πραγματικότητα, η Riot Games, ο ιδρυτής της εταιρείας του τελευταίου παιχνιδιού που αναφέρθηκε παραπάνω, έχει συμβάλει σημαντικά στην επαγγελματικοποίηση του παιχνιδιού όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και παγκοσμίως: ήταν η πρώτη που δημιούργησε το δικό της ετήσιο επαγγελματικό τουρνουά στο βορρά. το 2013 Μια εταιρεία αμερικανικών και ευρωπαϊκών κανόνων, η LCS, προσφέρει ταυτόχρονα σημαντικά χρηματικά έπαθλα σε πολλά ξεχωριστά πρωταθλήματα σε όλο τον κόσμο (van Ditmarsch, 2013, σ. 14· Hinnant, 2013, σελ. 23). Έτσι, είναι κατανοητό ότι οι εταιρείες, τα συγκεκριμένα παιχνίδια και τα σχετικά πρωταθλήματα είναι κεντρικά στο δίκτυο που χαρτογραφεί την ελληνική σκηνή και η δημοτικότητα των σχετικών τίτλων φαίνεται να μαζεύει Έλληνες επαγγελματίες σε πιο ανταγωνιστικούς τύπους παιχνιδιών

Το 2012 ξεκίνησαν τη λειτουργία τους τα κανάλια των GRamers, Unboxolics, CaptainPinez και Legit Gaming GR, ενώ μόνο το κανάλι του Cake είχε αρχίσει να παράγει υλικό από τον Ιούλιο της προηγούμενης χρονιάς. Οι υπόλοιποι επαγγελματίες παίκτες άρχισαν να δραστηριοποιούνται το 2013 (Forg1ven247, PerfectBalance και HelenaLive) ή, στην πλειονότητά τους, το 2014 (2J, Rebell Games GR, KLA Gaming, Rlou, MissmaddenPlays και Theliel). Οι παραπάνω ημερομηνίες είναι εκείνες των πρώτων βίντεο του εκάστοτε επαγγελματία παίκτη στο YouTube ή στο Twitch.

Το 2017, ήταν η χρονιά όπου δύο ιστορικοί ελληνικοί αθλητικοί σύλλογοι, ο Παναθηναϊκός και ο Άρης, ίδρυσαν τμήματα esports, μπορεί να θεωρηθεί ένα δεύτερο σημείο-σταθμός στην εξέλιξη της ελληνικής gaming κουλτούρας. Η κίνηση αυτή χαιρετίστηκε μάλιστα ως «ρηξικέλευθη» από τα ΜΜΕ, κυρίως από αυτά που ασχολούνται με το φαινόμενο (ο Ερασιτέχνης ΠΑΟ ανακοινώνει την ίδρυση τμήματος eSports, 2016), που θα εγκαινιάσει μια «νέα εποχή» για τα eSports στην Ελλάδα (Παναθηναϊκός για την ίδρυση τμήματος e-sports, 2016β) και θα παρακινήσει περισσότερες ελληνικές ομάδες να ασχοληθούν με τα ηλεκτρονικά αθλήματα στα πρότυπα μεγάλων ξένων ομάδων (Ο Παναθηναϊκός ιδρύει τμήμα e-sports, 2016).

Επιπλέον, φαίνεται ότι η εμφάνιση της ελληνικής επαγγελματικής σκηνής του gaming δεν διαφέρει πολύ, τουλάχιστον χρονικά, από όσα συμβαίνουν σε άλλες χώρες του εξωτερικού. Η Taylor (2012) αναφέρει ότι «το 1997 ιδρύθηκε η Cyberathlete Professional League στις Ηνωμένες Πολιτείες, ένας οργανισμός που εξακολουθεί να λειτουργεί και να διοργανώνει τουρνουά παιχνιδιών στη διεθνή αρένα», (σελ. 6), ενώ ο Jin (2010) αναφέρει τον Δεκέμβριο του ίδιου έτους ως «το πρώτο Korea Pro Gamers League, το εθνικό τουρνουά τυχερών παιχνιδιών της Νότιας Κορέας». Ωστόσο, ενώ τέτοιου είδους παραστάσεις, ακόμη και σε εθνική ή παγκόσμια κλίμακα, παρουσιάστηκαν σε άλλες χώρες μια δεκαετία πριν αρχίσουν να εμφανίζονται στην Ελλάδα, η επαγγελματική απόδοση στη σημερινή της μορφή είναι ένα εντελώς διαφορετικό φαινόμενο.

### **3.3 Η εξέλιξη της κουλτούρας των βιντεοπαιχνιδιών της σημερινής εποχής στην Ελλάδα**

Τα τελευταία χρόνια η πορεία της Ελληνικής κουλτούρας στα βιντεοπαιχνίδια «χαράζεται» από τους Έλληνες Youtubers και live streamers όπου αυτοί έχουν την δυνατότητα να «επηρεάσουν» το κοινό τους μέσω του περιεχομένου που δημιουργούν είτε μέσω των βίντεο, παίζοντας μια ιστορία ενός παιχνιδιού η κάποιο online παιχνίδι, είτε μέσω των live streams που για κάποιες ώρες βγαίνουν ζωντανά σε πλατφόρμες ζωντανής μετάδοσης με σκοπό να παίξουν κάποιο παιχνίδι και σαν τελικό αποτέλεσμα να ψυχαγωγήσουν το κοινό που τους παρακολουθεί. Με αυτό τον τρόπο την τελευταία σχεδόν δεκαετία έχουν δημιουργηθεί «κοινότητες» από τους δημιουργούς και πολλές φορές το «κοινό» τους είναι κοινό και σε άλλα κανάλια με παρόμοιο περιεχόμενο.



Αυτές οι κοινότητες έχουν δημιουργηθεί είτε από διάφορες σελίδες στο Facebook είτε σε άλλες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης όπως π.χ. το Discord. Ωστόσο δεν υπάρχουν κοινότητες μόνο σε αυτές τις πλατφόρμες, στις κονσόλες από την εποχή του PlayStation 3 και το Xbox 360 ξεκίνησαν οι παίκτες να «δικτυώνονται» μέσω του PlayStation Network από την πλευρά του PlayStation και μέσω του Xbox Live (2002-2021) (Xbox Network 2021-σήμερα) από την πλευρά του Xbox. Από αυτές τις υπηρεσίες λοιπόν μπορεί κάποιος να συνδεθεί σε κοινότητες και να συμμετάσχει σε διαδικτυακά παιχνίδια πολλαπλών παικτών. Στην Ελλάδα αυτές οι κοινότητες υπήρχαν από το ξεκίνημα αυτών των υπηρεσιών αλλά οι youtubers και live streamers έδωσαν ένα μεγάλο έναυσμα την τελευταία δεκαετία για να ενταχθεί πολύ περισσότερος κόσμος σε αυτό τον κλάδο είτε αυτό σημαίνει ότι ανέβηκαν οι πωλήσεις κονσόλων και κατά συνέπεια ευρύτερη κατανάλωση παιχνιδιών στην Ελλάδα.<sup>10,11</sup>

### **3.4 Η ασταθής πορεία της ελληνικής «βιομηχανίας» των βιντεοπαιχνιδιών.**

Ο πληθυσμός της Ελλάδας αγγίζει τα 11 εκατομμύρια, γεγονός όπου σηματοδοτεί την μικρή αγορά στον χώρο των βιντεοπαιχνιδιών. Η ελληνική αγορά σημείωσε κέρδη 112 εκατομμυρίων δολαρίων το 2017 στον τομέα των βιντεοπαιχνιδιών, ενώ στις κονσόλες απέσπασε κέρδη 89 εκατομμυρίων δολαρίων το 2020 (83η στον κόσμο). Όσον αφορά τα βιντεοπαιχνίδια για κινητά έχουν μικρό αντίκτυπο στην Ελλάδα, με περίπου 1,1 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες (41% των Ελλήνων χρηστών του διαδικτύου). Ενώ, τα έσοδα αυτού του υποτομέα της ελληνικής αγοράς βιντεοπαιχνιδιών το 2020 είναι περίπου 40 εκατομμύρια δολάρια.

Η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από μια μικρή και εξαιρετικά κατακερματισμένη αγορά βιντεοπαιχνιδιών, που αποτελείται κυρίως από ανεξάρτητες πολύ μικρές επιχειρήσεις και μεμονωμένους προγραμματιστές. Το 2013, υπολογίζεται ότι 120 άτομα εργάζονταν στη βιομηχανία βιντεοπαιχνιδιών σε 11 εταιρείες. Ως αποτέλεσμα, πολλοί καλλιτέχνες, προγραμματιστές και σχεδιαστές έχουν εγκαταλείψει τη χώρα αναζητώντας καλύτερες ευκαιρίες σε χώρες του εξωτερικού όπως την Κύπρο, το Ηνωμένο Βασίλειο και τις

---

<sup>10</sup> Πηγή: <https://support.xbox.com/en-US/help/hardware-network/getting-started-set-up/connecting-to-xbox-live> (Ανακτήθηκε 20 Αυγούστου 2022)

<sup>11</sup> Πηγή: <https://www.playstation.com/en-gr/playstation-network/> (Ανακτήθηκε 20 Αυγούστου 2022)

ΗΠΑ. Ο κυριότερος ανασταλτικός παράγοντας για την ανάπτυξη της ελληνικής βιομηχανίας βιντεοπαιχνιδιών είναι η έλλειψη κεφαλαίων, καθώς η ελληνική οικονομική κρίση έχει οδηγήσει τους επενδυτές στην αποφυγή επενδύσεων που αφορά την ανάπτυξη βιντεοπαιχνιδιών. Το 2019, η ελληνική κυβέρνηση εισήγαγε κίνητρα για την παραγωγή βιντεοπαιχνιδιών. Αυτό περιλαμβάνει έκπτωση 35% σε μετρητά και 30% έκπτωση σε οπτικοακουστικά έργα.

Κάποιες από τις πιο γνωστές ελληνικές εταιρείες ανάπτυξης βιντεοπαιχνιδιών είναι οι Total Eclipse Games, Icehole Games, InterAction Studios, Tenebra Studios Dragonis Games & Marketistas και Onskull Games, όπως επίσης κάποια αξιοσημείωτα παιχνίδια που αναπτύχθηκαν στην Ελλάδα είναι τα The Shore, Darkfall, World Basketball Manager, Conspiracies και Chicken Invaders.<sup>12,13</sup>

---

<sup>12</sup> Πηγή: <https://infogram.com/11-greek-video-game-companies-in-a-year-1gd0gmj1oj01m1q>  
(Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου 2022)

<sup>13</sup> Πηγή: <https://www.greeknewsagenda.gr/interviews/government-policy/6552-lifteris-kretsos-on-bringing-greece-on-the-global-map-of-the-game-and-film-making-industry>  
(Ανακτήθηκε 11 Σεπτεμβρίου 2022)

## Ερευνητικό Μέρος

### Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> Μελέτη περίπτωσης των δημοφιλέστερων παιχνιδιών στην Ελλάδα.

#### 4.1 Μεθοδολογία της Έρευνας

Σύμφωνα με τους Trochim και Donnelly (2006) οι μεθοδολογικές προσεγγίσεις διακρίνονται σε δύο κατηγορίες, τις επαγωγικές και τις αφαιρετικές. Η επαγωγική προσέγγιση αναφέρεται στη μετάβαση από μια συγκεκριμένη ιδέα σε μια πιο γενική ιδέα και στη χρήση επιχειρημάτων που βασίζονται στην εμπειρία ή στην παρατήρηση και ερμηνεύονται επαγωγικά. Αντίθετα, η αφαιρετική προσέγγιση αναφέρεται στη μετάβαση από τις γενικές ιδέες σε πιο συγκεκριμένες, ενώ τα επιχειρήματα βασίζονται σε κανόνες και θεωρίες και εκφράζονται αφηρημένα (Trochim & Donnelly, 2006). Στην επαγωγή, ο ερευνητής συλλέγει τα δεδομένα που αναλύει για να βγάλει κάποια γενικότερα συμπεράσματα. Από την άλλη πλευρά, σε μια αφαιρετική προσέγγιση, ένας ερευνητής που βασίζεται στη θεωρία προσπαθεί να αποδεχθεί ή να απορρίψει την εφαρμογή του σε μια ιδέα ή ένα πιο συγκεκριμένο θεωρητικό πλαίσιο (Holloway, 1997).

Όπως αναφέρουν οι Saunders et al. (2009) διαχωρίζουν περαιτέρω τη μεθοδολογική προσέγγιση σε τρεις διαφορετικές προσεγγίσεις, διερευνητική, περιγραφική και επεξηγηματική. Στις διερευνητικές μεθόδους, οι ερευνητές προσπαθούν να αποκτήσουν χρήσιμες πληροφορίες για την κατανόηση ενός θέματος, συνήθως μέσω της διαδικασίας ανάλυσης μεγάλου όγκου δεδομένων. Από την άλλη πλευρά, μια περιγραφική μέθοδος μπορεί να θεωρηθεί μέρος ή επέκταση της διερευνητικής έρευνας καθώς επιτρέπει στον ερευνητή να ερμηνεύσει σωστά τα γεγονότα για να συγκεντρώσει τις κατάλληλες πληροφορίες. Τέλος, οι επεξηγηματικές μέθοδοι εξετάζουν τις σχέσεις μεταξύ διαφόρων μεταβλητών ή παραγόντων που αναλύονται στα πλαίσια μιας μελέτης.

## 4.2 Μελέτη Περιπτώσεων

Η προσέγγιση της μελέτης περίπτωσης επιτρέπει στους ερευνητές να εξετάσουν τα δεδομένα λεπτομερώς σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο. Σε αυτή την προσέγγιση, συγκεκριμένες περιπτώσεις χρησιμοποιούνται ως αντικείμενο της έρευνας για τη μελέτη φαινομένων της πραγματικής ζωής μέσω μιας λεπτομερούς ανάλυσης ενός περιορισμένου αριθμού γεγονότων ή συνθηκών και των σχέσεών τους (Zainal, 2007).

Ο Yin (1994) ορίζει μια μελέτη περίπτωσης ως μια «εμπειρική διερεύνηση σύγχρονων φαινομένων σε πραγματικό πλαίσιο, όταν τα όρια μεταξύ φαινομένου και πλαισίου δεν είναι σαφή και χρησιμοποιούνται πολλαπλές πηγές αποδείξεων». Χρησιμοποιώντας τη μέθοδο της μελέτης περίπτωσης, οι ερευνητές μπορούν να επιλέξουν να μελετήσουν μια μεμονωμένη περίπτωση ή πολλαπλές περιπτώσεις. Αν και μια μεμονωμένη μελέτη περίπτωσης θεωρείται ερευνητικό εργαλείο που στερείται αντικειμενικότητας, μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε καταστάσεις όπου ο ερευνητής δεν μπορεί να εντοπίσει πολλαπλές περιπτώσεις προς μελέτη. Ωστόσο, μια μεμονωμένη μελέτη περίπτωσης δεν επέτρεψε στον ερευνητή να γενικεύσει τα αποτελέσματά του, ειδικά όταν το συμβάν ήταν σπάνιο. Από την άλλη πλευρά, πολλαπλές μελέτες περιπτώσεων χρησιμοποιούνται για περιπτώσεις πραγματικών γεγονότων όπου υπάρχουν ουσιαστικά στοιχεία για την υποστήριξη και την ενίσχυση προηγούμενων αποτελεσμάτων (Zainal, 2007). Η μεθοδολογική προσέγγιση της μελέτης περίπτωσης επιτρέπει στον ερευνητή να ερμηνεύσει τη διαδικασία και το αποτέλεσμα του φαινομένου μέσω παρατήρησης, ανάλυσης και ανακατασκευής της υπό εξέταση περίπτωσης (Tellis, 1997).

Στη παρούσα εργασία, κρίθηκε απαραίτητο να διερευνηθούν περισσότερες από μια περιπτώσεις και ειδικότερα τα τρία πιο δημοφιλή βιντεοπαιχνίδια που έχουν τη μεγαλύτερη απήχηση στην Ελληνική κοινότητα.

## 4.3 Παρουσίαση των παιχνιδιών

### 4.3.1 League of Legends

Το League of Legends είναι ένα παιχνίδι στρατηγικής βασισμένο σε ομάδες όπου δύο ομάδες πέντε ισχυρών ηρώων συγκρούονται μεταξύ τους σε μια προσπάθεια να καταστρέψουν τη βάση του αντιπάλου. Οι ήρωες έχουν πέντε βασικές ικανότητες, δύο ειδικά ξόρκια και έως και επτά αντικείμενα στη διάθεσή τους και βοηθούν τους παίκτες να ανακαλύψουν την ιδανική ακολουθία αναβάθμισης δεξιοτήτων, τα πιο χρήσιμα ξόρκια κλήσης και συνδυασμούς αντικειμένων που θα τους βοηθήσουν να πετύχουν ως ομάδα.<sup>14</sup> Οι παίκτες που κατατάσσονται χωρίζονται σε εννέα επίπεδα. Όλοι οι παίκτες παίζουν με αντιπάλους παρόμοιου επιπέδου δεξιοτήτων και ακολουθούν έναν κανόνα, όσο περισσότερα κερδίζει κάθε παίκτης, τόσο υψηλότερη είναι η κατάταξη. Τα επίπεδα κατάταξης είναι τα εξής: Iron, Bronze, Silver, Gold, Platinum, Diamond, Master, Grandmaster και Challenger.<sup>15</sup>

### 4.3.2 Fortnite

Το Fortnite είναι ένα διαδικτυακό βιντεοπαιχνίδι, που κυκλοφόρησε δωρεάν από την Epic Games στις 24 Σεπτεμβρίου 2017 για τις πλατφόρμες PlayStation 4, Xbox One, PC και σε Android και iOS κινητά τηλέφωνα και στην πορεία διατέθηκε και στις κονσόλες της επόμενης γενιάς το PlayStation 5 και το Xbox Series X και Series S. Πρόκειται για ένα βιντεοπαιχνίδι Battle Royale στο οποίο κάθε αγώνας ξεκινά με 100 παίκτες να «πετάνε με αλεξίπτωτο» σε ένα νησί με απώτερο σκοπό να υπάρξει ένας επιζών στο τέλος. Ως τότε οι παίκτες ψάχνουν να βρουν αντικείμενα τα οποία θα τους βοηθήσουν να αντιμετωπίσουν τους αντιπάλους τους όπως όπλα, η και διάφορα μικροαντικείμενα που βοηθάνε τον παίκτη να ανακτήσει την «ζωή» του πίσω σε περίπτωση που κινδυνεύει να χάσει. Μπορούν να παίξουν μόνοι τους ή σε ομάδες έως τεσσάρων ατόμων. Μια κύρια διαφορά σε σύγκριση με άλλα παιχνίδια αυτού του είδους είναι ότι οι παίκτες έχουν την δυνατότητα να χτίσουν οχυρώσεις με πολλών ειδών αντικείμενα όπως π.χ. ξύλο, πέτρα η και μέταλλο με σκοπό την άμυνα τους από

---

<sup>14</sup> Πηγή: <https://www.leagueoflegends.com/el-gr/how-to-play/> (Ανακτήθηκε στις 19 Σεπτεμβρίου 2022)

<sup>15</sup> Πηγή: <https://riot.com/3yOIq9p> (Ανακτήθηκε στις 19 Σεπτεμβρίου 2022)

τον αντίπαλο.<sup>16</sup> Είναι ένας πρωτότυπος τρόπος άμυνας σε ένα βιντεοπαιχνίδι, και έτσι το παιχνίδι γίνεται πιο δημιουργικό και ενδιαφέρον. Αν και πιο δύσκολο, είναι ένας από τους βασικούς λόγους της τεράστιας δημοτικότητάς του. Τόσο πολύ που κάποιοι απολαμβάνουν να παρακολουθούν άλλους παίκτες να παίζουν Fortnite μέσω πλατφορμών όπως το Twitch και το Youtube.<sup>17</sup>

Πολλά βιντεοπαιχνίδια έχουν συγκριθεί με αυτό, αλλά λίγα έχουν ανταποκριθεί στη φήμη του και ακόμα λιγότερα μπορούν να σταθούν αντάξια με επιτυχία και να το περάσουν.

### 4.3.3 Call of Duty Warzone

Η σειρά Call of Duty είναι μια σειρά παιχνιδιών shooter πρώτου προσώπου που δημιουργήθηκαν από την Infinity Ward και ξεκίνησαν την κυκλοφορία τους από το 2003 και πλέον μετά από σχεδόν 20 χρόνια έχουν σημειώσει μια τεράστια επιτυχία ως μια σειρά παιχνιδιών. Το 2020 με την έλευση του Warzone το Call of Duty εισήλθε στην νέα «μόδα» των Battle Royale παιχνιδιών με την κυκλοφορία του να γίνεται δωρεάν χωρίς να χρειαστεί να αγοράσει ο παίκτης κάποιον τίτλο Call of Duty.

Το Call of Duty: Warzone είναι ένα νέο παιχνίδι για τους λάτρεις του Battle Royale το οποίο κυκλοφόρησε τον Μάρτιο του 2020 δωρεάν σε PlayStation 4, Xbox One και PC. Είναι ουσιαστικά μια αυτόνομη επέκταση του Call of Duty: Modern Warfare.<sup>18</sup> Αποτελείται από δύο λειτουργίες, που στις οποίες μπορούν να παίξουν μέχρι και 200 ταυτόχρονοι παίκτες, καθώς λαμβάνουν χώρα στον ίδιο χάρτη, που ονομάζεται Verdansk, για την οποία η Activision λέει ότι είναι μια τεράστια πόλη με εμπόλεμη ζώνη και κάθε παίκτης έχει την ευκαιρία να πιλοτάρει διάφορα οχήματα και ελικόπτερα. Οι παίκτες σκοτώνουν αντιπάλους με «βαριά» όπλα, όπως πολυβόλα και χειροβομβίδες, και το παιχνίδι συνεχίζεται μέχρι να μείνει μόνο ένας παίκτης για να κερδίσει. Εάν ο παίκτης χάσει, το παιχνίδι έχει την διαφορά σε σχέση με άλλα παιχνίδια και δίνει την δυνατότητα στον παίκτη να ξαναμπει στο παιχνίδι μέσω μιας δοκιμασίας

---

<sup>16</sup> Πηγή <https://www.epicgames.com/fortnite/en-US/news/what-is-fortnite-beginners-guide> (Ανακτήθηκε: 22 Σεπτεμβρίου 2022)

<sup>17</sup> Πηγή: <https://www.cnn.gr/tech/story/194419/ti-einai-to-fortnite-kai-giati-prokalei-ntelirio-se-ekatontades-ekatommyria-xristes> (Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου 2022)

<sup>18</sup> Πηγή: <https://saferinternet4kids.gr/nea/callofduty-warzone/> (Ανακτήθηκε 23 Σεπτεμβρίου 2022)

ονόματι Gulag. Το Gulag είναι ουσιαστικά όπως ονομάζει το παιχνίδι μια μυστική εκπαιδευτική εγκατάσταση που βρίσκεται στα έγκατα ενός συγκροτήματος φυλακών όπου ο παίκτης πρέπει να ανταγωνιστεί έναν αντίπαλο παίκτη που βρίσκεται στην ίδια θέση μέχρι να βγει κάποιος νικητής για να επιστρέψει στο παιχνίδι.<sup>19</sup>

## 4.4 Ανάλυση περιεχομένου

### League of Legends

Όσον αφορά το «League of Legends» ή «LoL» είναι ένα από τα πιο αγαπημένα παιχνίδια των Ελλήνων παικτών εδώ και πολλά χρόνια. Το συγκεκριμένο βιντεοπαιχνίδι έχει γίνει αρκετά δημοφιλές από διάφορα τουρνουά που έχουν λάβει χώρα στην Ελλάδα και σημαντικό ρόλο σε αυτό έχουν παίξει Youtubers/streamers όπως ο Forgiven με 84 χιλ. συνδρομητές, ο R1ou με 108 χιλ. συνδρομητές, και ο Hayate με 120 χιλ. συνδρομητές και ο Pun1sher με 224 χιλ. συνδρομητές, που τα προηγούμενα χρόνια ψυχαγωγούσαν το κοινό τους με το εν λόγω παιχνίδι πράγμα που συνέβαλλε στην επιρροή της Ελληνικής κοινότητας. Κατά τη διάρκεια του Gameathlon που χορηγείται από την Sprite, υπάρχουν ταυτόχρονοι αγώνες 5vs5 και 1vs1, οπότε ακόμα κι αν κάποιος δεν είναι σε κάποια ομάδα, μπορεί να δοκιμάσει μόνος τις ικανότητές του. Μέχρι σήμερα, το League of Legends έχει καταφέρει να οικοδομήσει μια εντυπωσιακή διεθνή ανταγωνιστική σκηνή, αποτελούμενη από 12 πρωταθλήματα, με αποκορύφωμα το ετήσιο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα, που μεταδίδεται ζωντανά σε πλατφόρμες όπως το Twitch, το YouTube και το ESPN, σε Εκατομμύρια θεατές σε όλο τον κόσμο. Ένα τέτοιο πρωτάθλημα είναι το Greek League of Legends Summer Split 2021 που στηρίχθηκε από το What's Up και την AXE, το κορυφαίο ελληνικό και κυπριακό πρωτάθλημα League of Legends που είναι μέρος του European Masters από το 2019. Το καλοκαιρινό split του διαγωνισμού είχε ημερομηνία έναρξης στις 31 Μαΐου και ο διαγωνισμός τρέχει σχεδόν καθημερινά, και μπορεί οποιοσδήποτε να τους παρακολουθήσει online.<sup>20</sup> Συνεπώς συμπεραίνουμε ότι το League of Legends τα τελευταία 13 χρόνια κυκλοφορίας του συνεχίζει και έχει τεράστια επιρροή μέσω

---

<sup>19</sup> Πηγή: <https://www.callofduty.com/content/atvi/callofduty/warzone/web/en/strategyguide/pre-game-preparation/Play.html> (Ανακτήθηκε 23 Σεπτεμβρίου 2022)

<sup>20</sup> Πηγή: <https://www.platform.gr/life/youthtrends/78123-giati-to-league-of-legends-einai-meta-apo-mia-dekaetia-kai-vale-to-pio-dimofiles-free-to-play-paixnidi>, <https://www.lifo.gr/now/tech-science/10-koryfaia-aytin-ti-stigmi-paihnia-ston-kosmo-toy-gaming> (Ανακτήθηκε 19 Σεπτεμβρίου 2022)

των content creators όπως επίσης και μέσα από τουρνουά, στην Ελλάδα αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο εάν κρίνουμε από τα νούμερα του με περίπου 150 εκατομμύρια μηνιαίους παίκτες παγκοσμίως.<sup>21</sup>

## **Fortnite**

Το Fortnite στον Ελλαδικό χώρο έκανε άμεσα «πάταγο» από την ημέρα της πρώτης κυκλοφορίας του και σε αυτό συνέβαλλαν οι Έλληνες Youtubers/Streamers κάποιοι εκ των πιο σημαντικών ονόματι PanosDent (790 χιλ. συνδρομητές), Axel (307 χιλ. συνδρομητές), Gaming Recipe (83 χιλ. συνδρομητές), Alekkun (315 χιλ. συνδρομητές), ξεκίνησαν να ανεβάζουν βίντεο σχετικά με το παιχνίδι με αποτέλεσμα να καταφέρουν να επηρεάσουν το κοινό και αυτό να δείξει τεράστιο ενδιαφέρον και τελικά να ξεκινήσει να το «κατακλύζει», είτε παρακολουθώντας τον αγαπημένο του youtuber/streamer είτε ακόμα το ίδιο το κοινό να παίζει το παιχνίδι. Πολύ σημαντικό ρόλο σε αυτό έπαιξαν οι κοινότητες στο Facebook «Fortnite Greek Community και Fortnite Greece» δυστυχώς στο Discord δεν υπάρχει πλέον κάποια επίσημη κοινότητα καθώς η μόνη κοινότητα που σχετίζεται με το Fortnite στην Ελλάδα είναι η «WFB Esports» όπως επίσης έπαιξε πολύ σημαντικό ρόλο το γεγονός ότι το παιχνίδι διατέθηκε δωρεάν και σε όλες τις διαθέσιμες πλατφόρμες όπως τον υπολογιστή, τα κινητά τηλέφωνα Android και iOS το PlayStation 4 και το Xbox One από την πρώτη ημέρα της κυκλοφορίας του. Το παιχνίδι διατηρεί μέχρι και σήμερα μια τεράστια απήχηση στην Ελλάδα γιατί το κοινό το υποστήριξε από την πρώτη κιόλας στιγμή με αποτέλεσμα να διατηρεί 250 εκατομμύρια άτομα μηνιαίων παικτών παγκοσμίως αριθμό πολύ υψηλό μετά από σχεδόν 5 χρόνια κυκλοφορίας του βιντεοπαιχνιδιού. Σημαντικό ρόλο επίσης έχουν παίζει τα ελληνικά τουρνουά για το Fortnite τα οποία δεν άργησαν καθόλου να κάνουν την εμφάνισή τους με ένα από τα πρώτα τουρνουά να διαδραματίζεται στο Gameathlon τον Ιούνιο 2018. Μάλιστα στις αρχές του 2019 το Fortnite είχε γίνει «πρωτοσέλιδο» σε πολλά ελληνικά μέσα ενημέρωσης όπως στην τηλεόραση και σε πολλές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, χαρακτηρίζοντας το συγκεκριμένο παιχνίδι ότι προωθεί βίαιο και άγριο χαρακτήρα αλλοιώνοντας την ανατροφή των παιδιών.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Πηγή: <https://activeplayer.io/league-of-legends/> (Ανακτήθηκε: 19 Σεπτεμβρίου 2022)

<sup>22</sup> Πηγή: <https://esportsleague.gr/home-v2/fortnite/> (Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου 2022)

Πηγή: <https://gameathlon.eu/fortnite/> (Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου 2022)



## Call of Duty: Warzone

Ο λόγος για το Call of Duty: Warzone, ένα εκ των δημοφιλέστερων παιχνιδιών πανελλαδικά και παγκοσμίως. Ένας πολύ σημαντικός λόγος που και σε αυτό το παιχνίδι έπαιξε ρόλο ώστε να έχει τεράστια αναγνωσιμότητα είναι ότι διατέθηκε δωρεάν. Στην Ελλάδα υπάρχει μεγάλη κοινότητα και αναγνωρισιμότητα πολλών ετών στα παιχνίδια Call of Duty όπως διακρίνεται από τις κοινότητες στο Facebook «Call of Duty Greece» (4 χιλ. Μέλη), «Call of Duty WarZone Greece» (17,2 χιλ. Μέλη), και «Call of Duty eSports – Greek Community» (5,2 χιλ. Μέλη) όπως επίσης και στην πλατφόρμα επικοινωνίας Discord υπάρχουν ενεργές ελληνικές κοινότητες, δύο εκ των οποίων ονομάζονται «Warzone GR» (3,1 χιλ. Μέλη) και «Call of Duty Warzone Greece» (1,5 χιλ. Μέλη). Το Call of Duty σαν «όνομα» είναι από τα πιο διαδεδομένα παιχνίδια των Ελλήνων παικτών σχεδόν από την αρχή του τίτλου. Συγκεκριμένα το Call of Duty Warzone στην Ελλάδα πήρε έκταση άμεσα από την ίδια την κοινότητα δια μέσω των ομάδων που προϋπήρχαν από παλαιότερους τίτλους της σειράς. Το παιχνίδι πήρε μεγάλη έκταση και λόγω αυτού έκαναν την εμφάνιση τους τα πρώτα ελληνικά τουρνουά, ένα εκ των οποίων διεξάχθηκε στο Gameathlon τον Ιούλιο του 2020 με έπαθλο τα 400 ευρώ, συγχρόνως άρχισε να διοργανώνει τουρνουά και η αλυσίδα Internet cafe Inspot σε όλη την Ελλάδα και την Κύπρο με το συγκεκριμένο παιχνίδι με χρηματικό έπαθλο τα 150 ευρώ. Κάποιοι από τους πιο διάσημους Youtubers που εκπροσωπούν την σειρά Call of Duty όπως ο, W1ndz (313 χιλ. συνδρομητές), ο Axel (307 χιλ. συνδρομητές), ο Gaming Recipe (83,4 χιλ. συνδρομητές), και streamers όπως ο Free (2,8 χιλ. συνδρομητές), ο Artzi720 (3,5 χιλ. συνδρομητές) και ο XRTC\_ArchMage\_TV (6,2 χιλ. συνδρομητές), επίσης ανέδειξαν το παιχνίδι σε πανελλαδικό επίπεδο.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Πηγή: <https://lionadegames.com/el/posoi-anthropoi-paizoun-call-of-duty-war-zone/> (Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου 2022)

## Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>: Συμπεράσματα έρευνας

### 5.1 Συζήτηση αποτελεσμάτων

Από την παραπάνω ανάλυση, αποδεικνύεται ότι και τα τρία παιχνίδια που μελετήθηκαν έχουν αρκετά κοινά στοιχεία μεταξύ τους ως προς την απήχηση της μεταδοτικότητας του επιθυμητού κοινού τους. Στόχος των παιχνιδιών είναι η προσέλκυση που θα λάβουν είτε μέσω του κοινού που έχουν δημιουργηθεί από προηγούμενες σειρές παιχνιδιών (σε περίπτωση που υπάρχουν), είτε εάν οι τίτλοι είναι καινούριοι στον χώρο. Οι εταιρείες ανάπτυξης βιντεοπαιχνιδιών προσεγγίζουν σε ορισμένες περιπτώσεις διάσημους Youtubers και Live Streamers με σκοπό την προώθηση των τίτλων τους στο κοινό.

Αξίζει να αναφερθεί ότι οι Youtubers/Live Streamers διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην προώθηση των παιχνιδιών ακόμη και χωρίς την απαραίτητη χορηγούμενη συνεργασία, καθώς όταν ένα παιχνίδι έχει αναπτύξει μια θετική προδιάθεση είναι σχεδόν σίγουρο ότι θα καταλήξει στις τάσεις της εκάστοτε περιόδου και όπως στα προαναφερόμενα παιχνίδια, ενδέχεται να επικρατήσει. Επιπλέον, έχουν την δυνατότητα να ασκήσουν θετική επιρροή στο κοινό που τους παρακολουθεί, δηλαδή δημιουργούν προσδοκίες, ώστε το κοινό να δοκιμάσει τα συγκεκριμένα παιχνίδια. Επιπρόσθετα, τα τουρνουά που διοργανώνονται σε πανελλαδικό επίπεδο για αυτά τα παιχνίδια είναι πολύ σημαντικός παράγοντας για την προβολή τους στο κοινό που τους αντιστοιχεί.

#### **Κοινότητες**

Τέλος, οι πλατφόρμες επικοινωνίας όπως είναι το Facebook και το Discord, έχουν συμβάλει στην άρτια δημιουργία των κοινοτήτων, με απώτερο σκοπό το κοινό που παίζει οποιοδήποτε παιχνίδι και αναζητάει κάποια πληροφορία, συμπαίκτη ή ακόμα και αντίπαλο να έχει την δυνατότητα να εισέρχεται στην κοινότητα που σχετίζεται ανάλογα το παιχνίδι που τον ενδιαφέρει.

Στις κοινότητες που προαναφέρθηκαν (σύνολο 70.596 μέλη), διαπιστώθηκε ότι το Facebook είναι το κυρίαρχο μέσο επικοινωνίας το οποίο οι gamers κυρίως επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν για να συνδεθούν μεταξύ τους σε ποσοστό 94.5% (66.700 μέλη).

Σαν δεύτερη επιλογή έρχεται το Discord το οποίο είναι κυρίως πλατφόρμα επικοινωνίας μέσω VoIP σε ποσοστό 5.5 % (3.896 μέλη).

## **5.2 Σκοπός της έρευνας**

Η παρούσα εργασία προσαρμόζεται με βάση την μεθοδολογική προσέγγιση και συγκεκριμένα πρόκειται για την αφαιρετική. Ο σκοπός που χρησιμοποιείται η αφαιρετική μέθοδος είναι για να γίνει ανάλυση των δημοφιλέστερων βιντεοπαιχνιδιών στην Ελλάδα. Το είδος που ταιριάζει στην συγκεκριμένη μεθοδολογική προσέγγιση είναι η επεξηγηματική, καθώς το ζητούμενο της παρούσας έρευνας είναι να αναδειχτεί η αφορμή που τα παιχνίδια, όπως αναλύθηκαν παραπάνω, έγιναν διαδεδομένα στην Ελληνική κοινότητα των βιντεοπαιχνιδιών.

## **5.3 Περιορισμοί της έρευνας**

Στο κομμάτι των περιορισμών που αφορούν την έρευνα υπήρξαν περιορισμοί ως προς την εύρεση αναφορών και άρθρων σχετικά με το θέμα της εργασίας. Δηλαδή, η άντληση πληροφοριών σχετικά με τα δημοφιλέστερα παιχνίδια στην Ελλάδα ήταν ελλιπής λόγω της περιορισμένης έκτασης του θέματος. Για αυτόν τον λόγο, κυριαρχούν ορισμένες απόψεις, όπως η άρνηση της Ελληνικής κουλτούρας πως τα βιντεοπαιχνίδια μπορούν να αποτελέσουν ένα επάγγελμα. Συγκεκριμένα, η επιρροή του εξωτερικού σχετικά με το ζήτημα αυτό δεν έχει θορυβήσει την ελληνική νοοτροπία, η οποία δεν αποδέχεται ότι το gaming μπορεί να ασκηθεί ως ένα «φυσικό» επάγγελμα.

### **Διεξαγωγή αποτελεσμάτων**

Τα παιχνίδια που επιλέχθηκαν έγιναν με βάση τα YouTube trends κατά την διάρκεια της έρευνας, καθώς επιλέχθηκαν αυτά τα οποία ήταν στην κορυφή των trends και αυτά με τις περισσότερες προβολές και κατά συνέπεια έγινε ερευνά και στις κοινότητες τους.

## Βιβλιογραφία

### Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία:

Αναγνώστου. (2009). *Βιντεοπαιχνίδια Βιομηχανία και Ανάπτυξη*. Αθήνα: Κλειδάριθμος.

Μπαρμπάτσης Κ., Οικονόμου Δ., Παπαμαγκανά Ι., Ζώζας Ι. (Απρίλιος, 2010). Ηλεκτρονικά παιχνίδια ως εκπαιδευτικά εργαλεία, 2ο Πανελλήνιο Εκπαιδευτικό Συνέδριο, Ημαθία.

Παπαηλία, Π., Πετρίδης, Π. (2015). Ψηφιακή εθνογραφία. Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Ανακτήθηκε 16 Αυγούστου από: [http://repfiles.kallipos.gr/html\\_books/15369/](http://repfiles.kallipos.gr/html_books/15369/)

### Ξενόγλωσση βιβλιογραφία:

Adams, E. (2010). *Fundamentals of Game Design-Second Edition*, Pearson Education Inc, Berkley

Choi, D., & Kim, J. (2004). Why people continue to play online games: In search of critical design factors to increase customer loyalty to online contents. *Cyber Psychology and Behavior*, 7(1), 11-24

Edwards, N. C. (2010). *Understanding Video Games*, Connecticut College, New London.

Hinnant, N. (2013). *Practicing Work, Perfecting Play: League of Legends and the Sentimental Education of E-sports*, (Master's Thesis). Georgia State University, Atlanta.

Holloway, I. (1997). *Basic Concepts for Qualitative Research*. Oxford, UK: Wiley - Blackwell.

Jin, D. Y. (2010). *Korea's Online Game Empire*, Cambridge, MA: The MIT Press.

Malone, T.W. (1981) *Toward a Theory of Intrinsically Motivating Instruction*. *Cognitive Science: A Multidisciplinary Journal*, 5, 333-369.

P. Snickars, P. Vonderau. (2009). *The YouTube Reader*. Sweden: Stockholm: National Library of Sweden.

Petry, A. D. S., & Petry, L. C. (2012). Possibilities of encounter between Psychoanalysis and videogames: thinking with Freud and Lacan. In *Proceedings of XII Brazilian Symposium on Computer Games and Digital Entertainment*.

Riley, S., J. (2015). Drop the mic. In video games we can communicate better without words. *Gamesradar*. Ανακτήθηκε 8 Αυγούστου, 2022, από: <https://www.gamesradar.com/unplugmic-video-games-let-us-communicate-better-silence/>

Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. 5th ed. Harlow, UK: Pearson Education.

Schroeder, R. (2002). *The social life of avatars: Presence and Interaction in shared virtual environments*. London: Springer-Verlag.

Shaviro, S. (2003). *Connected; or, what it means to live in the network society*. *Electronic Mediations*, 9. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Taylor, T. L. (2012). *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*. Boston: MIT Press.

Tellis, W. (1997). *Application of a Case Study Methodology*. *The Qualitative Report*, 3(3), pp.1-19.

Trochim, W. and Donnelly, J. (2006). *The Research Methods Knowledge Base*. 3rd ed. Mason, OH: Atomic Dog.

van Ditmarsch, J. (2013). *Video Games as a Spectator Sport. How Electronic Sports Transforms Spectatorship* (Master's thesis). Utrecht University, Utrecht

Wolf, M. J. (2012). *Encyclopedia of video games. The culture, technology, and art of gaming*. Santa Barbara, CA: Greenwood.

Yee, N., & Bailenson, J. (2007). *The Proteus effect: Self transformations in virtual reality*. *Human Communication Research*, 33, 271–290

Yin, R. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. 2nd ed. Newbury Park, CA: Sage Publications.

Zainal, Z. (2007). *Case Study as a Research Method*. *Journal Kemanusiaan*, 9, pp.1-6

## Ελληνική Ιστογραφία

“Βασικά στοιχεία παιχνιδιού League of Legends”, (χ.η.) Διαθέσιμο στην:

<https://www.leagueoflegends.com/el-gr/how-to-play/>

(Ανακτήθηκε 19 Σεπτεμβρίου 2022)

“Είναι το Fortnite εξίσου εθιστικό με την κοκαΐνη;” (2019), Διαθέσιμο στην:

<https://www.lifo.gr/videos/lifo-picks/einai-fortnite-exisoy-ethistiko-me-tin-kokaini>

(Ανακτήθηκε 23 Σεπτεμβρίου 2022)

Ελπίδης, Χ. (2020), “Call of Duty: Warzone, αυτό θα είναι το δωρεάν Battle Royale παιχνίδι της Activision!” Διαθέσιμο στην:

<https://www.techgear.gr/call-of-duty-warzone-ayto-tha-einai-to-dorean-battle-royale-paichnidi-tis-activision-26606>

(Ανακτήθηκε 24 Σεπτεμβρίου 2022)

“Επιδημία ο εθισμός στα video games- Τι συμβαίνει με το Fortnite;” (2019) Διαθέσιμο στην:

<https://www.sportime.gr/extratime/technologie/epidimia-o-ethismos-sta-video-games-ti-simveni-me-to-fortnite/>

(Ανακτήθηκε 19 Σεπτεμβρίου 2022)

“Ιστορία Κονσολών – Pongs”, (2012), Διαθέσιμο στην:

<https://www.retrocomputers.gr/2012-04-19-12-21-04/history-of-consoles-pongs>

(Ανακτήθηκε 4 Αυγούστου 2022)

“Κοινότητες Call of Duty Warzone” (χ.η.), Διαθέσιμο στα:

<https://www.facebook.com/groups/GreekCodGroup/>

<https://www.facebook.com/groups/552127382372710/>

<https://www.facebook.com/groups/codesportsgr/>

<https://discord.gg/NKRH7Xyb>

Κοτσοβού, Α. (2018) “Fortnite και εθισμός στα video-games” Διαθέσιμο στην:

<https://www.naftemporiki.gr/story/1419832/fortnite-kai-ethismos-sta-video-games>

(Ανακτήθηκε 23 Σεπτεμβρίου 2022)

Μαλλάς, (2019) Δ. “Τι είναι το Fortnite και γιατί προκαλεί ντελίριο σε εκατοντάδες εκατομμύρια χρήστες”, Διαθέσιμο στην:

<https://www.cnn.gr/tech/story/194419/ti-einai-to-fortnite-kai-giati-prokalei-ntelirio-se-ekatonades-ekatommyria-xristes>

(Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου 2022)

Οικονόμου, Τ. (2019) “Fortnite: Το παιχνίδι που έγινε... επιδημία” Διαθέσιμο στην:

<https://www.ethnos.gr/technology/article/36618/fortnitetopaixnidipoyegineepidhmia>

(Ανακτήθηκε 23 Σεπτεμβρίου 2022)

Παππά, Μ. (2020) “10 κορυφαία αυτήν τη στιγμή παιχνίδια στον κόσμο του gaming” Διαθέσιμο στην:

<https://www.lifo.gr/now/tech-science/10-koryfaia-aytin-ti-stigmi-paihnidia-ston-kosmo-toy-gaming>

(Ανακτήθηκε 19 Σεπτεμβρίου 2022)

Πετρίτη, Ν. (χ.η.) “Γιατί το League of Legends είναι μετά από μια δεκαετία και βάλε το πιο δημοφιλέ free to play παιχνίδι” Διαθέσιμο στην:

<https://www.platform.gr/life/youthtrends/78123-giati-to-league-of-legends-einai-meta-apo-mia-dekaetia-kai-vale-to-pio-dimofiles-free-to-play-paixnidi>

(Ανακτήθηκε 19 Σεπτεμβρίου 2022)

“Ποια video games παίζουν οι Έλληνες”, (2018) Διαθέσιμο στην:

<https://www.fortunegreece.com/article/pia-video-games-peζουν-i-ellines/>

(Ανακτήθηκε 16 Σεπτεμβρίου 2022)

“Πόσοι άνθρωποι παίζουν call of duty war zone;”, (χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://lionadegames.com/el/posoi-anthropoi-paizoun-call-of-duty-war-zone/>

(Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου 2022)

Σιδηρόπουλος Γ. (2018) “Η ιστορία των Arcade”, Διαθέσιμο στην:

<https://www.gameworld.gr/columns/tributes/32086-%CE%B7-%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CF%89%CE%BD-arcades>

(Ανακτήθηκε 23 Ιουλίου 2022)

“Τα 10 πιο δημοφιλή online παιχνίδια στην Ελλάδα”, (2018) Διαθέσιμο στην:

<https://katohika.gr/ellada/ta-10-pio-dimofili-online-paichnidia-stin-ellada/>

(Ανακτήθηκε 16 Σεπτεμβρίου 2022)

“Fortnite: Ένα παιχνίδι καθαρή κοκαΐνη” (2019), Διαθέσιμο στην:

<https://www.offsite.com.cy/eidiseis/tech/fortnite-ena-paihni-di-kathari-kokaini-binteo>

(Ανακτήθηκε 24 Σεπτεμβρίου 2022)

“Fortnite Greek Community”, (χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://www.facebook.com/groups/1953253461558413/>

(Ανακτήθηκε 30 Σεπτεμβρίου 2022)

“Call Of Duty: Warzone – ένας οδηγός για γονείς” (χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://saferinternet4kids.gr/nea/callofduty-warzone/>

(Ανακτήθηκε 23 Σεπτεμβρίου 2022)

## Ξενόγλωσση Ιστογραφία

“11 Greek Video Game Companies In a Year” (χ.η), Διαθέσιμο στην:

<https://infogram.com/11-greek-video-game-companies-in-a-year-1gd0gmj1oj01m1q>

(Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου 2022)

“About Xbox Live ”(χ.η), Διαθέσιμο στην:

<https://support.xbox.com/en-US/help/hardware-network/getting-started-set-up/connecting-to-xbox-live>

(Ανακτήθηκε 20 Αυγούστου 2022)

“About Activision Blizzard” (χ.η), Διαθέσιμο στην:

<https://www.activisionblizzard.com/about-us>

(Ανακτήθηκε 14 Αυγούστου 2022)

“About Electronic Arts” (χ.η), Διαθέσιμο στην:

<https://www.ea.com/about>

(Ανακτήθηκε 14 Αυγούστου 2022)

“About Sony Interactive Entertainment” (χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://www.playstation.com/en-gr/corporate/about-us/>

(Ανακτήθηκε 14 Αυγούστου 2022)

“About Tencent,”(χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://www.tencent.com/en-us/about.html>

(Ανακτήθηκε 12 Αυγούστου 2022)

“Call of Duty Warzone how to play”, (χ.η.) Διαθέσιμο στην:

<https://www.callofduty.com/content/atvi/callofduty/warzone/web/en/strategyguide/pre-game-preparation/Play.html>

(Ανακτήθηκε 23 Σεπτεμβρίου 2022)

“Disrupting the Gaming Industry: Greek Cash Rebate 35%”: Greece in Nordic Game for the third time (22-24 May 2019, Malmö, Sweden) (2019)”, Διαθέσιμο στην:

<https://www.greeknewsagenda.gr/topics/politics-polity/6990-%e2%80%9cdisrupting-the-gaming-industry-greek-cash-rebate-35-%e2%80%9d-greece-in-nordic-game-for-the-third-time-22-24-may-2019,-malm%3%b6,-sweden>

(Ανακτήθηκε στις 13 Σεπτεμβρίου 2022)

“Fortnite e-Sports League” (χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://esportsleague.gr/home-v2/fortnite/>

(Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου 2022)



“Fortnite Tournament” (χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://dexpo.gr/tours/fortnite/>

(Ανακτήθηκε 21 Σεπτεμβρίου 2022)

“Gulag: prisoner of Warzone” (χ.η.) Διαθέσιμο στην:

<https://www.callofduty.com/warzone/strategyguide/infil-tactics-in-the-warzone/wz-gulag>

(Ανακτήθηκε 23 Σεπτεμβρίου 2022)

“History of Information” (χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://www.historyofinformation.com/detail.php?entryid=4472>,

(Ανακτήθηκε 13 Ιουλίου 2022)

“History of Tetris” (χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://tetris.com/history-of-tetris>

(Ανακτήθηκε 26 Ιουλίου 2022)

“Lambie, R. (2019) Tetris: 10 Facts You Need to Know About the Game’s History”, Διαθέσιμο στην:

<https://www.denofgeek.com/games/tetris-game-weird-history/>

(Ανακτήθηκε 15 Ιουλίου 2022)

Laserface, (2022) “Βαθμίδες, κατηγορίες και ουρές Αγώνων Κατάταξης” Διαθέσιμο στην:

<https://riot.com/3yOIq9p>

(Ανακτήθηκε 19 Σεπτεμβρίου 2022)

“League of Legends Live Player Count and Statistics” (χ.η.) Διαθέσιμο στην:

<https://activeplayer.io/league-of-legends/>

(Ανακτήθηκε 19 Σεπτεμβρίου 2022)

“Lee, A. (2021) The 10 Richest Game Developers In The World”, Διαθέσιμο στην:

<https://moneyinc.com/richest-game-developers-world/>

(Ανακτήθηκε 12 Αυγούστου 2022)

“Lefteris Kretsos on bringing Greece on the global map of the Game and Film Making Industry”

(χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://www.greeknewsagenda.gr/interviews/government-policy/6552-lefteris-kretsos-on-bringing-greece-on-the-global-map-of-the-game-and-film-making-industry>

(Ανακτήθηκε 12 Σεπτεμβρίου 2022)

MacDonald K., Stuart K (2022), “The 15 greatest video games of the 1990s – ranked!” Διαθέσιμο στην:

<https://www.theguardian.com/games/2021/jun/23/the-15-greatest-video-games-of-the-1990s-ranked>

(Ανακτήθηκε 6 Αυγούστου 2022)

Marks B. R. (2016), “The most important PC games of all time: Doom” Διαθέσιμο στην:

<https://www.pcgamesn.com/most-important-pc-games-doom>

(Ανακτήθηκε 11 Ιουλίου 2022)

“MENA Game Markets: Saudi Arabia” (χ.η), Διαθέσιμο στην:

<http://www.laiggs.com/en/middle-east-north-africa-mena-turkey-turkish-game-markets/saudi-arabia>

(Ανακτήθηκε 13 Σεπτεμβρίου 2022)

“Mobile Games in Greece” (χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/mobile-games/greece#analyst-opinion>

(Ανακτήθηκε 11 Σεπτεμβρίου 2022)

“Mobile Games – Greece, (χ.η.)” Διαθέσιμο στην:

<https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/mobile-games/greece#analyst-opinion>

(Ανακτήθηκε 13 Σεπτεμβρίου 2022)

Parou (2015) “Η ιστορία του console gaming”, Διαθέσιμο στην:

<https://www.gameworld.gr/community/blogs/entry/i-istoria-tou-console-gaming>

(Ανακτήθηκε 8 Αυγούστου 2022)

“PlayStation Network” (χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://www.playstation.com/en-gr/playstation-network/>

(Ανακτήθηκε 20 Αυγούστου 2022)

Radeska T. (2017) “The Soviet science-academy researcher who invented Tetris received little personal profit”, Διαθέσιμο στην:

<https://www.thevintagenews.com/2017/11/25/the-man-who-invented-tetris-received-low-profit/?chrome=1>

(Ανακτήθηκε 28 Ιουλίου 2022)

“Tetris: The Soviet 'mind game' that took over the world 2022” (2019), Διαθέσιμο στην:

<https://edition.cnn.com/style/article/tetris-video-game-history/index.html>

(Ανακτήθηκε 13 Ιουλίου 2022)

“The Complicated History Of 'Tetris,' Which Celebrates Its 30th Anniversary Today”, (2014), Διαθέσιμο στην:

<https://www.businessinsider.com/tetris-history-2014-6>

(Ανακτήθηκε 26 Ιουλίου 2022)

“Top 25 Public Companies by Game Revenues,” (2022), Διαθέσιμο στην:

<https://newzoo.com/insights/rankings/top-25-companies-game-revenues>

(Ανακτήθηκε 12 Αυγούστου 2022)

“Video Game Consoles – Greece” (χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://www.statista.com/outlook/cmo/toys-hobby/toys-games/video-game-consoles/greece>

(Ανακτήθηκε 13 Σεπτεμβρίου 2022)

Weisberger M. (2016) “The Bizarre History of 'Tetris'”, Διαθέσιμο στην:

<https://www.livescience.com/56481-strange-history-of-tetris.html>

(Ανακτήθηκε 3 Αυγούστου 2022)

“What Is Fortnite? Beginner's Guide” (2020), Διαθέσιμο στην:

<https://www.epicgames.com/fortnite/en-US/news/what-is-fortnite-beginners-guide>

(Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου 2022)

“Xbox Game Studios About” (χ.η.), Διαθέσιμο στην:

<https://www.xbox.com/el-GR/xbox-game-studios>

(Ανακτήθηκε 12 Αυγούστου 2022)