

Open Journal of Animation, Film and Interactive Media in Education and Culture [AFIMinEC]

Vol 4, No 1 (2023)

afimec, main issue



Load Game

ΜΑΞΙΜΟΣ ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΣ

doi: [10.12681/afimec.34002](https://doi.org/10.12681/afimec.34002)

To cite this article:

ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΣ Μ. (2023). Load Game: The independent digital game production in Greece. *Open Journal of Animation, Film and Interactive Media in Education and Culture [AFIMinEC]*, 4(1).
<https://doi.org/10.12681/afimec.34002>

Load Game: Η ανεξάρτητη παραγωγή ψηφιακών παιχνιδιών στην Ελλάδα

Μάξιμος Σ. Θεοδωρόπουλος

Υπ. Διδάκτωρ

Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού

Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών

maximostheod@gmail.com

Abstract

The digital game industry has been established globally today as a financial, technological and cultural giant. Beyond though the dominant digital game production regions (China, North America, Western Europe) and the blockbuster titles, indie game development and worldwide creators constitute an important pillar of the game industry. During the last ten years, a new dynamic transformation in digital content production has taken place in the South European region, a fortiori in Greece. Drawing from 35 semi-structured interviews conducted between 2019 and 2023, this article aims to explore the traits of the independent game production in Greece, in the contemporary period. More specifically, it focuses on the working cultures and production identities of the Greek creators, the local and international networks that support the local independent development, as well as the main stylistic, design trends of the Greek digital games.

Key-words: digital games, independent production, indie games, networks, production studies

Περίληψη

Η βιομηχανία των ψηφιακών παιχνιδιών έχει εδραιωθεί σήμερα παγκοσμίως ως ένας οικονομικός, τεχνολογικός και πολιτιστικός τίτνας. Πέρα όμως από τις κυρίαρχες περιοχές παραγωγής ψηφιακών παιχνιδιών (Κίνα, Βόρεια Αμερική, Δυτική Ευρώπη, Ιαπωνία) και τους υψηλού προϋπολογισμού τίτλους, η ανεξάρτητη ανάπτυξη και οι δημιουργοί από διάφορα μέρη του κόσμου αποτελούν σημαντικό πυλώνα της εν λόγω βιομηχανίας. Τα τελευταία δέκα χρόνια, έχει φανεί ένας νέος δυναμικός μετασχηματισμός ψηφιακού περιεχομένου σε παραγωγικό επίπεδο στη νότια περιοχή της Ευρώπης και δη της Ελλάδας. Μέσα από 35 ημι-δομημένες συνεντεύξεις που διεξήχθησαν την περίοδο 2019-2023, αυτό το άρθρο έχει ως στόχο να εξετάσει τα χαρακτηριστικά της ανεξάρτητης παραγωγής ψηφιακών παιχνιδιών στην Ελλάδα, στη σύγχρονη περίοδο. Πιο συγκεκριμένα, εστιάζει στις εργασιακές κουλτούρες και παραγωγικές ταυτότητες των Ελλήνων/ηνίδων δημιουργών, στα τοπικά και διεθνή δίκτυα που υποστηρίζουν την τοπική ανεξάρτητη ανάπτυξη, καθώς και τις κύριες στιλιστικές, σχεδιαστικές τάσεις των ελληνικών ψηφιακών παιχνιδιών.

Λέξεις-κλειδιά: ψηφιακά παιχνίδια, ανεξάρτητη παραγωγή, ανεξάρτητα παιχνίδια, δίκτυα, σπουδές παραγωγής

1. Εισαγωγή

Η βιομηχανία των ψηφιακών παιχνιδιών έχει εξελιχθεί από την κατασκευή παιχνιδιών μηχανών καμπίνας (arcades) και τους ερασιτέχνες προγραμματιστές του υπνοδωματίου (bedroom coders), σε ένα κυρίαρχο πλέον παγκοσμιοποιημένο οικοσύστημα μαζικής ψυχαγωγίας με τεράστια οικονομικά έσοδα (Donovan, 2010, Keogh, 2019a). Τα ψηφιακά παιχνίδια ως εκ φύσεως ψηφιακά και διεθνή τεχνολογικά, πολιτιστικά προϊόντα (De Prato, 2014, 163, Kerr, 2006) αποτελούν σημαντικό κομμάτι της σύγχρονης ψηφιακή κουλτούρας, επικοινωνίας και καθημερινότητας των ανθρώπων σε παγκόσμιο επίπεδο (Muriel & Crawford, 2018). Παρά το γεγονός ότι απαρτίζεται από ένα πλήθος δημιουργών διαφορετικών εθνικοτήτων, αλλά και από μία σειρά καινοτόμων πλατφορμών υλισμικού (hardware) (υπολογιστές, κινητά τηλέφωνα, κονσόλες, VR συσκευές), η αγορά ψηφιακών παιχνιδιών είναι αρκετά ομοιογενής. Οι ειδησεογραφικές καλύψεις και η αρχική σελίδα των νέων ψηφιακών καταστημάτων διανομής κατακλύζονται από την προβολή ενός μεγάλου αριθμού τυποποιημένων και, εξαιρετικά, υψηλού προϋπολογισμού τίτλων (game titles). Οι συγκεκριμένοι τίτλοι είναι συνήθως μέρος μιας δοκιμασμένης δικαιοχρησίας (franchise) (π.χ. η σειρά Grand Theft Auto ή FIFA). Ενώ, ένας μικρός σχετικά αριθμός οικονομικά ισχυρών εταιρειών ψηφιακού περιεχομένου από πολύ συγκεκριμένες χώρες, όπως είναι η Β. Αμερική, τα σκανδιναβικά κράτη, η Αγγλία και, πλέον, η Κίνα, φαίνεται να κυριαρχούν και να ελέγχουν τη ροή περιεχομένου στην εν λόγω βιομηχανία και αγορά. Ωστόσο, η δυναμική συμμετοχή ενός μεγάλου αριθμού μικρότερων, ανεξάρτητων επαγγελματιών και ερασιτεχνών δημιουργών (Keogh, 2019b), πρέπει να θεωρηθεί ως ένα εξίσου αναπόσπαστο τμήμα του ψηφιακού δημιουργικού οικοσυστήματος.

Όμως, τα διασυνοριακά και εθνικά δίκτυα παραγωγής και διανομής που σχετίζονται με την ανάπτυξη ψηφιακών παιχνιδιών διαμορφώνονται τόσο από διεθνείς παράγοντες όσο και από το κοινωνικό-οικονομικό, πολιτισμικό πλαίσιο που διακρίνει ένα εθνικό οικοσύστημα (Kerr & Cawley, 2012). Για να κατανοηθεί λοιπόν εις βάθος η παγκόσμια βιομηχανία παιχνιδιών, χρειάζεται να ταυτοποιηθούν και να αναλυθούν πρώτα τα εθνικά περιβάλλοντα παραγωγής περιεχομένου, καθώς και οι τοπικές κουλτούρες και ιδιοσυγκρασίες τους (Liboriussen & Martin, 2016). Ειδικά εκείνων που αγνοούνται από τη βιβλιογραφία, αλλά και από αντίστοιχες θεσμικές εκθέσεις.

Η έκρηξη στην ανάπτυξη ανεξάρτητων ψηφιακών παιχνιδιών οξύνθηκε δραματικά στα μέσα της δεκαετίας του 2000 (Williams, 2017, 295-337). Εντεύθεν, μικρές ομάδες παραγωγής είχαν τη δυνατότητα να διαδώσουν, πολύ πιο εύκολα από ό,τι στο παρελθόν, χαμηλού (ή/και μηδενικού) προϋπολογισμού τίτλους είτε σε προσιτές για τους καταναλωτές τιμές είτε ακόμη δωρεάν. Πολλές φορές, μικρά σε μέγεθος και χωρητικότητα παιχνίδια, με δισδιάστατα (2D) γραφικά ή με pixel απεικόνιση, άλλα με ρετρό και άλλα με καινοτόμο ή, εν γένει, εναλλακτικό σε σχέση με τη συμβατική παραγωγή περιεχόμενο, προσέφεραν τη δυνατότητα για αποδοτικότερους χρόνους παραγωγής και, σε ορισμένες περιπτώσεις, κριτικής απέναντι στην παγκόσμια βιομηχανία και τα σύγχρονα καπιταλιστικά ήθη (π.χ. τα παιχνίδια του Paolo Pedercini). Επομένως, δόθηκε η ευκαιρία σε πολλούς ανεξάρτητους δημιουργούς να ασκήσουν δημιουργικό έλεγχο στη δουλειά τους, να υιοθετήσουν νέα επιχειρηματικά και εισοδηματικά μοντέλα (π.χ. «pay-what-you-want», «free-to-play» κ.α.), να κυκλοφορήσουν κατευθείαν στην αγορά τους τίτλους τους και να διαφυλάξουν την κυριότητά τους (Parker, 2013). Παράλληλα, χάρη στην ψηφιακή διανομή γίνεται πλέον εφικτό να προσπεράσουν με αρκετά ευέλικτο τρόπο τις παραδοσιακές πρακτικές αναζήτησης χρημάτων για την παραγωγή περιεχομένου από τραπεζικά

δάνεια ή από τη συνεργασία με κάποια ισχυρή εκδοτική εταιρεία ψηφιακών παιχνιδιών. Αυτή η νέα συνθήκη επιτρέπει επίσης την ανάπτυξη δημιουργικών ιδεών που οι εργαζόμενοι σε μεγάλες εταιρείες παραγωγής δεν έχουν πάντα ούτε το χρόνο ούτε το χώρο να υλοποιήσουν.

Η επέκταση της ευρυζωνικότητας του διαδικτύου σε συνδυασμό με την ταχεία επικράτηση της ψηφιοποίησης και των ευέλικτων μηχανών ανάπτυξης παιχνιδιών (game engines) (Unity, Godot, Unreal Engine), οδήγησε στον κατακλυσμό ανεξάρτητου περιεχομένου (Lipkin, 2019). Σήμερα, κυκλοφορούν εκατοντάδες νέοι τίτλοι που φέρουν την ετικέτα του «ανεξάρτητου» ή, σε συντομογραφία, «indie» στις κυρίαρχες ψηφιακές πλατφόρμες διανομής (Steam, GoG, Epic Store κλπ.). Όπως συμβαίνει στον κινηματογράφο και στα ντοκιμαντέρ (Tzioumakis, 2016), ο όρος της «ανεξαρτησίας» όταν αναφέρεται στα μέσα παραγωγής ή ακόμα στο ύφος (style) και είδος (genre) στα ψηφιακά παιχνίδια, σε αρκετές περιπτώσεις μπορεί να γίνει δυσνόητος ως προς την πραγματική του υπόσταση και κατανόηση. Για παράδειγμα, σε ποιο βαθμό δικαιούται ένας τίτλος όπως το *It Takes Two* (2021) της Electronic Arts (EA), δηλαδή μιας τεράστιας, παγκοσμιοποιημένης και οικονομικά πανίσχυρης εταιρείας παραγωγής και έκδοσης, να προωθείται ως «indie»;

Σε αυτό το άρθρο, θα επιχειρηθεί η διασάφηση της προβληματικής των νοημάτων που προκύπτουν από την ιδέα της ανεξάρτητης παραγωγής μέσα από τη σκιαγράφηση των συμβολικών αξιών του όρου βάσει των πρακτικών, των φιλοδοξιών και των δικτύων παραγωγής και διαμεσολάβησης, όπως προκύπτουν από την περίπτωση του ελληνικού οικοσυστήματος ανάπτυξης ψηφιακών παιχνιδιών. Στην Ελλάδα εκκολάπτονται μορφές παραγωγής που δύνανται να οριστούν ως ανεξάρτητες, καθώς παρατηρείται ένα νέο, δυναμικό κύμα παραγωγικής δραστηριότητας, το οποίο εξέλειπε στο παρελθόν και πήρε μορφή μέσα στα χρόνια της χρηματοοικονομικής κρίσης. Η έλλειψη γνώσης για αυτό το τοπικό και νεοφερμένο δημιουργικό οικοσύστημα και τους δημιουργούς του, κάνει το αντικείμενο μελέτης ιδιαίτερα ενδιαφέρον.

Η παρούσα έρευνα διακρίνεται σε τρία μέρη. Αρχικά, εξετάζεται η δομή και οι σύγχρονες τάσεις της παγκόσμιας βιομηχανίας ψηφιακών παιχνιδιών, με την οποία άλλωστε οι Έλληνες/ίδες δημιουργοί είναι μέρος της και αλληλεπιδρούν. Παρουσιάζονται επίσης ορισμένες από τις προβληματικές της έννοιας «ανεξάρτητος» και ορισμένα χαρακτηριστικά των indie παιχνιδιών σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία. Στη συνέχεια, εξηγείται η ποιοτική μεθοδολογική προσέγγιση που επιλέχτηκε και τα ανάλογα εργαλεία συλλογής και ανάλυσης των δεδομένων. Τέλος, αναλύονται οι παραγωγικές κουλτούρες και οι ταυτότητες των τοπικών ανεξάρτητων δημιουργών, τα τοπικά και διεθνή δίκτυα που συμμετέχουν και διαμορφώνουν τις πρακτικές τους και τις δραστηριότητες τους, εξετάζοντας συγχρόνως τις κυρίαρχες σχεδιαστικές τάσεις που ακολουθούν στην ανάπτυξη indie περιεχομένου.

2. Θεωρητικό πλαίσιο

2.1. Δομή της παγκόσμιας βιομηχανίας ψηφιακών παιχνιδιών

Τα ψηφιακά παιχνίδια είναι ένα εξ ορισμού πληροφοριακό, συμβολικό προϊόν και υπηρεσία που εκφράζει συμβολικές μορφές πολιτιστικής δημιουργικότητας και τα οποία παράγονται από ένα συνδυασμό πολιτιστικού και τεχνολογικού ανθρώπινου δυναμικού (Kerr, 2017, European Video Games Society, 2022). Η εν λόγω βιομηχανία ξεκίνησε στη Δύση του Ψυχρού Πολέμου. Σπουδαστές μαζί με προγραμματιστές που φοιτούσαν και εργαζόνταν σε διάφορα ακαδημαϊκά εργαστήρια και δημόσιες υποδομές ανάπτυξης αμυντικού εξοπλισμού, μέσα από την ανάγκη για

πειραματισμό και εύρεση ελεύθερου χρόνου, μετέτρεψαν τους ογκώδεις υπολογιστές του 1960 και 1970 σε παιγνιώδεις μηχανές. Κατάφεραν να προσαρμόσουν ηλεκτρονικές τεχνολογίες που αρχικά προορίζονταν για πολεμική χρήση και γραφειοκρατική εργασία σε ένα νέο δημιουργικό μέσο που στόχο είχε την απόλαυση και μια συλλογική ψυχαγωγία (βλ. Donovan, 2010). Ήταν μια πραγματικά καινοτόμα συνθήκη σε μια μεταβαλλόμενη εποχή.

Αργότερα, τα ψηφιακά παιχνίδια αξιοποιήθηκαν οικονομικά από κατασκευαστές κονσόλας, καμπινών και μικροϋπολογιστών για να μετατραπούν σε εμπόρευμα. Από κοινού με πειραματιζόμενους έφηβους προγραμματιστές και νεοϊδρυθείσες εταιρείες λογισμικού, εδραίωσαν διεθνώς τις βάσεις της εν λόγω βιομηχανίας στην τωρινή της μορφή. Εταιρείες όπως η Atari και, εν συνεχεία, οι αντίστοιχες ιαπωνικές Nintendo, Sony, Sega, έκαναν το διαδραστικό παιχνίδι (play) μαζικά προσβάσιμο σε εκατοντάδες χιλιάδες οικείες μέσω των ιδιόκτητων κονσόλων τους. Έκτοτε, η βιομηχανία παιχνιδιών έχει διευρύνει τόσο τη δημογραφία του κοινού της όσο και τις συσκευές υλισμικού (hardware) – με την κυκλοφορία κινητών και VR συσκευών – ή ακόμα δε τα είδη (genre) των προϊόντων που διαθέτει στην αγορά (λ.χ. τα online παιχνίδια πολλαπλών χρηστών).

Η προοδευτική οικονομική άνοδος και καταναλωτική απήχηση που η βιομηχανία παιχνιδιών γνωρίζει στις μέρες μας οφείλεται κατά κύριο λόγο στο φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης και της δραματικής εξάπλωσης της ψηφιοποίησης (De Prato, 2014, Kerr, 2017). Η οικονομική επιτυχία των ψηφιακών παιχνιδιών έχει προσελκύσει εταιρικούς υπερ-τεχνολογικούς ομίλους, όπως οι αμερικάνικες πολυεθνικές GAFA (Google/Alphabet, Apple, Facebook, Amazon), η Microsoft και οι πολυεθνικοί τεχνολογικοί κολοσσοί από την Κίνα, Tencent και NetEase. Αυτοί οι όμιλοι, μαζί με ισχυρές εταιρείες έκδοσης (publishers), έχουν την οικονομική ισχύ ώστε να μπορούν να ελέγχουν εν πολλοίς τα μέσα παραγωγής και διάδοσης ψηφιακού περιεχομένου. Ειδικά τα τελευταία χρόνια ακολουθούν επιθετικές στρατηγικές εξαγοράς μεσαίων και μικρών εταιρειών ανάπτυξης, με σκοπό να διασφαλίσουν τα δικαιώματα ενός δημοφιλούς περιεχομένου με συνέπεια να παγιώσουν ακόμα περισσότερο τη θέση τους σε μία ανταγωνιστική και κορεσμένη αγορά. Δεν είναι τυχαίο εξάλλου πως μεγάλοι εκδότες επενδύουν συχνά το μεγαλύτερο μέρος του συνολικού προϋπολογισμού τους, σε τεχνικές και στρατηγικές επικοινωνίας και ροής περιεχομένου (marketing) (Nieborg, 2021).

Τα ετήσια έσοδα της αγοράς παιχνιδιών έχει εγείρει, επιπλέον, την προσοχή εθνικών κυβερνήσεων και περιφερειακών οργανώσεων (βλ. αναλυτικά στο Fung, 2016). Η Νότια Κορέα, για παράδειγμα, έγινε μία από τις πρώτες πέντε μεγαλύτερες τοπικές βιομηχανίες ψηφιακών παιχνιδιών χάρη σε κυβερνητικές πολιτικές σχετικά με την αναπτυξιακή τόνωση της οικονομίας γύρω από τις νέες πληροφοριακές τεχνολογίες. Αυτό οδήγησε στις υψηλές ταχύτητες ευρυζωνικότητας, που με τη σειρά της ενθάρρυνε και την καταναλωτική ζήτηση τοπικών online ψηφιακών παιχνιδιών. Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει εξίσου προσπαθήσει να προωθήσει πολιτικές, για να σωρεύσει μια νέα δυναμική στην ανάπτυξη ψηφιακών παιχνιδιών στις χώρες-μέλη της.

Η οργανωσιακή δομή της βιομηχανίας βασίζεται σε διασυνοριακές εταιρείες ανάπτυξης και έκδοσης, οι οποίες απασχολούν εργαζόμενους διαφόρων κλάδων και διαφορετικών εθνικοτήτων. Η παραγωγική ιεραρχία μιας εταιρείας διακρίνεται σε ομάδες εργαζομένων (π.χ. προγραμματιστές, σχεδιαστές, artists, παραγωγοί κλπ.), όπου η κάθε μία έχει το δικό της ξεχωριστό ρόλο και αντίστοιχα καθήκοντα να

διεκπεραιώσει, απαιτώντας ταυτόχρονα τη μεταξύ τους συνεχή συνεργασία (O'Donnell, 2014). Η βιομηχανική δομή ροής διεργασιών για τη δημιουργία ψηφιακών παιχνιδιών μπορεί σχηματικά να διακριθεί σε τέσσερις κύριους άξονες. Αρχικά είναι οι *κατασκευαστές κονσόλας*, οι οποίοι σχηματίζουν ένα ολιγοπώλιο εταιρειών που ελέγχει το διαθέσιμο περιεχόμενο στις ανάλογες συσκευές υλισμικού. Στη συνέχεια, υπάρχουν οι *εταιρείες έκδοσης/εκδότες* που είναι υπεύθυνες/οι για την επένδυση κεφαλαίου, τις στρατηγικές διάδοσης, την οικονομική ανάλυση και τη διαχείριση ενός εγχειρήματος, μεταξύ άλλων επιχειρηματικών καθηκόντων που δεν άπτονται τόσο τη δημιουργική διαδικασία ανάπτυξης ενός τίτλου. Έπειτα, οι *εταιρείες παραγωγής* είναι οι δρούσες εταιρείες που αναπτύσσουν τα ψηφιακά παιχνίδια βάσει ενός συνδυασμού δημιουργικών και τεχνικών δεξιοτήτων και οι οποίοι επωμίζονται όλο το ρίσκο που ενέχει η ανάπτυξη διαδραστικού περιεχομένου, μιας και το εγχείρημα τους δεν είναι απίθανο να εγκαταλειφθεί εξαιτίας προβλέψιμων ή απρόβλεπτων παραγόντων. Οι *εταιρείες μεσολογισμικού* είναι υπεύθυνες για τη δημιουργία και δανειοδότηση εργαλείων λογισμικού ή επιπλέον υπηρεσιών που επικουρούν και βελτιώνουν την παραγωγή και την τελική εμπειρία ενός περιεχομένου. Οι συγκεκριμένες εταιρείες έχουν σήμερα κεντρικό ρόλο καθώς οι περισσότεροι δημιουργοί, χρησιμοποιούν δωρεάν τις μηχανές ανάπτυξης Unity και Unreal Engine ή άλλες οικονομικές μηχανές και εργαλεία για να επιτύχουν την ανάπτυξη διαδραστικού-περιεχομένου. Τέλος, οι *ψηφιακές πλατφόρμες διανομής* έχουν αντικαταστήσει πλέον τα καταστήματα λιανικής στη διάθεση τίτλων στην αγορά, επιτρέποντας έτσι σε πολυάριθμους δημιουργούς να επικοινωνήσουν απευθείας περιεχόμενο τους στο κοινό σχετικά ευκολότερα απ' ό,τι στο παρελθόν.

Επιπλέον, η απασχόληση στη βιομηχανία παιχνιδιών είναι ανταγωνιστική και απαιτητική, αν και θεωρείται από τους ίδιους τους εργαζόμενους σε πολλές περιπτώσεις συναρπαστική, ένα «όνειρο» που ήθελαν πάντα να ακολουθήσουν (O'Donnell, 2014). Η ομαδική δουλειά, η αίσθηση του ανήκειν και το πάθος πρέπει να θεωρηθούν ως οι θεμελιώδεις παράγοντες που ωθούν ένα άτομο στην ενασχόληση με τη συγκεκριμένη δημιουργική εργασία (Dyer-Witthoford & de Peuter, 2006). Οι προκλήσεις ωστόσο που οι εργαζόμενοι έχουν να αντιμετωπίσουν, οδηγούν συχνά σε ένα τεταμένο εργασιακό περιβάλλον. Η πιο συνήθης συλλογική πρόκληση είναι ως «crunch» («θρυμμάτιση» ή «ροκάνισμα» του χρόνου): οι μακροσκελείς υπερωρίες – συχνά αμισθί –, η μείωση ελεύθερου χρόνου και ξεκούρασης και οι ενδημικές ώρες εργασίας την περίοδο πριν την καταλυτική ημερομηνία της κυκλοφορίας ενός προϊόντος (Consalvo, 2008). Η αποθάρρυνση που προκαλείται από την προαναφερθείσα συνθήκη σε συνδυασμό με το φόβο αποτυχίας ενός προϊόντος και εγκατάλειψης της δουλειάς σε μελλοντικό χρόνο, σκιαγραφεί την υψηλά επισφαλή θέση στην οποία βρίσκονται οι απασχολούμενοι στη βιομηχανία ψηφιακών παιχνιδιών (O'Donnell, 2014).

Άλλωστε, η ίδια αγορά δεν είναι σε καμία περίπτωση λιγότερο αβέβαιη και επισφαλής. Μόνο ένας ελάχιστος αριθμός τίτλων επιστρέφει πραγματικά έσοδα (van Dreunen, 2020, 99, 126-129) – κατά βάση, μεγάλου προϋπολογισμού δικαιοχηρίες. Ειδικά τα τελευταία έτη, μόλις οι δέκα περισσότερο ευπώλητοι τίτλοι ισοδυναμούν με περισσότερο από το 90% της συνολικής κατανάλωσης των χρηστών (van Dreunen, 2020, 27). Την ίδια στιγμή, η αγορά για τα ανεξάρτητα παιχνίδια κατακλύζεται από εκατοντάδες νέους τίτλους καθημερινά, φτάνοντας σε σημείου κορεσμού, καθώς η ψηφιακή διανομή παρέχει το κίνητρο σε μικρές ομάδες και ερασιτέχνες δημιουργούς να επικοινωνήσουν το περιεχόμενο τους σε ένα παγκόσμιο(ποιημένο) κοινό.

2.2. Ανεξάρτητη παραγωγή: έννοια, αισθητική και δικτύωση

Η επίδραση της ψηφιοποίησης και ο ρόλος των τεχνολογιών δικτύου, διευκόλυναν την απελευθέρωση μιας πρωτόγνωρης ποσότητας οπτικοακουστικού και διαδραστικού περιεχομένου. Προέκυψαν νέες μορφές περιεχομένου, επικοινωνίας και κοινωνικοποίησης μεταξύ των χρηστών. Για τους ερασιτέχνες δημιουργούς και τις μικρές ομάδες παραγωγής, το διαδίκτυο επέτρεψε την άμεση πρόσβαση σε ένα διεθνές καταναλωτικό κοινό, χωρίς την απαίτηση για επένδυση και διαπραγμάτευση που απαιτούσε ο πιο παραδοσιακός τρόπος διανομής σε φυσικά καταστήματα. Στα μέσα της δεκαετίας του 2000, εκκολάφθηκαν ψηφιακές πλατφόρμες και διαδικτυακές κοινότητες όπως το Newgrounds και το Kongregate. Σε αυτές, δημιουργοί χωρίς ιδιαίτερη γνώση προγραμματισμού μπορούσαν να αναπτύξουν και εν συνεχεία να διαδώσουν μικρούς σε μέγεθος και χωρητικότητα τίτλους όπου ήταν σχετικά εύκολες οι όποιες «διορθώσεις» και «παρεμβάσεις» βελτιστοποίησης επί του περιεχομένου. Είχαν συνήθως 2D και μη ρεαλιστικά γραφικά με φιλικό προς τους χρήστες τρόπο παιχνιδιού. Στις ίδιες κοινότητες καλλιεργείτο επίσης η απευθείας επικοινωνία με τους χρήστες που συχνά κατέληγε σε προτάσεις και ανταλλαγή ιδεών, εδραιώνοντας με αυτό τον τρόπο μία νέα διαδικτυακή σκηνή ανάπτυξης ψηφιακών παιχνιδιών (Williams, 2017).

Πιο πρόσφατα, η διάθεση εργαλείων παραγωγής, όπως οι παιχνιδώδεις μηχανές Unity, Unreal Engine και Godot, που προηγουμένως βρίσκονταν στα χέρια λίγων μεγάλων εταιρειών, σε συνδυασμό με τη δυνατότητα διανομής περιεχομένου σε ευρείας επισκεψιμότητας ψηφιακές πλατφόρμες όπως το Steam, Epic Store, GoG κ.α, έχει ωθήσει στην ευρεία εξάπλωση των ανεξάρτητων παιχνιδιών (Keogh, 2019b, Lipkin, 2019). Συγχρόνως, το κόστος παραγωγής ενός διαδραστικού τίτλου έχει μειωθεί δραματικά σε σχέση με παλιά, για όλες τις πλατφόρμες. Μία μικρή ομάδα σαν τη Rovio από μία εξίσου μικρή χώρα, τη Φιλανδία, κατάφερε να σχεδιάσει το *Angry Birds* (2009): ένα απλό οπτικά και λειτουργικά παιχνίδι, προσβάσιμο από όλες τις ηλικίες, με εσκεμμένη την απουσία γλώσσας και ομιλίας, αλλά και με επιρροές από παλαιότερους τίτλους, προσελκύοντας εν τέλη την προσοχή ενός διεθνούς κοινού. Η Rovio έχει παραγάγει σήμερα δεκάδες νέους τίτλους πάνω στην ίδια δικαιοχρησία, αδειοδοτώντας την και σε άλλες μικρές ομάδες παραγωγής. Ενώ, το 2016 συμμετείχε επίσης στην παραγωγή της μεγάλου μήκους animation ταινίας *Angry Birds Movie*, διευρύνοντας τις δραστηριότητές της, ως εταιρεία, σε άλλους πολιτιστικούς κλάδους.

Ωστόσο, χρειάζεται να σημειωθεί πως η έννοια των ανεξάρτητων παιχνιδιών έφτασε στην κορυφή της δημοφιλίας της με το ντοκιμαντέρ των James Swirsky και Lisanne Rajot, *Indie Game: The Movie* (2012). Αυτό συνέβη επειδή το εν λόγω ντοκιμαντέρ προπαγάνδισε την κουλτούρα και τις παραγωγικές πρακτικές γύρω από τα ψηφιακά παιχνίδια σε ένα μεγαλύτερο κοινό, έχοντας ακόμα πρόσβαση σε υψηλού κύρους κινηματογραφικά φεστιβάλ όπως το Sundance Film Festival. Η πλοκή του ντοκιμαντέρ πραγματεύεται την πορεία και τις δραστηριότητες τριών νεαρών «indie» δημιουργών. Εδώ, η έννοια της ανεξαρτησίας παρουσιάζεται ως εκείνη η πρακτική που τόσο σε δημιουργικό επίπεδο όσο και σε ιδεολογικό δε σχετίζεται με κανέναν τρόπο με τη συνεργασία με εκδότες. Αντιθέτως, η συνολική ανάπτυξη πραγματοποιείται από ένα άτομο ή μια πολύ μικρή εταιρεία που αναλαμβάνει το πλήρες οικονομικό ρίσκο μιας αποτυχίας σε αντάλλαγμα με την ατομική αυτονομία και το δημιουργικό έλεγχο του περιεχομένου τους. Ίσως και τη φήμη ενός auteur του ψηφιακού. Οι ανεξάρτητοι δημιουργοί φαίνεται να δίνουν έναν ρομαντικό αγώνα που

έχει ως στόχο μια πιο προσωπική και αυθεντική, δημιουργική έκφραση ως προς το σχεδιασμό του παιχνιδιού, σε αντίθεση με το τυποποιημένο περιεχόμενο των μεγάλου προϋπολογισμού παιχνιδιών.

Οι Bowen & Deuze (2009) δίνουν μια λιγότερο ρομαντική εικόνα για την ανεξάρτητη παραγωγή παιχνιδιών. Οι επισφαλείς συνθήκες παραγωγής, η έλλειψη κεφαλαίου, οι τεχνολογικοί περιορισμοί, η απουσία διαθέσιμων πόρων και εν γένει οι προκλήσεις που έχει να αντιμετωπίσει μια ανεξάρτητη ομάδα, καθορίζουν στην πραγματικότητα την αισθητική και το τελικό αποτέλεσμα ενός τίτλου, ξεχωρίζοντας τον από τα συμβατικά, φωτορεαλιστικά παιχνίδια (280-81). Εντούτοις, παρόλο που πολλοί ανεξάρτητοι τίτλοι δεν εναντιώνονται ιδεολογικά στη συμβατική βιομηχανία, τουναντίον βασίζονται στα ψηφιακά κανάλια διανομής της, καθώς ακόμα εξαιτίας των προαναφερθέντων προκλήσεων, οι ανεξάρτητοι δημιουργοί έχουν πιθανώς την ευκαιρία να παρέχουν στους χρήστες καινοτόμες και εναλλακτικές εμπειρίες και μορφές έκφρασης. Για αυτό το λόγο, τα indie παιχνίδια χαρακτηρίζονται σε αρκετές περιπτώσεις από μια σχεδιαστική ρετρό αισθητική ή νοσταλγία μιας παλαιότερης κουλτούρας παραγωγής (Lipkin, 2013). Δεν θα ήταν υπερβολή να υποστηριχθεί ότι οι σημερινοί indie δημιουργοί αναπτύσσουν τίτλους με επιρροές από εκείνους που έπαιζαν ως έφηβα αγόρια και κορίτσια. Αυτές οι αισθητικές επιλογές συνδυαστικά με το μικρό προϋπολογισμό παραγωγής ταυτοποιούν το indie ως είδος (genre) και σχεδιαστική τάση (Juul, 2014). Όπως υποδεικνύει όμως και η περίπτωση του *It Takes Two*, η μεγάλη βιομηχανία έχει αποπειραθεί να εκμεταλλευτεί το χαρακτηρισμό των indie παιχνιδιών για δικούς της τίτλους. Συμπερασματικά απαιτείται να προκύψει ένας διαχωρισμός ανάμεσα στο indie που κατανοείται ως είδος, παραγωγική συνθήκη, ιδεολογία και αισθητική.

Η συνεργασία και η οργάνωση μέσω των δικτύων είναι μία συναρπαστική εμπειρία, όπως και εξαιρετικά επικουρική τακτική για πολλούς ανεξάρτητους δημιουργούς. Είθισται να οργανώνονται σε άτυπες και θεσμικές συναντήσεις, σε οργανωμένους χώρους και επιχειρηματικές, πολιτιστικές συστάδες (clusters) ή θερμοκοιτίδες (incubators) σε τοπικό επίπεδο. Η τοπική δικτύωση και δράση διαμεσολαβητών (intermediaries) (ατόμων και οργανισμών) καθίσταται σημαίνων πυλώνας ως προς την εξέλιξη των δεξιοτήτων, τη μεταφορά γνώσης ή/και την καριέρα και ορατότητα μικρών ομάδων και δημιουργών (Crogan, 2018). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρομοίως, χάρη στις διεθνείς διαδικτυακές κοινότητες υποστηρίζουν τους ανεξάρτητους δημιουργούς με ποικίλους τρόπους (Kerr, 2017, 172). Σε μία υπερ-ανταγωνιστική αγορά, η ορατότητα και η εν δυνάμει εκκόλαψη συνεργασιών ανάμεσα σε ανεξάρτητες εταιρείες παραγωγής από μικρότερες γεωγραφικά χώρες, όπως είναι η Ελλάδα, τα φεστιβάλ και οι ανάλογες εκδηλώσεις, συνδράμουν αποφασιστικά στην προώθηση της δουλειάς ανεξάρτητων δημιουργών, αλλά και στην συλλογική συσσώρευση επαγγελματιών και ερασιτεχνών από διάφορα μέρη του κόσμου. Με αυτόν τον τρόπο, χαρακτηρίζεται μια διεθνής κοινότητα ανθρώπων με όμορες προκλήσεις και εμπειρίες που ως κοινό σημείο αναφοράς έχει τα ανεξάρτητα παιχνίδια και γενικά την ανεξάρτητη παραγωγή. Στην Ευρώπη, μερικές από αυτές τις εκδηλώσεις είναι οι Amaze (Βερολίνο), Indiecade (Παρίσι), Game Happens (Γενεύη), Milan Games Week (Μιλάνο) κ.α.

3. Μεθοδολογία

Για να κατανοηθούν οι μορφές της ανεξάρτητης παραγωγής ψηφιακών παιχνιδιών στην Ελλάδα, καθώς και οι αντίστοιχες παραγωγικές πρακτικές και κουλτούρες των

Ελλήνων/ίδων δημιουργών, υιοθετήθηκε η οπτική που προτείνουν οι (πολιτιστικές) παραγωγικές σπουδές (production studies) (Banks, Connor & Mayer, 2016). Οι Banks/Connor/Mayer (2016, x) ισχυρίζονται ότι αυτές οι σπουδές δύνανται να διασυνδέσουν διαφορετικές θεωρητικές σχολές και πεδία, εστιάζοντας κυρίως σε «συγκεκριμένες περιοχές και ‘υφές’ (fabrics) της παραγωγής των μέσων (media) ως ιδιαίτερες ερμηνευτικές κοινότητες, η καθεμία με τις δικές της ξεχωριστές οργανωσιακές δομές, επαγγελματικές πρακτικές και δυναμικές ισχύος». Διευρύνοντας την πρόσκληση του Banks (2007, 8) προς μία εμπειρική εξέταση της ταυτότητας και της ζωής των *πολιτιστικών εργαζομένων* (cultural workers), όπως δε ακόμη και των «κοινωνικών συνθηκών» όπου λαμβάνουν χώρα οι παραγωγικές πρακτικές, «η ιδέα των κουλτούρων παραγωγής επιτρέπει μια περισσότερο συνεκτική εξέταση των δημιουργών, όπως εκείνοι εργάζονται, ζουν και οργανώνονται μαζί» (Banks κ.α., 2016, x). Παρότι στο παρόν άρθρο θα δοθεί έμφαση μόνο στα πιο βασικά χαρακτηριστικά της παραγωγής ψηφιακών παιχνιδιών στην Ελλάδα λόγω περιορισμού χώρου, χρειάζεται να ληφθεί υπόψιν πως οι εμπειρίες των τοπικών δημιουργών διαμορφώνονται εξίσου από τις τάσεις της παγκόσμιας βιομηχανίας ψηφιακών παιχνιδιών και τις κοινωνικο-οικονομικές, πολιτιστικές περιστάσεις και δράσεις της τοπικής κοινότητας.

Για την άντληση πληροφοριών αλλά και τη βαθύτερη κατανόηση των ανωτέρω, επιλέχθηκε η πραγματοποίηση 35 ημι-δομημένων συνεντεύξεων, την περίοδο 2019-2023. Για τους σκοπούς αυτού του άρθρου, η προσοχή εστιάζεται στην κωδικοποίηση των εμπειριών των δημιουργών που πραγματεύονται τις παραγωγικές κουλτούρες και πρακτικές, όπως επίσης δε τον τρόπο δικτύωσης μεταξύ τους και με την παγκόσμια βιομηχανία.

Επιπλέον, ένας από τους στόχους ήταν η σύγκριση των επιδιώξεων, των δραστηριοτήτων και εμπειριών των συνεντευξιζόμενων, όπως επίσης να κατανοηθεί σε βάθος η φύση της συνολικής ανάπτυξης των ανεξάρτητων ψηφιακών παιχνιδιών στην Ελλάδα. Οι περισσότερες συνεντεύξεις διήρκησαν 1 με 3.5 ώρες, καλύπτοντας ένα εύρος ζητημάτων που σχετίζεται με την τοπική παραγωγή ψηφιακού περιεχομένου (επαγγελματική ταυτότητα, διαδικασίες ανάπτυξης, εργασιακές συνθήκες, στρατηγικές διάδοσης, τεχνολογία, πρακτικές δικτύωσης κ.α.). Τέλος, ο συγκεκριμένος ανοιχτού-τύπου τρόπος συνεντεύξεων δεν απαιτούσε από τους συνεντευξιζόμενους να ακολουθήσουν μια γραμμική δομή ερωτο-απαντήσεων. Αντιθέτως, ο οδηγός συνέντευξης που δημιουργήθηκε περιείχε ανοιχτές ερωτήσεις που επικουρούσαν μια πιο λεπτομερή συνεκτική συζήτηση και διάλογο.

4. Ευρήματα-Αποτελέσματα: Η ελληνική περίπτωση ως μια κατεξοχήν ανεξάρτητη συνθήκη παραγωγής

Το οικοσύστημα ανάπτυξης ψηφιακών παιχνιδιών στην Ελλάδα διαφέρει από τη δυναμική άλλων εθνικών βιομηχανιών στην Ευρώπη και γενικότερα στο Δυτικό πλαίσιο. Αρχικά, ούτε ο αριθμός των απασχολούμενων ούτε οι πιθανές πωλήσεις τίτλων μπορούν να συγκριθούν εύκολα με τα αντίστοιχα ανεξάρτητα οικοσυστήματα δυτικών χωρών. Στη Βόρεια και Κεντρική Ευρώπη, όπως επίσης και στη Νότια Ευρώπη, δηλαδή σε όμορα με την Ελλάδα κράτη όπως είναι οι Ιταλία, Ισπανία και Μάλτα, οι τοπικές σκηνές ανεξάρτητων δημιουργών οφείλουν τη γρήγορη και σταθερή ανάπτυξη τους στην ύπαρξη ενός ήδη βιώσιμου, οργανωμένου βιομηχανικού συστήματος με μεσαίου και μεγάλου μεγέθους ξένες και εγχώριες εταιρείες, από τις οποίες μικρότερα στούντιο εκκολάπτονται και αποκόπτονται. Με εξαίρεση την

Aventurine, μια προσπάθεια Ελλήνων και Νορβηγών δημιουργών να συστήσουν μια μεγάλη εταιρεία ψηφιακών παιχνιδιών στη χώρα την προηγούμενη εικοσαετία, με την κυκλοφορία του τίτλου τους *Darkfall* (2009), δεν υπήρξε ποτέ μια παραγωγική, βιομηχανική δομή που θα γεννούσε μια ανεξάρτητη εναλλακτική στη χώρα. Μετέπειτα, η ίδια εξέλιξη της παραγωγής δεν είχε την ιστορική συνέχεια που θα εξυπηρετούσε τη δημιουργία μιας ανάλογης παραγωγικής δυναμικής, όπως έγινε σε άλλα γεωγραφικά συγκείμενα. Για παράδειγμα, παρότι η εξέλιξη της βιομηχανίας παιχνιδιών στην Ιαπωνία, στις ΗΠΑ και στην Ευρώπη έχει εμφανείς διαφορές, τα αντίστοιχα σύγχρονα οικοσυστήματα παραγωγής σχηματίστηκαν μέσα από μια πορεία ιστορικών συνθηκών και παραγόντων, κυρίως δε μεταφοράς δεξιοτήτων, ταλέντων και γνώσεων από άλλες δημιουργικές και τεχνολογικές εθνικές βιομηχανίες. Η Ιαπωνική βιομηχανία ψηφιακών παιχνιδιών είχε διασυνδέσεις με την παραγωγή animation, manga, αναλογικών παιχνιδιών και τις ηλεκτρονικές συσκευές ευρείας κατανάλωσης. Στις ΗΠΑ, η βιομηχανία εξελίχθηκε μέσα από τα αμυντικά προγράμματα σε εργαστήρια και πανεπιστήμια και τους κεντρικούς υπολογιστές. Οι βιομηχανίες στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες αναπτύχθηκαν κυρίως από αυτοδίδακτους προγραμματιστές, καθώς και από την παραγωγή και εισαγωγή μικροϋπολογιστών.

Την δεκαετία του 1980 υπήρξε μια εν πολλοίς δυναμική κοινότητα νεαρών χρηστών μικροϋπολογιστών, αντίστοιχη της ευρωπαϊκής συνθήκης, που ανέπτυσαν παιχνίδια χάρη στις λίστες προγραμματισμού και τις πληροφορίες για το τότε νέο κοινωνικο-τεχνικό περιβάλλον που προσέφεραν, κυρίως, τα περιοδικά της εποχής – με πρωταγωνιστικό ρόλο να έχει το περιοδικό Pixel (βλ. αναλυτικά Λέκκας, 2014). Τα περιοδικά αυτά συνεισέφεραν σε μεγάλο βαθμό στην εκμάθηση του υπολογισμού και της ανάπτυξης λογισμικού στην ελληνική κοινωνία και στην εξοικείωση της με τη νέα τεχνολογία των υπολογιστών. Εξαιτίας όμως ορισμένων κοινωνικο-πολιτικών κωλυμάτων, η προαναφερθείσα κοινότητα χρηστών δεν κατάφερε να εξελίξει το συγκριμένο παραγωγικό κλάδο προοδευτικά τις επόμενες δεκαετίες, σε αντίθεση με τα υπόλοιπα ευρωπαϊκά παραδείγματα παραγωγής παιχνιδιών για υπολογιστές. Ούτε οι τοπικές πολιτιστικές βιομηχανίες μήτε εταιρείες ηλεκτρικών, τεχνολογικών ειδών ή ξένοι εκδότες παρουσίασαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα ελληνικά ψηφιακά παιχνίδια.

Επιπλέον, τάσεις όπως η υψηλή διάδοση της πειρατείας· ο κοινωνικός φόβος για τις πληροφοριακές τεχνολογίες· η απουσία δημόσιων πολιτικών για την υποστήριξη εκπαιδευτικών τεχνολογικών υπολογιστικών προγραμμάτων· η σχετική βραδύτητα ανάπτυξης κατάλληλης πολιτιστικής πολιτικής γενικά για τις δημιουργικές βιομηχανίες· όπως ακόμα δε, η απροθυμία των ίδιων των δημιουργών για μία πιο οργανωμένη σύσταση παραγωγικής δομής, επαγγελματοποίησης του κλάδου και συνεργασίας δημιουργούσαν, μεταξύ άλλων παραγόντων, ένα κατακερματισμένο κλίμα που εμπόδιζε τη συνέχεια της παραγωγής και τη σύσταση μιας εθνικής βιομηχανίας παιχνιδιών. Εξαιρέσεις εταιρειών είναι οι Εκδόσεις της Γενναδίου Σχολής τη δεκαετία του 1990 που κυκλοφόρησε δεκάδες μικρούς και μεγάλους τίτλους, πολλές φορές σε συνεργασία με μικρότερες ομάδες. Ή ακόμα εταιρείες όπως οι Aventurine, Icehole games, Total Eclipse και InterAction studios – το πιο παλαιό εν ενεργεία ελληνικό στούντιο παιχνιδιών και το οποίο κυκλοφορεί μέχρι σήμερα την πρωτότυπη δικαιοχρησία *Chicken Invaders* (1999-2022) –, τη δεκαετία του 2000. Όμως πρέπει να τονιστεί πως παραμένουν εξαιρέσεις εταιρειών που επιχείρησαν μια πιο οργανωμένη παραγωγική προσπάθεια. Οι περισσότερες εξ αυτών άλλωστε δεν άντεξαν παρά μόνο μερικά χρόνια ζωής.

Ωστόσο, κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, ένα νέο δημιουργικό κύμα συνεχώς αυξανόμενου αριθμού ατόμων – ερασιτεχνών και επαγγελματιών – όπως και στούντιο ψηφιακών παιχνιδιών έχει αναδυθεί στην Ελλάδα και το οποίο είναι δυνατόν να χαρακτηριστεί ως ανεξάρτητο, τόσο με δημιουργικούς όσο και με οικονομικούς όρους. Το ελληνικό οικοσύστημα συνιστά το μοναδικό στη νότια περιοχή της Ευρώπης που δεν έχει κάποια μεγάλη εγχώρια εταιρεία παραγωγής ούτε κάποιον διεθνή εκδότη που να εμπλέκεται στην τοπική ανάπτυξη και στη χρηματοδότησή της. Επομένως, η έννοια της ανεξαρτησίας γίνεται ακόμη εντονότερη για αυτό το σχετικά απομονωμένο από την παγκόσμια βιομηχανία περιβάλλον παραγωγής. Νέα μικρά στούντιο δημιουργήθηκαν καθόλα τα χρόνια της κρίσης, εκκολάπτοντας μια πραγματικά ανεξάρτητη σκηνή. Τα τελευταία έτη, εταιρείες/ομάδες σαν τις Tamacenco, beyondthosehills, eNVy softworks, Pixel Reign, ViRA, Tall Guy Productions, Traptics, Dragonis Games, OnSkull Games και Dragontale, για να αναφερθούν μόνο μερικές, εδραιώθηκαν ως σημαντικοί δρώντες στην ελληνική ανάπτυξη ψηφιακών παιχνιδιών. Ενώ, δεν θα ήταν υπερβολή να σημειωθεί πως αρκετές ομάδες έχουν καταφέρει να είναι σήμερα βιώσιμες, πολλές εκ των οποίων να διανύουν επιπλέον πάνω από επτά και δέκα χρόνια λειτουργίας. Με τίτλους επίσης όπως το *The Shore* (2021), *Robbie Swifthead and the Orb of Mysteries* (2017) ή η σειρά *Chicken Invaders*, τα ελληνικά ανεξάρτητα παιχνίδια φαίνονται, έστω και βαθμιαίως, να αποκτούν κάποια σημάδια ορατότητας στις ψηφιακές πλατφόρμες.

Ειδικά την περίοδο 2011-2016, τα άτομα που αποφάσισαν να ασχοληθούν με την ψηφιακή διαδραστική παραγωγή ήταν πρώην εργαζόμενοι σε διαφορετικά πολιτιστικά οικοσυστήματα (μουσική, animation, κινηματογράφο, αρχιτεκτονική), εργαζόμενοι που έχασαν τη δουλειά τους και βρέθηκαν σε εργασιακό-οικονομικό αδιέξοδο, άλλοι/άλλες που απασχολούνται σε πιο παραδοσιακούς κλάδους ή στην παραγωγή φυσικών προϊόντων τέλος δε φοιτητές που μόλις αποφάσιζαν να ασχοληθούν με κάτι καινούργιο και καινοτόμο. Κυρίως δε άτομα νεαρά στην ηλικία με υψηλό μορφωτικό επίπεδο που έκαναν το «παιδικό όνειρο τους πραγματικότητα» να ασχοληθούν με κάτι «δημιουργικό» και παγκόσμιο, όπως συνήθως υποστήριξαν οι περισσότεροι τοπικοί δημιουργοί στις συνεντεύξεις. Οι πλειοψηφία των περίπου 70-80 ενεργών ομάδων που εδράζονται στην Ελλάδα απαρτίζονται από 3-6 απασχολούμενους, οι οποίοι συνεργάζονται συνήθως με εξωτερικούς, ελεύθερους επαγγελματίες – κυρίως μουσικούς/σχεδιαστές ήχου (sound designers). Σπάνια μια ελληνική εταιρεία παιχνιδιών ξεπερνάει τους δέκα υπαλλήλους. Ιδιαίτερο δε γνώρισμα του τοπικού οικοσυστήματος είναι πως, πολύ συχνά, πολλά στούντιο σχηματίζονται από στενούς φίλους, γνωστούς, συμφοιτητές, ζευγάρια και οικογενειακά μέλη.

Όμως, η ιδέα της ανεξαρτησίας στην Ελλάδα θα πρέπει ίσως να εξεταστεί σε καθαρά παραγωγικό επίπεδο ως μια εξαναγκαστικά αυτό-χρηματοδοτούμενη πρακτική από τους ίδιους τους δημιουργούς, χωρίς την υποστήριξη εξωτερικής οικονομικής βοήθειας, καθώς επίσης μιας πρακτικής που απαιτεί τη συνεχή αυτο-εκμάθηση και αυτο-εξέλιξη των δεξιοτήτων τους. Όσα άτομα δεν αναπτύσσουν περιεχόμενο ερασιτεχνικά στον ελεύθερο τους χρόνο, εγκολλώνονται μίαν ευέλικτη επιχειρηματικότητα ακολουθώντας συνεργατική δομή και ιεραρχία στην οργάνωση των στούντιο τους. Τα παραπάνω συνδυάζονται με την εντατικοποίηση των ήδη επισφαλών εργασιακών συνθηκών, οι οποίες χαρακτηρίζονται από υπερωρίες, έλλειψη μηνιαίου εισοδήματος, την έλλειψη εμπειρίας, αλλά και τη μείωση ελεύθερου χρόνου ώστε να επενδυθεί είτε στην ανάπτυξη ενός προϊόντος είτε στην

εκμάθηση των συνεχώς αναβαθμισμένων ψηφιακών εργαλείων δημιουργίας περιεχομένου.

Για τους/τις Έλληνες/ίδες δημιουργούς παιχνιδιών, η αβεβαιότητα και η ασταθής συνθήκη αντισταθμίζεται από την αδιάκοπη ανάγκη για δημιουργικότητα, το πάθος και την αφοσίωση σε μια τεχνο-φιλική καινοτομία. Γίνεται επομένως κατανοητή η διάχυση μιας ρομαντικοποιημένης ηθικής, επηρεασμένης από τις όμορες τάσεις που διακρίνει τους διεθνείς ανεξάρτητους δημιουργούς παιχνιδιών, όπως φαίνεται και σε ντοκιμαντέρ σαν το προαναφερθέν Indie Game: The Movie ή σε διαδικτυακά κανάλια αφιερωμένα σε ανεξάρτητα ψηφιακά παιχνίδια (π.χ. No Clip). Δεν είναι τυχαίο που πολλοί βλέπουν την ανάπτυξη παιχνιδιών ως μια διέξοδο από την οικονομική κρίση και πιθανή ευκαιρία να «αποδράσουν» από την ενασχόληση με κάποια συμβατική εργασία. Θα πρέπει να σημειωθεί όμως εκ νέου ότι εταιρείες παραγωγής – ειδικά οι πιο βιώσιμες – δεν σχετίζονται πάντα με την ανάπτυξη ψυχαγωγικών παιχνιδιών. Εντούτοις, προσανατολίζονται στη δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου και παιχνιδιών εφαρμογών και υπηρεσιών, όπως είναι για παράδειγμα η παραγωγή εκπαιδευτικών τίτλων, περιεχόμενο που προορίζεται για την ιατρική βιομηχανία, προϊόντων για διαφήμιση ή και μικρών διαδραστικών τίτλων για κοινωνικά δίκτυα ή άλλες επιχειρήσεις. Δεν είναι μάλιστα λίγες οι φορές που θα δημιουργήσουν ένα πρωτότυπο (prototype) ψυχαγωγικού παιχνιδιού, τα δικαιώματα του οποίου θα τα παραχωρήσουν σε άλλες εταιρείες ψηφιακού περιεχομένου. Βασίζονται στο συγκεκριμένο επιχειρηματικό μοντέλο επειδή ως πολύ μικρά, ανεξάρτητα στούντιο δεν έχουν τους πόρους που απαιτούν αρχικά οι χρόνοι και ο προϋπολογισμός ανάπτυξης παιχνιδιών και αφετέρου τα μέσα για να βιοποριστούν από τον καθαρά ψυχαγωγικό κλάδο (Martin & Deuze, 2009, 283). Ως εκ τούτου, μέρος των εσόδων τους από τις προαναφερθείσες δραστηριότητες θα το επενδύσουν στην παραγωγή ψυχαγωγικών παιχνιδιών. Βέβαια, οι συγκεκριμένες πρακτικές πραγματοποιούνται και πολύ πιο πριν στην Ελλάδα από τα μέσα της δεκαετίας του 1990 με την περίπτωση των Εκδόσεων της Γενναδίου Σχολής που μαζί με την ανάπτυξη ψηφιακών παιχνιδιών, συνεργαζόταν με άλλες ελληνικές ομάδες για την έκδοση των τίτλων τους, παράγοντας ταυτόχρονα πολυμεσικό εκπαιδευτικό υλικό.

Επιστρέφοντας στους σύγχρονους δημιουργούς, τα ελληνικά στούντιο παιχνιδιών οφείλουν σε μεγάλο βαθμό την ανάδυση τους στην επίδραση της ψηφιοποίησης. Από τη μία, η άνοδος των τίτλων για φορητές συσκευές έχει καλλιεργήσει νέες ευκαιρίες για τους ανεξάρτητους δημιουργούς στο ελληνικό οικοσύστημα, καθώς απαιτούν μικρότερο κύκλο παραγωγής και χαμηλό προϋπολογισμό. Η «απελευθέρωση» επίσης των μηχανών Unity και Unreal Engine, το 2014 και 2015 αντίστοιχα, τις οποίες μπορούν ερασιτέχνες και επαγγελματίες δημιουργοί να αξιοποιήσουν δωρεάν και να μην απαιτείται η σύνθετη διαδικασία δημιουργίας πρωτότυπης μηχανής, ενθάρρυνε την πλειονότητα των Ελλήνων/ίδων δημιουργών στην πιο ευέλικτη ανάπτυξη περιεχομένου. Στούντιο, επίσης, όπως τα ViRA, OnSkull games, Vongrid, Faliro XR κ.α., επενδύουν στην παραγωγή Virtual Reality (VR) παιχνιδιών, οι νέες συσκευές των οποίων έχουν δημιουργήσει μια πολύ πρόσφατη και καινοτόμα αγορά. Τέλος, οι ψηφιακές πλατφόρμες διανομής τίτλων υπολογιστή και η δυνατότητα αυτό-έκδοσης που προσφέρουν, επικούρησε ούτως ώστε ερασιτέχνες και επαγγελματίες δημιουργοί από την Ελλάδα να μπορούν να κυκλοφορήσουν σχετικά εύκολα ένα περιεχόμενο.

Η δικτύωση, καθώς συμβαίνει και με το διεθνές οικοσύστημα, διαδραματίζει πρωτεύοντα ρόλο στη διασύνδεση των τοπικών δημιουργών, στην προώθηση και την ορατότητα της δουλειάς τους. Τα δίκτυα λειτουργούν ως πολιτισμικοί μεσολαβητές (Parker, Whitson & Simon, 2018) που συνδράμουν στην επικοινωνία με διεθνή

κανάλια και άλλους ανεξάρτητους δημιουργούς διαδραστικού περιεχομένου, στην εξέλιξη των τεχνικών δεξιοτήτων και γνώσεων των δημιουργών, καθώς και στην οργάνωση των μελών ενός τοπικού οικοσυστήματος. Αξίζει να τονιστεί πως παρά το γεγονός ότι ορισμένα δίκτυα όπως φεστιβάλ για ψηφιακά παιχνίδια, αντίστοιχες εκδηλώσεις, σύλλογοι, πολιτιστικές συστάδες (clusters) και θερμοκοιτίδες ή, γενικά, η οργάνωση δικτύων, είναι ανίσχυρα σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, έχουν εντούτοις αναζωογονήσει τις παραγωγικές δραστηριότητες των δημιουργών παιχνιδιών στην Ελλάδα. Μάλιστα, οι Έλληνες/ίδες δημιουργοί ανέφεραν αρκετά συχνά στις συνεντεύξεις ιστορίες διαπροσωπικής σύνδεσης, κοινωνικοποίησης και γνωριμίας με μία ποικιλόμορφη ομάδα ανθρώπων με τους οποίους όμως μοιράζονται μια κοινή απόλαυση και πάθος. Επιπρόσθετα δε, πολλοί αφηγήθηκαν ότι η γνωριμία τους με άλλα μέλη της ίδιας ομάδας προέκυψε από εκδηλώσεις δικτύωσης ή πως οι σχέσεις μεταξύ των μελών ενδυναμώθηκε ακόμα περισσότερο. Η καλλιέργεια διαπροσωπικών σχέσεων είναι ενίοτε πιο σημαντική από το βιογραφικό ή το πορτοφόλιο για τους/τις Έλληνες/ίδες δημιουργούς. Παρακάτω παρατίθενται, λόγω περιορισμένου χώρου, ορισμένες μόνο από τις σημαντικότερες μορφές των δικτύων που επικουρούν στην ανεξάρτητη ανάπτυξη του ελληνικού οικοσυστήματος:

- Με την άνοδο της ψηφιοποίησης, τα **μέσα κοινωνικής δικτύωσης** υιοθετούνται ως βασικά ψηφιακά εργαλεία δικτύωσης για επικοινωνιακούς και προωθητικούς σκοπούς. Το Reddit, Facebook και το Twitter χρησιμοποιούνται συχνά από τους δημιουργούς της Ελλάδας για να διαφημιστεί ένας τίτλος, να αναδειχθούν σε ημερολογιακή μορφή τα στάδια ανάπτυξης του ώστε να προσελκύσουν χρήστες (και ενδεχομένως νέους συνεργάτες και χρηματοδότες), όπως δε και να λάβουν προτάσεις βελτίωσης από χρήστες ή συναδέλφους τους. Επιπλέον, τα επίσημα διαδικτυακά σεμινάρια που προσφέρουν οι Unity και Unreal σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης πάνω στην εκμάθηση των μηχανών τους, σε συνδυασμό με το δωρεάν οπτικοακουστικό, εκπαιδευτικό υλικό που αφορά γενικές ή συγκεκριμένες πτυχές της ανάπτυξης ψηφιακών παιχνιδιών σε πλατφόρμες όπως το YouTube, λειτουργούν πολλές φορές ως οι βασικότερες πηγές (αυτο)εκπαίδευσης και εξέλιξης των τεχνικών δεξιοτήτων και γνώσεων. Ελληνικές ομάδες στο Facebook, όπως για παράδειγμα οι Unity Ελληνική Κοινότητα, Unreal Engine 4 Greek Developers και Greek Game Developers έχουν δημιουργηθεί από τοπικούς δημιουργούς, με στόχο τη δικτύωση ατόμων που εργάζονται σε παρόμοια εγχειρήματα και για να ανταλλάξουν ιδέες, απόψεις και γνώσεις μεταξύ τους.
- Τα **Game James (GJ)** έχουν διαδραματίσει σημαίνοντα ρόλο στην δικτύωση μεταξύ των δρώντων του τοπικού οικοσυστήματος. Συνιστούν διεθνείς και τοπικές κοινωνικές εκδηλώσεις που καλούν ερασιτέχνες και επαγγελματίες δημιουργούς διαφορετικών ειδικοτήτων (προγραμματιστές, μουσικοί, σχεδιαστές κλπ.) να συσσωρευτούν σε ομάδες και να δημιουργήσουν ένα μικρής διάρκειας και χωρητικότητας παιχνίδι πάνω σε ένα συγκεκριμένο θέμα ή εντός ενός ορισμένου χρονικού πλαισίου (π.χ. ένα 48ωρο). Από το 2011 που άρχισαν να διοργανώνονται και στην Ελλάδα, τα GJ λειτουργούν ως μέρη που το τοπικό οικοσύστημα μεταμορφώνεται σε μία κοινότητα ατόμων με κοινή αγάπη και αγωνία για το αντικείμενο εργασίας τους, στην οποία γνωρίζονται και δημιουργούν μαζί, μοιραζόμενοι μια εξίσου κοινή εμπειρία. Η συνεργασία κατά τη διάρκεια της παραγωγής καθώς και η δυνατότητα να παίξουν νέα παιχνίδια άλλων ομάδων, να δουν τις παρουσιάσεις τους και τον τρόπο που

άλλα άτομα δημιουργούν περιεχόμενο μέσα σε εντατικούς ρυθμούς, ενθαρρύνει τη δικτύωση μεταξύ των τοπικών δημιουργών και συμβάλει στην εδραίωση άμεσων και θερμών σχέσεων ανάμεσα σε δρώντες διαφορετικών ειδικοτήτων. Τα GJ λοιπόν μέσα από τις διαδικασίες συν-δημιουργίας και συνεργασίας έχουν ενδυναμώσει το ελληνικό οικοσύστημα σε πολύ δραστικό βαθμό. Πολλές ελληνικές εταιρείες και ομάδες παραγωγής έχουν σχηματιστεί ή προσλάβει κόσμο έπειτα από συμμετοχή σε GJ.

- Τα διεθνή και τοπικά **φεστιβάλ** ψηφιακών παιχνιδιών αποτελούν εξίσου σημαντικούς πυλώνες δικτύωσης, ειδικά για τους ανεξάρτητους δημιουργούς που δεν έχουν τους πόρους να παρουσιάσουν τη δουλειά τους σε ένα ευρύ κοινό. Μόλις τα τελευταία έτη με τη στρατηγική στροφή στήριξης των εγχώριων δημοσίων πολιτικών στο εθνικό οπτικοακουστικό οικοσύστημα (Roinioti, 2020) μέσω του Ε.Κ.Ο.Μ.Ε. και του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης (πρώην Υπ. Ψηφιακής Πολιτικής), ελληνικές εταιρείες παραγωγής παιχνιδιών είχαν τη δυνατότητα να φιλοξενηθούν από κοινού σε ανάλογα Ευρωπαϊκά φεστιβάλ. Μερικά από αυτά είναι το Gamescom (Κολονία), Nordic Game (Μάλμε) και White Nights Prague (Πράγα), μεταξύ άλλων, τα οποία συνιστούν κυρίως εμπορικές εκθέσεις διαδραστικού περιεχομένου. Άρα, κατακλύζονται από διεθνείς ειδήμονες και σημαίνοντες δημιουργούς με τους οποίους οι Έλληνες/ίδες δημιουργοί διαλέγονται, αναδεικνύουν τους τίτλους τους (ή ένα μέρος της ανάπτυξης αυτών) και δύνανται να συνάψουν κάποια μελλοντική συνεργασία. Το Athens Game Festival που διεξήχθη μόνο το 2019 αποτέλεσε μια ανάλογη διεθνή διοργάνωση με τη σύμπραξη της ελληνικής πολιτείας στην Αθήνα, το οποίο ήταν ανοιχτό τόσο σε διεθνείς ειδήμονες όσο και στο ευρύτερο κοινό. Εκεί, προσφέρθηκε ένα πλαίσιο ευκαιρίας για ορατότητα και συσσωμάτωση του ανεξάρτητου ελληνικού οικοσυστήματος, καθώς και ένας χώρος συνομιλίας με το ελληνικό κοινό ώστε να έρθουν επενδυτές και εκδότες από το εξωτερικό με σκοπό να γνωρίσουν δια ζώσης την εθνική συνθήκη ανάπτυξης παιχνιδιών.
- Ο **Σύλλογος Δημιουργών Ψηφιακών Παιχνιδιών Ελλάδος** είναι μια πρωτοβουλία που δημιουργήθηκε συλλογικά από ένα μεγάλο κομμάτι των ελληνικών στούντιο το 2020. Επιχειρεί να συσσωρεύσει τις διάσπαρτες ομάδες που απαρτίζουν το ελληνικό οικοσύστημα μέσω δράσεων δικτύωσης, κοινωνικοποίησης, εκπαίδευσης με την οργάνωση σεμιναρίων, όπως επίσης επιχειρεί να λειτουργήσει ως ενδιάμεσο όργανο χρηματοδότησης ανάμεσα στην πολιτεία και τους δημιουργούς. Σε αυτό το πλαίσιο, οργανώνει συνθήκες συνάντησης και ανταλλαγής τεχνικών και επιχειρηματικών γνώσεων μεταξύ των δημιουργών. Πλέον συμμετέχει ενεργά στα GJ, στη διαδικτυακή διασύνδεση των τοπικών δημιουργών μέσω της πλατφόρμας Discord, στην οργάνωση αποστολής ελληνικών τίτλων στα φεστιβάλ της Ευρώπης και εν γένει στην ορατότητα τους εντός και εκτός της χώρας, σε φυσικό ή ψηφιακό χώρο. Ωστόσο, θα μπορούσαν να αναφερθούν επιπλέον συστάδες καινοτομίας όπως το gi-cluster του Corallia, ιδιωτικοί και δημόσιοι οργανισμοί, επιχειρηματικές θερμοκοιτίδες κ.α., που εξίσου συμβάλλουν στη δικτύωση του ελληνικού οικοσυστήματος με ποικίλους τρόπους.

Μία εκτενής ανάλυση και αναφορά των ψηφιακών παιχνιδιών που έχουν αναπτυχθεί στην Ελλάδα θα ήταν απρόσφορο να γίνει στο παρόν άρθρο. Εντούτοις, το υπόλοιπο

του άρθρου θα περιοριστεί σε κάποιες σχεδιαστικές τάσεις που ακολουθούν οι σύγχρονοι τοπικοί δημιουργοί και οι οποίες συγχρονίζονται με το αντίστοιχο σχεδιαστικό ύψος που ακολουθούν οι ευρωπαϊοί ομόλογοι τους και η διεθνής ανεξάρτητη κοινότητα. Πιο συγκεκριμένα, τίτλοι όπως, για παράδειγμα, οι *Conspiracies II* (Anima, 2011), *Chicken Invaders Universe* (InterAction 2022) ή το *Basements n' Basilisks: Storms of Sorcery* (eNVy softworks, 2023), ευθυγραμμίζονται με την «ευρωπαϊκή παράδοση» στα πολιτιστικά κείμενα και δη στα ψηφιακά παιχνίδια (Pérez-Latorre & Navarro-Remesal, 2022, 25) που τα χαρακτηρίζει η έντονη παρουσία του σουρεαλιστικού χιούμορ και της παρωδίας γνωστών ψηφιακών και αναλογικών παιχνιδιών. Ψηφιακά παιχνίδια επίσης όπως τα *HomeseeK* (Traptics, 2023), *Robbie Swifthand* ή τίτλοι για κινητά σαν το *Reky* (beyondthosehills, 2019) και *Lost Echo* (KickBack, 2013) θυμίζουν μιαν indie αισθητική με μινιμαλιστική γραφιστική απεικόνιση, που ενσωματώνουν ταυτόχρονα μιαν πρωτότυπη τροπή είτε στην αφήγηση είτε στη μηχανική. Από την άλλη, υπάρχουν στούντιο που επενδύουν σε ακόμη πειραματικές αλλά καινοτόμες τεχνολογίες όπως του VR, παράγοντας τίτλους όπως το *Unsafe* (OnSkull Games, 2021), ή το *Apotheorasis* (Tall Guy Productions, 2022), το οποίο όχι μόνο δεν οπτικοποιείται σε γραφικά αλλά ο τρόπος χρήσης του βασίζεται εξ ολοκλήρου στην ακοή των χρηστών. Τέλος, δεν είναι λίγοι οι ελληνικοί τίτλοι που «αποκλίνουν» από τα συνήθη γραφικά των ανεξάρτητων παιχνιδιών, υιοθετώντας φωτορεαλιστική οπτική αισθητική και έχοντας αναφορές όμως σε στοιχεία από το είδος του τρόμου (π.χ. Lovecraft), όπως είθισται σε πολλά μικρού προϋπολογισμού παιχνίδια (Pérez-Latorre, 2013, 24). Μερικοί από αυτούς είναι το *Lethe* (KouKou Studio, 2016), *Westwood Shadows* (RedSoup Studios, 2022) και *The Shore*.

5. Συμπεράσματα

Η έννοια της ανεξαρτησίας και της ανεξάρτητης παραγωγής παιχνιδιών στην Ελλάδα είναι δυνατόν να σκιαγραφηθεί μέσα από τις φιλοδοξίες, τις εμπειρίες, τον μικρό προϋπολογισμό και μέγεθος των στούντιο, την επισφαλή θέση στην οποία οι περισσότεροι δημιουργοί βρίσκονται, στις πρακτικές δικτύωσης που ακολουθούν και στις σχεδιαστικές, αισθητικές τάσεις που εφαρμόζουν. Ίσως μάλιστα αυτά τα στοιχεία γίνονται ακόμα πιο έντονα αν αναλογιστεί κανείς την απομόνωση τους σε σχέση με άλλα εθνικά οικοσυστήματα από την παγκόσμια βιομηχανία και άρα την επακόλουθη δυσκολία να αποκτήσουν ορατότητα διεθνώς, πολλώ δε μάλλον να εδραιωθούν ως μεγάλοι διεθνείς δρώντες. Από τη μία, η πλειοψηφία των εμποδίων που οι Έλληνες/ίδες δημιουργοί καλούνται να αντιμετωπίσουν είναι εξαιρετικά παρόμοιες με τις αντίστοιχες προκλήσεις που χαρακτηρίζουν τους ανεξάρτητους δημιουργούς όμορων πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών. Ο υπερκορεσμός της προσφοράς στην αγορά περιεχομένου, ο υψηλός ανταγωνισμός, οι προτιμήσεις του κοινού για μεγάλο προϋπολογισμού προϊόντα, η έλλειψη πρόσβασης σε πόρους, η επίπονη προσπάθεια για τη γεφύρωση των δικτύων, η ανάγκη τόσο για βιοπορισμό όσο και για δημιουργικότητα, η ατομικοποίηση των ευθυνών στην παραγωγική διαδικασία, καθώς επίσης ο περιορισμός κοινωνικών ομάδων στην πρόσβαση τους σε ένα οικοσύστημα, συνιστούν καθολικά προβλήματα της (ανεξάρτητης) πολιτιστικής παραγωγής. Από την άλλη, το κοινωνικό πλαίσιο υπήρξε βασικός μοχλός για την ανάπτυξη του τοπικού οικοσυστήματος και του πως οι δημιουργοί από την Ελλάδα μπόρεσαν να εκφραστούν καινοτόμα εντός ενός χρεωκοπημένου περιβάλλοντος. Η Παγκόσμια Οικονομική Κρίση του 2008 διαμόρφωσε τη μορφή του σύγχρονου ελληνικού οικοσυστήματος παραγωγής παιχνιδιών και μαζί με αυτό τους στόχους και την αίσθηση ενός κοινού αγώνα που οι τοπικοί δημιουργοί μοιράζονται. Η παρούσα

συνθήκη έχει τις προοπτικές να εφοδιάσει στο μέλλον εκείνες τις υποδομές που θα εκκολάψουν μία περισσότερο ισχυρή βιομηχανική δομή.

Η περαιτέρω μελέτη πάνω στο συγκεκριμένο πεδίο θα επικουρούσε ενδεχομένως τις βάσεις προς αυτήν την κατεύθυνση. Επιπλέον έρευνα πάνω στις εμπειρίες των δημιουργών και τον τρόπο που διαδίδουν τα προϊόντα τους ή ακόμα οι σχέσεις της παραγωγής παιχνιδιών με τα υπόλοιπα τοπικά δημιουργικά οικοσυστήματα, όπως του ελληνικού animation και κινηματογράφου, είναι αναγκαία ώστε να διαφωτιστούν καλύτερα οι πτυχές της εθνικής πολιτιστικής συνθήκης παραγωγής περιεχομένου. Τέλος, η εξέταση του ρόλου των ψηφιακών παιχνιδιών ως μέρος της ψηφιακής πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας παραμένει ανύπαρκτη που σημαίνει πως είναι πολύ πιθανό στο εγγύς μέλλον οι κόποι και τα αποτελέσματα της σύγχρονης παραγωγής να χαθούν – ή, τουλάχιστον, να παραμείνουν ως δεδομένα σε έναν εγκαταλειμμένο υπολογιστή ή «κάπου» στο διαδίκτυο.



Η ερευνητική εργασία υποστηρίχτηκε από το Ελληνικό Ίδρυμα Έρευνας και Καινοτομίας (ΕΛ.ΙΔ.Ε.Κ.) στο πλαίσιο της «3ης Προκήρυξης ΕΛ.ΙΔ.Ε.Κ. για Υποψήφιους/ες Διδάκτορες» (Αριθμός Υποτροφίας: 5203).

Βιβλιογραφία

- Banks, M. (2007). *The Politics of Cultural Work*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Banks M., Connor B., Mayer V. (2016). Preface. In Banks M., Connor B., Mayer V. (Eds), *Production studies, the sequel! cultural studies of global media industries (ix-xv)*. London, UK: Taylor & Francis.
- Bowen, C., & Deuze, M. (2009). The independent production of culture: A digital games case study. In *Games and Culture*, 4(3), 276-295.
- Consalvo, M. (2008). “Crunched by Passion: Women Game Developers and Workplace Challenges.” In *Beyond Barbie and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender and Gaming*, Y.B. Kafai, C. Heeter & J. Denner, & J. Y. Sun (ed.), 177–93. Cambridge, MA: MIT Press.
- Crogan, P. (2018). Indie Dreams: Video Games, Creative Economy, and the Hyperindustrial Epoch. In *Games and Culture*, 13(7), 671-689.
- De Prato, G. (2014). The video games industry. In *Digital Media Worlds: The New Economy of Media* (163–179). London: Palgrave Macmillan.
- Donovan, T. (2010). *Replay: The history of video games*. Sussex: Yellow Ant.
- Dyer-Witheyford, N. & de Peuter, G. (2006). EA Spouse' and the crisis of video game labour: Enjoyment, exclusion, exploitation, exodus. In *Canadian Journal of Communication*, 31 (3), 599-617.

- European Video Games Society (2022). Games as cultural and artistic expression. 5 July, European Commission, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/games-cultural-and-artistic-expression> (Ανάκτηση 04/03/2023).
- Fung, A. (ed.). (2016). *Global Game Industries and Cultural Policy*. London: Palgrave Macmillan, Cham.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The Cultural Industries*. 3th Edition. London: Sage Publishing.
- Juul, J. (2014). High-tech low-tech authenticity: The creation of independent style at the Independent Games Festival. In “Proceedings of the 9th International Conference on the Foundations of Digital Games”.
- Keogh, B. (2019a). “From Aggressively Formalised to Intensely in/Formalised: Accounting for a Wider Range of Videogame Development Practices.” In *Creative Industries Journal* 12 (1), 14–33.
- Kerr, A. (2006). *The business and culture of digital games: Gamework/gameplay*. London: Sage.
- Kerr, A. (2017). *Global games. Production, circulation and policy in the networked era*. Routledge, New York.
- Kerr, A. & Cawley, A. (2012). The spatialisation of the digital games industry: lessons from Ireland. In *International Journal of Cultural Policy*, 18:4, 398-418.
- Keogh, B. (2019b). “The Cultural Field of Video Game Production in Australia.” In *Games and Culture*. <https://doi.org/10.1177/1555412019873746>.
- Liboriussen, B., & Martin, P. (2016). Regional game studies. In *Game Studies*, 16(1), 1.
- Lipkin, N. (2013). Examining indie’s independence: The meaning of “indie” games, the politics of production, and mainstream cooptation. In “*Loading... The Journal of the Canadian Game Studies Association*”, 7 (11), 8–24.
- Lipkin, N. (2019). The Indiepocalypse: the Political-Economy of Independent Game Development Labor in Contemporary Indie Markets. In *Games Studies*, 19 (2).
- Muriel, D. & Crawford, G. (2018). *Video Games as Culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society*. Routledge.
- Nieborg, D. (2022). How to Study Game Publishers: Activision Blizzard’s Corporate History”. In *Game Production Studies*, edited by Olli Sotamaa and Jan Svelch, Amsterdam: Amsterdam University Press, 179-196.
- O’Donnell, C. (2014). *Developer’s dilemma: The secret world of videogame creators*. MIT Press, Cambridge (MA).
- Parker, F. (2013). Indie Game Studies Year Eleven. *DiGRA '13 - Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies*, August, 2014, Volume: 7.
- Parker, F, Whitson, J. R. & Simon, B. (2018). “Megaboost: The Cultural Intermediation of Indie Games.” *New Media & Society* 20(5), 1953–72. doi:10.1177/1461444817711403.
- Pérez-Latorre, Ó. (2013). The European Video Game. An Introduction to its History and Creative Traits. *European Journal of Communication*, 28(2), 136–151.

Pérez-Latorre, Ó. & Navarro-Remesal, V. (2022). Euro Ludens: On the Origins, Playing Region, and Imaginaries of the European Videogame. In V. Navarro-Remesal & Ó Pérez-Latorre (Eds.), *Perspectives on the European Videogame* (15-36). Bristol University Press.

Roinioti, E. (2020). Caught in the war against gambling: A critical analysis of law history and policy making in video games in Greece. In *Journal of Greek Media & Culture*, 6 (2), 261 https://doi.org/10.1386/jgmc_00016_1.

Tzioumakis, Y. (2016). 'Indie doc': documentary film and American 'independent', 'indie' and 'indiewood' filmmaking. In *Studies in Documentary Film*, 10:1, 1-21.

Van Dreunen, J. (2020). *One Up: Creativity, Competition, and the Global Business of Video Games*. Columbia University Press.

Williams, A. (2017). *History of Digital Games: Developments in Art, Design and Interaction*. Routledge, New York.

Λέκκας, Θ. (2014). Δημόσια Εικόνα και Κοινότητες Χρηστών των Οικιακών Υπολογιστών στην Ελλάδα 1980-1990. *Διδακτορική Διατριβή*. Ε.Κ.Π.Α., Αθήνα.