



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE  
DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICATION

**ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΣ**

A.M.: 17009

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ – ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑΤΟΣ  
FIGHTING ΒΙΝΤΕΟΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ*

Επιβλέπων Καθηγητής

**Dr Ευάγγελος Χατζηθεοδώρου**

Αναπληρωτής Καθηγητής, Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

Αθήνα, Ιούλιος 2022



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE  
DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICATION

Εξεταστική επιτροπή:

**Dr Ευάγγελος Χατζηθεοδώρου**

Αναπληρωτής Καθηγητής  
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

**Dr Σοφία Μυτιληναίου**

Ακαδημαϊκός Υπότροφος  
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

**Ιωάννα Δελφίνο**

Ακαδημαϊκός Υπότροφος  
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE  
DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICATION

### ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ / ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος **Νικόλαος Παπανικολάου** του **Γεωργίου**, με αριθμό μητρώου **17009** φοιτητής του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής “Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού” του Τμήματος “Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας”, δηλώνω υπεύθυνα ότι: «Είμαι συγγραφέας-σχεδιαστής αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Ο/Η Δηλών/-ούσα

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- 7** - ΕΙΣΑΓΩΓΗ
- 8** - 1. / ΕΡΕΥΝΑ
  - 8** - 1.1.A. / ESPORTS
  - 9** - 1.1.B. / M.O.B.A. GAMES
  - 10** - 1.1.Γ. / F.P.S. GAMES
  - 11** - 1.1.Δ. / FIGHTING GAMES
  - 12** - 1.1.E. / BATTLE ROYALE GAMES
  - 13-14** - 1.1.ΣΤ. / RACING GAMES
  - 15** - 1.1.Z. / SPORT GAMES
  - 16-17** - 1.2. / TARGET GROUP
- 17** - 2. / PROJECT
  - 17** - 2.1. / ΘΕΜΑ
  - 18-19** - 2.2.A. / ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ
  - 20** - 2.2.B. / ΛΟΓΟΤΥΠΟ
  - 21** - 2.2.Γ. / ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ
  - 22** - 2.2.Δ. / ΧΡΩΜΑΤΙΚΗ ΠΑΛΕΤΑ
  - 23** - 2.2.E. / ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ
- 24** - 3. / ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ
  - 24** - 3.1. / ΑΦΙΣΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ
  - 25** - 3.2. / ΓΙΓΑΝΤΟΑΦΙΣΑ
  - 26-27** - 3.3. / ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ - VIP PASS
  - 28-31** - 3.4. / ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ - ΔΩΡΑ
  - 32** - 3.5. / STANDS
  - 33** - 3.6. / ΜΠΛΟΥΖΕΣ
  - 34-35** - 3.7. / SCOREBOARD
  - 36-38** - 3.8. / TRANSITIONS
- 41** - ΕΠΙΛΟΓΟΣ
- 43** - ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Με την ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας τον 20ο - 21ο αιώνα, εμφανίστηκαν νέες ανάγκες με αποτέλεσμα όλοι οι κλάδοι των επιστημών να εντριβούν στην έρευνα νέων μέσων για να τις ικανοποιήσουν. Πιο συγκεκριμένα, ο κλάδος τον βιντεοπαιχνιδιών απαιτούσε και απαιτεί πολλές επιστήμες για να επιτευχθεί η παραγωγική του διαδικασία. Μέσα σ' αυτούς του κλάδους είναι οι σχεδιαστές - καλλιτέχνες, των οποίων τους ζητούνται να οραματισθούν και να δημιουργήσουν αντικείμενα (κόσμοι, ανθρώπους, ζώα, εχθρούς κ.λπ.) με σκοπό να ενσαρκώσουν την ιδέα του αντίστοιχου βιντεοπαιχνιδιού. Υπεύθυνοι για την διαδικασία αυτή είναι οι 3D Animators, 2D animators, Video editors, Γραφίστες - UI / UX Designers, 3D Modelers, VFX Designers κ.α.[\[xvii\]\\*](#). Με άλλα λόγια, ανοίγει μία νέα πόρτα για τον τομέα της ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ όπου θα χρειαστεί να ερευνησει και να υλοποιήσει νέα μέσα για την ικανοποίηση των νέων αναγκών,

είτε αυτό έχει άμεση (HUD, UI, UX κ.λπ.. εντός παιχνιδιού) ή έμμεση (αφίσες για μία εκδήλωση βιντεοπαιχνιδιών ή το layout ενός ψηφιακού livestream τουρνουά - esports βιντεοπαιχνιδιών) σχέση με τα βιντεοπαιχνίδια.

Η θεματολογία αυτού του συγγράμματος θα έχει σχέση με την δημιουργία μίας εταιρικής ταυτότητας για μία διοργάνωση - τουρνουά Esports για Fighting Games (Greek Fighting Esports Series) που θα διεξάγεται στην Ελλάδα. Για να γίνουν όμως πιο κατανοητές αυτές οι ανάγκες ο γραφίστας καλείται να γνωρίσει την παραγωγική διαδικασία των παιχνιδιών, τα είδη τους αλλά και τις προϋποθέσεις υλοποίησής τους. Στις παρακάτω ενότητες θα μιλήσουμε για το τι είναι τα Esports, ποια είδη βιντεοπαιχνιδιών συνδέονται μαζί τους και για ποιο λόγο, την κύρια ιδέα της σχεδιαστικής προσέγγισης της εταιρικής ταυτότητας του θέματος αλλά και την σχεδιαστική ανάλυση πάνω σε εφαρμογές της.

\* [\[xvii\] Changing the Game: How Video Games Are Transforming the Future of Business \(2008\) \[xvii\] The Video Game Industry: Formation, Present State, and Future \(2012\)](#)

# 1. / ΕΡΕΥΝΑ

## 1.1.A. / ESPORTS

Τα Esports ή αλλιώς Electronic sports (e-sports ή eSports) είναι μία μορφή ηλεκτρονικού πρωταθλητισμού, όπου άτομα (παίχτες) ή ομάδες παιχτών διαγωνίζονται μεταξύ τους μέσω βιντεοπαιχνιδιών σε επαγγελματικό επίπεδο για την κατάκτηση πρωταθλημάτων και κυπέλων που αντιστοιχούν σε χρηματικά έπαθλα. Τα πρωταθλήματα λαμβάνουν χώρο σε μεγάλους κλειστούς ή ανοιχτούς αθλητικούς χώρους (μπάσκετ, ποδόσφαιρο) ή κέντρα εκδηλώσεων. Ουσιαστικά, η διοργάνωση των Esports μιμείται το στήσιμο το διοργανώσεων που πραγματοποιούνται στα κανονικά αθλήματα, για αυτό μπορούμε να παρατηρήσουμε έντονες ομοιότητες στο πως υλοποιούνται και παρουσιάζονται όπως για παράδειγμα το layout των scoreboard ποδοσφαίρου ή των ολυμπιακών αθλημάτων. Με βάση αυτά δημιουργούν «γραφικά» ανάλογα με τις ανάγκες των παιχνιδιών τα οποία μεταδίδουν, ώστε να μπορεί να αντλήσει ο θεατής τις

πληροφορίες που χρειάζεται. Με τον όρο “επαγγελματικό – ψηφιακό πρωταθλητισμό” εννοούμε ότι οι παίχτες ή ομάδα παιχτών έχουν αναπτύξει τόσο τις δεξιότητες τους σ’ ένα ή περισσότερα παιχνίδια μέσω εντατικής εξάσκησης και πλήρης κατανόησης της λειτουργικότητας του παιχνιδιού, όπου οι “απλοί” - κοινόι παίχτες και ερασιτέχνες δεν μπορούν να τους ανταγωνιστούν [i][iii][xi]\*. Όπως, δηλαδή, σ’ ένα κανονικό άθλημα όπου ο αθλητής έρχεται σε επαφή με την πλήρη ανάλυση του αθλήματος του και τους τρόπους με τους οποίους θα τον βοηθήσουν (ειδικές προπονήσεις, διατροφή κ.λπ.) ώστε να εξελιχθεί σ’ αυτό, (σ’ αντίθεση μ’ ένα κοινό – καθημερινό άτομο που ασκεί το άθλημα για ψυχαγωγία ή για την σωματική του υγεία). Στα Esports, οι “αθλητές” - παίχτες χρειάζονται την ανάλογη αντιμετώπιση και διαφορετικά είδη προπονήσεων, ανάλογα με το είδος του βιντεοπαιχνιδιού που ασχολούνται [iv][xii][xiii][xiv]\*.

Τα πιο συνηθισμένα είδη ανταγωνιστικών βιντεοπαιχνιδιών στα Esports, είναι τα M.O.B.A. Games (League of Legends, Dota), τα F.P.S. Games (CS:GO, Valorant, Call Of Duty), τα Fighting Games (StreetFighter, Tekken, Super Smash Bros, Mortal Kombat), τα R.T.S. Games (StarCraft, Age Of Empire), τα Card Games (Runeterra, HeartStone), τα Battle Royale Games (Fortnite, Apex Legends, Warzone), τα Sim Racing Games (Grand Turismo, Forza Motosport, iRacing) και τα Sports Games (PES, FIFA, NBA).

## 1.1.B. / M.O.B.A. GAMES

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω κάθε είδος βιντεοπαιχνιδιού αντιμετωπίζεται διαφορετικά από το παίκτη, όπως για παράδειγμα τα M.O.B.A. Games (Multiplayer Online Battle Arena). Αυτό το είδος παιχνιδιού αποτελείται συνήθως, από δύο ομάδες πέντε εναντίον πέντε ατόμων μέσα σε μία πίστα, όπου η κάθε ομάδα προσπαθεί να καταστρέψει τη βάση της άλλης για να κερδίσει. Υπάρχουν πολλές μεταβλητές για να επιτευχθεί η νίκη, οι οποίες στηρίζονται στη μελέτη στατιστικών στοιχείων που εμπεριέχονται σε αντικείμενα που παίρνει ο παίκτης κατά την διάρκεια του παιχνιδιού.

Με τις γνώσεις αυτές οι ομάδες δημιουργούν στρατηγικές που θα εκτελέσουν κατά την διάρκεια του αγώνα ώστε να κερδίσουν. Όμως επειδή τίποτα δεν είναι βέβαιο στον αγώνα, οι στρατηγικές αλλάζουν κατά την διάρκεια του παιχνιδιού προσαρμόζοντας συνεχώς οι ομάδες σε νέες προκλήσεις. Το είδος αυτό του παιχνιδιού όπως καταλαβαίνουμε απαιτεί περισσότερη πνευματικότητα, βασίζοντας στην μελέτη, στην στρατηγική και την τέλεια χρήση μηχανισμών του παιχνιδιού.



ΕΙΚΟΝΑ 1. / League Of Legends, Riot Games

## 1.1.Γ. / F.P.S. GAMES

Τα F.P.S. Games (First Person Shooters / Παιχνίδια Πρώτου προσώπου), όπως και στα M.O.B.A. Games, χωρίζονται σε δύο ομάδες των πέντε ατόμων η κάθε μια. Ο τρόπος παιχνιδιού αυτού του είδους παιχνιδιών έχει να κάνει με τη χρήση όπλων (είτε «πραγματικών» είτε φαντασίας - πιστολιών, πολυβόλων, χειροβομβίδων, είτε και ακόμα υπερδυνάμεων) που χειρίζεται ο παίκτης είτε μέσω του ποντικιού (για το χειρισμό της κάμερας, δηλαδή του κεφαλιού του χαρακτήρα ώστε να στοχεύει), του πληκτρολογίου (για την κίνηση του χαρακτήρα, και την χρησιμοποίηση διάφορων εξοπλισμών

ή δυνατοτήτων) είτε με χειριστήριο κονσόλας. Ο σκοπός του παιχνιδιού είναι η μία ομάδα να «εξοντώσει» την άλλη ώστε να κερδίσει. Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο τα παιχνίδια αυτά απαιτούν άριστη χρήση του μηχανισμού της κάμερας (δηλαδή την κίνηση του κεφαλιού του χαρακτήρα) ώστε να υπάρχει ακρίβεια στις βολές του όπλου και στην κίνηση του χαρακτήρα, την πλήρη γνώση κάθε όπλου - αντικειμένου - πίστας, αντανakλαστικά, στρατηγική, προσαρμοστικότητα και ψυχραιμία. Όλα αυτά επιτυγχάνονται με συγκεκριμένες ασκήσεις που εκτελούν οι παίκτες πριν τους αγώνες ώστε να βελτιώνονται.



ΕΙΚΟΝΑ 2. / Call of Duty Modern Warfare, Activision

## 1.1.Δ. / FIGHTING GAMES

Στα Fighting Games, ο αγώνας αποτελείται από δύο άτομα τα οποία ανταγωνίζονται μεταξύ τους μέσω διάφορων χαρακτήρων, όπου όποιος βγάλει Knock Out τον άλλο κερδίζει. Ο τρόπος παιχνιδιού του παιχνιδιού διαφέρει αρκετά από τα υπόλοιπα παιχνίδια καθώς είναι φτιαγμένα με βάση να «αναπαριστούν» μάχες που χρησιμοποιούν πολεμικές τέχνες. Με αυτό ως πυρήνα, ο χειρισμός αυτών των παιχνιδιών βασίζεται στις έξι κατευθύνσεις που υποστηρίζει ο μοχλός ενός χειριστηρίου για την κίνηση του χαρακτήρα στο χώρο και την χρήση τεσσάρων κουμπιών για την εκτέλεση αριστερής - δεξιάς

γροθιάς, αριστερής - δεξιάς κλωτσιάς. Οι διάφοροι συνδυασμοί αυτών των κουμπιών - κινήσεων μεταξύ τους αποφέρουν διάφορα είδη γροθιών / κλοτσιών (π.χ. uppercut, overhand, low kick, round kick κ.λ.π.) κάνοντας το παιχνίδι πιο πολύπλοκο.

Είναι αναγκαίο να αναφερθεί ότι οποιαδήποτε κίνηση ενός χαρακτήρα αποτελείται από κάποια καρέ (frames ή επίσημη ονομασία στα Fighting Games: Frame Data), όπου ο αριθμός των καρέ καθορίζει πόσο γρήγορη είναι μία κίνηση του χαρακτήρα. Αν για παράδειγμα μία κίνηση ενός χαρακτήρα Α είναι 5 καρέ και η κίνηση του χαρακτήρα

Β είναι 7 καρέ τότε ο χαρακτήρας Α θα εκτελέσει πιο γρήγορα την κίνηση του, χτυπώντας τον χαρακτήρα Β. Οι απαιτήσεις των Fighting Games, βασίζονται στην μελέτη των Frame Data και των ικανοτήτων των χαρακτήρων, την άμεση προσαρμογή, την μαχητική αντίληψη (δηλαδή τότε μπορεί μία κίνηση ενός παίκτη να πετύχει, από ποια απόσταση, πως μπορεί να καλύψει το χώρο ανάμεσα στον αντίπαλό του και πως θα τον κάνει να ρίξει την άμυνα του, κάτι το οποίο συναντάμε σε μαχητές πολεμικών τεχνών) την μυϊκή μνήμη, την ακρίβεια και την συνέπειά [\[ix\]\\*](#).



ΕΙΚΟΝΑ 3. / Tekken 7, Bandai Namco

## 1.1.E. / BATTLE ROYALE GAMES

Ένα πρόσφατο είδος παιχνιδιού που εμφανίστηκε τα τελευταία χρόνια είναι τα Battle Royal Games. Ο τρόπος παιχνιδιού των παιχνιδιών αυτών είναι αντίστοιχος με τα FPS Games, με την μόνη διαφορά αντί να ανταγωνίζονται σ' ένα αγώνα δύο ομάδες ανταγωνίζονται μεταξύ τους 50 ομάδες με δύο παίκτες σε κάθε ομάδα (μπορούν να αγωνιστούν και 100 άτομα μεταξύ τους χωρίς κάποια ομάδα). Όλα τα άτομα αυτά ξεκινούν πέφτοντας από ένα αεροπλάνο στο χάρτη σε μία μεγάλη πίστα όπου όταν προσγειωθούν στο έδαφος με αλεξίπτωτα αρχίζουν και αναζητούν όπλα και εξοπλισμό στο έδαφος ή

σε σεντούκια τα οποία θα χρησιμοποιούν για να εξοντώσουν τα υπόλοιπα άτομα στο χάρτη (παράλληλα όσο περνάει ο χρόνος η πίστα αρχίζει και μικραίνει), όποια ομάδα ή άτομο μείνει τελευταίο στο χάρτη είναι ο νικητής του αγώνα.

Οι απαιτήσεις αυτού του είδους είναι το ίδιο με τα FPS Games με ένα επιπλέον παράγοντα την τύχη, επειδή ο εξοπλισμός και τα όπλα στον χάρτη είναι τυχαία κάθε φορά που ξεκινάει ο αγώνας με αποτέλεσμα κανένας παίκτης δεν γνωρίζει που υπάρχουν καλά ή που υπάρχουν γενικά όπλα στο χάρτη.



ΕΙΚΟΝΑ 4. / Fortnite, Epic Games

## 1.1.ΣΤ. / RACING GAMES

Τα Sim Racing Games (Προσομοίωση μηχανοκίνητων αθλημάτων) από την αρχή των βιντεοπαιχνιδιών προσπαθούσαν να προσομοιάσουν τα μηχανοκίνητα αθλήματα. Πλέον με την εξέλιξη της τεχνολογίας η απόκλιση της προσομοίωσης μηχανοκίνητων αθλημάτων μέσω των βιντεοπαιχνιδιών με την πραγματικότητα έχει μειωθεί ραγδαία σε σημείο να αντιστοιχείται σε κλίμακα 1:1. Αυτό γιατί, μπορούμε να αποδώσουμε τις αισθήσεις που βιώνουμε κατά την οδήγηση είτε στην πόλη είτε σε rally είτε σε πίστα, με ειδικές κατασκευασμένες βάσεις - τιμονιέρες που αποδίδουν ένα προς ένα την

αίσθηση που προσφέρει ένα πραγματικό τιμόνι (αντίσταση, δονήσεις από λακκούβες, πετραδάκια κ.λπ.), το ίδιο ισχύει και για τα πετάλια (συμπλέκτη - φρένο - γκάζι) οι αισθήσεις των πατημάτων των πεταλιών, η αντίσταση του φρένου κ.α. Εκτός από αυτά τα βασικά «εργαλεία» προσομοίωσης, είναι και το κιβώτιο ταχυτήτων, το χειρόφρενο, τα φωτορεαλιστικά γραφικά καθώς και η θέση στην οποία κάθετα ο παίκτης που αντιστοιχεί σε πραγματικές συνθήκες. Το μόνο στοιχείο που δεν έχει «μεταφερθεί» στην προσομοίωση από την πραγματικότητα είναι η δύναμη G [x]\*, δηλαδή η δύναμη της επιτάχυνσης

της βαρύτητας (στον μέσο άνθρωπο ασκείται 1g, αν όμως ένα αντικείμενο / άνθρωπος αλλάζει την ταχύτητά του πιο γρήγορα από ότι μπορεί να την αλλάξει η βαρύτητα, οι δυνάμεις που θα ασκούνται θα είναι παραπάνω από 1g).

Ουσιαστικά ο τρόπος παιχνιδιού παιχνιδιών Sim Racing είναι όπως στην πραγματική οδήγηση, δηλαδή, 12 μέχρι 20 παίκτες ανταγωνίζονται μεταξύ τους με την χρήση ειδικού εξοπλισμού που αναφέρθηκε παραπάνω και τις τεχνικές που χρησιμοποιούν στην πραγματικότητα οι οδηγοί αγώνων ώστε να πιέζουν στο έπακρο τα οχήματα τους για να κερδίσουν.

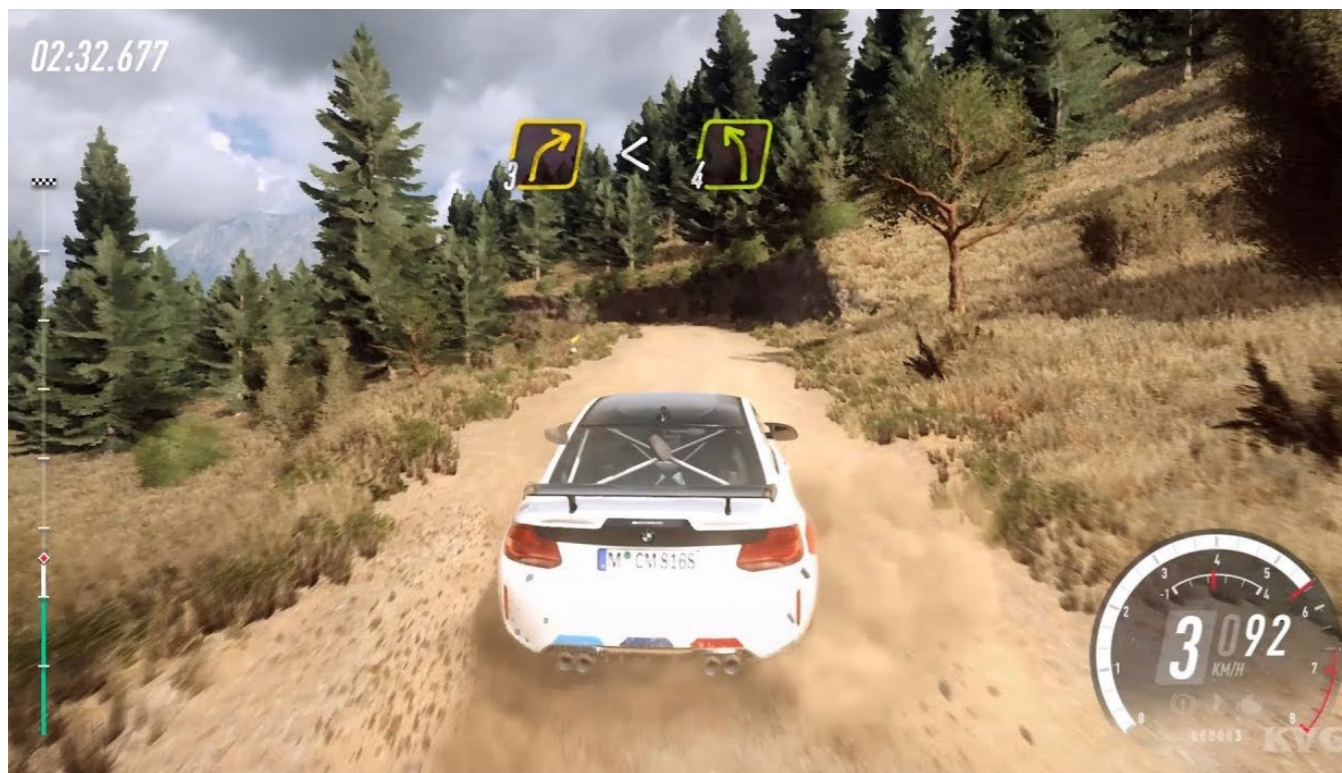


ΕΙΚΟΝΑ 5. / Formula 1, Codemasters

Για τον λόγο αυτό, ο τρόπος παιχνιδιού είναι ίδιος με την πραγματικότητα, οι παίκτες εξασκούνται και σωματικά ώστε να δυναμώσουν τους μύες τους ώστε να μπορούν να έχουν πλήρη έλεγχο στο τιμόνι με τις 1:1 αντιστάσεις που προσφέρουν οι τιμονιέρες, και μυϊκό βάρος στα πόδια ώστε να είναι πιο εύκολη - ξεκούραστη η χρήση των πεταλιών.

Όλα αυτά σε συνδυασμό με ασκήσεις αντανάκλαστικών, κατανόηση συμπεριφοράς του οχήματος, τεχνικές είτε για την χρήση του τιμονιού είτε των πεταλιών, ασκήσεις πάνω σε πίστες ώστε να γίνει πλήρης η κατανόηση τους

και τέλος επαγγελματική οδηγική αντίληψη (εμπειρία πάνω στο sport και στα μηχανοκίνητα) βοηθούν στο να επιτευχθεί η μέγιστη απόδοση του αγωνιζόμενου.



ΕΙΚΟΝΑ 6. / Dirt Rally 2.0, Codemasters

## 1.1.Z. / SPORT GAMES

Το τελευταίο γνωστό είδος παιχνιδιών στο χώρο των Esports είναι τα Sports Games, τα οποία περιλαμβάνουν οτιδήποτε σωματικό άθλημα υπάρχει από ποδόσφαιρο και μπάσκετ μέχρι γκολφ και ring ροη και κυρίως αποτελούν ατομικά αθλήματα δηλαδή ανταγωνίζονται δύο παίκτες μεταξύ τους.

Ο τρόπος παιχνιδιού αυτών των παιχνιδιών διαφέρει ανάλογα το άθλημα, όμως υπάρχει ένας κοινός άξονας μεταξύ τους ότι όλα στηρίζονται σε στατιστικά και ο τρόπος για να μάθεις τον τρόπο παιχνιδιού τους έχουν την ίδια λογική. Δηλαδή, ο κάθε παίκτης π.χ. σ' ένα παιχνίδι ποδοσφαίρου

έχει κάποια χαρακτηριστικά (Σουτάρισμα - 100%, πάσες - 60% κ.λπ.), κάθε παιχνίδι έχει ένα στυλ παιχνιδιού, οι απαιτήσεις σ' όλες τις περιπτώσεις είναι ίδιες σε όλα τα Sports Games, δηλαδή χρειάζεται κατανόηση των κανόνων του κάθε αθλήματος, την γνώση του κάθε στατιστικού και την χρήση μυϊκής μνήμης.



ΕΙΚΟΝΑ 7. / Fifa 21, EA Games



## 1.2. / TARGET GROUP

Όπως κάθε αντικείμενο στο κόσμο έχει ένα συγκεκριμένο κοινό που το χρησιμοποιεί, έτσι και στα βιντεοπαιχνίδια ισχύει το ίδιο. Με βάση το παρελθόν, τα παιχνίδια ήταν γνωστά για την ελκυστικότητά τους σε νέες γενιές και πολλοί υποστήριζαν ότι είναι μόνο για μικρές ηλικίες, κάτι που πλέον δεν υφίσταται. Λόγω της ραγδαίας ανάπτυξης της βιομηχανίας των βιντεοπαιχνιδιών τον 20ο – 21ο αιώνα, τα παιχνίδια άρχισαν να πολλαπλασιάζονται και το πιο σημαντικό να αλλάζουν κάποια από αυτά κατεύθυνση ως προς το τι θέλουν να προσφέρουν στο παίκτη, αποκτώντας πλέον μία πιο σοβαρή ταυτότητα, θέλοντας να χρησιμοποιήσουν αυτό το μέσο τέχνης ώστε να αποδώσουν κοινωνικά μηνύματα στο κοινό τους σε αντίθεση με παλαιότερα που απλά αποσκοπούσαν μόνο στη διασκέδαση [xv]\*.

Με άλλα λόγια, είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση των ποσοστών του κοινού που παίζουν βιντεοπαιχνίδια και κατ' επέκταση το όριο

ηλικίας, φτάνοντας πλέον - με βάση στατιστικής έρευνας - να υπάρχουν 2.5 δισεκατομμύρια παίκτες παγκοσμίως. Ο μέσος όρος ηλικίας των παικτών στην Αμερική είναι 34 χρονών και το 70% των παικτών είναι άνω των 18 χρόνων (21% κάτω από 18 χρονών, 38% από 18 μέχρι 34 χρονών και 26% από 34 μέχρι 54 χρονών) [v][vij]\*, δείχνοντας με αυτό το τρόπο ότι δεν υπάρχει πλέον το «taboo» της ηλικίας στα βιντεοπαιχνίδια.

Στη περίπτωση που η θεματολογία είναι τα Fighting Games, ανάλογα το παιχνίδι οι ηλικίες που επικρατούν διαφέρουν. Αυτό γιατί ανάλογα την αισθητική και τον τρόπο χειρισμού κάποιων παιχνιδιών, γίνεται πιο ελκυστικός σε συγκεκριμένο κοινό, δηλαδή, το στυλ - αισθητική κάποιων παιχνιδιών τείνει στο πιο «παιδικό» cartoony και ο τρόπος παιχνιδιού τους είναι πιο απλός, κάνοντας το πιο ευπρόσδεκτο για πολύ νεαρές ηλικίες. Όπως για παράδειγμα το παιχνίδι "Super Smash Bros" της Nintendo

που περιέχει την «cartoony» αισθητική με χαρακτηριστικές μασκότ για να παίξουν οι παίκτες (super mario, rickachu κ.λπ.) σε συνδυασμό με τον απλό χειρισμό των λίγων κουμπιών. Ενώ στο άλλο άκρο, έχουμε το Mortal Kombat το οποίο περιέχει gore - splatter περιεχόμενο κάνοντάς το να αποτελεί ένα παιχνίδι για πιο μεγάλες ηλικίες, ενώ παράλληλα ο χειρισμός του είναι πιο περίπλοκος.

Αξίζει να σημειωθεί ότι και στα δύο παραδείγματα προφανώς υπάρχουν εξαιρέσεις όπου μικρές ηλικίες παίζουν Fighting Games τα οποία είναι για πιο ενήλικο κοινό και το ανάποδο. Οπότε με βάση τα παραπάνω, προσδιορίζουμε ότι ο μέσος όρος ηλικίας παικτών που παίζουν Fighting Games κυμαίνεται από 16 χρονών έως 35 χρονών.

## 2. / PROJECT

### 2.1. / ΘΕΜΑ - ΣΤΟΧΟΙ

Η θεματολογία που έχω επιλέξει ως πτυχιακή εργασία είναι να δημιουργήσω μία εταιρική ταυτότητα για μία υποτιθέμενη διοργάνωση Esports που θα περιέχει μόνο Fighting Games που ονομάζεται Greek Fighting Esports Series και διοργανώνεται στην Ελλάδα. Ο στόχος του project είναι να υλοποιήσω μία διαφορετική και καθαρά σχεδιασμένη ταυτότητα, σε σχέση με άλλες διοργανώσεις των Fighting Games παγκοσμίως.

## 2.2.Α. / ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Για την παραγωγή μίας εταιρικής ταυτότητας για μία διοργάνωση Esports που θα έχει θέμα τα Fighting Games, είναι ανάγκη να έχουμε ερευνήσει πάνω στο θέμα βιντεοπαιχνίδια - Esports και πιο συγκεκριμένα τα Fighting Games ώστε να αντλήσουμε τα στοιχεία που τα χαρακτηρίζουν και να τα αποδώσουμε σχεδιαστικά. Με βάση την παραπάνω έρευνα σχετικά με το θέμα μπορούμε να συμπεράνουμε ότι όταν μιλάμε γενικότερα για βιντεοπαιχνίδια τα πρώτα πράγματα που μας έρχονται στο μυαλό είναι η διασκέδαση, η δράση, η νεολαία και πιο συγκεκριμένα για τα Fighting Games είναι η δράση, η δύναμη και η μάχη.

Με αυτές ως λέξεις - κλειδιά συνέθεσα την εταιρική ταυτότητα για το (υποτιθέμενο) πρωτάθλημα Esports για Fighting Games. Πιο συγκεκριμένα η κεντρική ιδέα της σύνθεσης ήταν να υπάρχουν τρία αντίθετα σχεδιαστικά ύφη τα οποία μεταξύ τους παρόλο την διαφορετικότητα τους να συνυπάρχουν

στην ίδια σύνθεση με τέτοιο τρόπο ώστε να δημιουργούν μία αρμονία. Αυτά τα ύφη είναι ένας συνδυασμός από μοντέρνα κινήματα ελβετικού design, κονστρακτιβισμού και pop art. Αξιοποιώντας τη λιτότητα που χαρακτηρίζει το ελβετικό design στην τυπογραφία της ταυτότητας, την δυναμικότητα του κονστρουκτιβισμού μέσα από την γεωμετρικότητα του λογοτύπου και τις έντονες γωνίες του και τη νεανικότητα που πρεσβεύει το pop art με την χρήση διακοσμητικών στοιχείων στις συνθέσεις όπου προβάλλουν κάτι φρέσκο, εναρμονίζεται η σύνθεση και δημιουργεί έναν ξεχωριστό χαρακτήρα. Με τα παραπάνω παράδειγμα τα, μπορούμε να καταλάβουμε ότι οι λέξεις - κλειδιά που έχω θέσει ως βάση για την εταιρική ταυτότητα ταυτίζονται με τα κινήματα αυτά, αναδεικνύοντας δηλαδή την σημασία τους.

Η μεθοδολογία που ακολούθησα σε όλες τις εφαρμογές της εταιρικής ταυτότητας περιλαμβάνει όλα τα παραπάνω στοιχεία που

ανάφερα. Για να επιτευχθεί αυτή η αρμονία, χώρισα τις συνθέσεις σε 3 κατηγορίες, πρώτα το στήσιμο τους, δεύτερον η τυπογραφία τους και τρίτον το φόντο με τα διακοσμητικά στοιχεία τους. Πιο συγκεκριμένα, κάθε σύνθεση έχει κεντρική στοίχιση, αποτελείται κατά βάση από το ντεγκραντέ φόντο - κόκκινο 42% με μπλε 58% - σε συνδυασμό με το half tone εφέ σε χαμηλό opacity 10% ώστε να βγάζει την αίσθηση του ανάγλυφου.

Στο πάνω μέρος της σύνθεσης αναγράφεται ο τίτλος με λευκά μεγάλα bold τυπογραφικά στοιχεία με πατούρες τα οποία βρίσκονται σε κλίση 40 μοιρών, ενώ δεξιά και αριστερά του τίτλου υπάρχουν διακοσμητικά τυπογραφικά στοιχεία με μορφή περιγράμματος πάχους 0,25r για να του δώσουν μια δυναμικότητα όμοια της δράσης των Fighting Games. Τα αντίγραφα αυτά (outline τίτλοι) όταν υπάρχει παρουσία εικόνας στην σύνθεση δεν μπορούν να εμφανίζονται από πάνω της αλλά από πίσω της,

δηλαδή να κρύβονται αν συμπιπτουν μεταξύ τους. Πάντα με την παρουσία του τίτλου, είναι τοποθετημένο το λογότυπο της διοργάνωσης από πάνω του το οποίο βρίσκεται σε μικρότερη κλίμακα από αυτόν (η «βαρύτητα» τους είναι περίπου, 30% το λογότυπο και 70% ο τίτλος). Στην περίπτωση που δεν υπάρχει τίτλος το λογότυπο χρησιμοποιείται μόνο του, σε οποιοδήποτε φόντο που περιέχει την χρωματική παλέτα της ταυτότητας και φωτογραφίες. Εκτός από τα διακοσμητικά στοιχεία του κύριου τίτλου, απεικονίζεται μία εικόνα από χαρακτήρες (με opacity 60%) σε Fighting Games σε αποχρώσεις του φόντου για να υπάρχει χρωματική αρμονία στην σύνθεση ενώ στο κάτω μέρος των συνθέσεων είναι η ζώνη που φιλοξενεί τις δευτερεύουσες πληροφορίες της σύνθεσης, για παράδειγμα χορηγούς. Στα overlays για live μεταδόσεις, στηρίχθηκα σε layouts που χρησιμοποιούν στην τηλεόραση για μεταδόσεις αγώνων (διαφόρων

αθλημάτων) αλλά κατά κύριο λόγο σε layouts που έχουν δημιουργηθεί για Fighting Games. Επειδή, όμως κάθε παιχνίδι έχει το δικό του UI λόγο των διαφορετικών πληροφοριών που το καθένα θέλει να προβάλλει, καθιστά πιο περίπλοκη την σχεδίαση ενός κοινού layout Scoreboard. Λόγω των κοινών χαρακτηριστικών και πληροφοριών που αποδίδουν τα Fighting Games κατάφερα να σχεδιάσω κάτι που λειτουργεί στο μεγαλύτερο ποσοστό των Fighting Games. Αυτή είναι η γενική εικόνα που ακολουθούν οι συνθέσεις της ταυτότητας, αναλυτικότερα θα αναφερθώ για κάθε εφαρμογή της εταιρικής ταυτότητας παρακάτω.

## 2.2.B. / ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Η σχεδιαστική προσέγγιση του λογοτύπου προήλθε από τις έννοιες που περιτριγυρίζουν τα Fighting Games και τις πολεμικές τέχνες γενικότερα (όπου είναι επηρεασμένα αυτά τα παιχνίδια), την δυναμικότητα, την δράση - κίνηση και την ακρίβεια.

Το λογότυπο έχει σχεδιαστεί ως ένα κάθετο ορθογώνιο το οποίο δείχνει την δράση και τη δυναμικότητα με βάση την σημειολογία και παράλληλα οι «παχιές» γραμμές του προβάλλουν μία στιβαρότητα που συνδέεται με την έννοια του δυναμισμού. Η συνολική του μορφή, απεικονίζει μια γροθιά που είναι το σήμα κατατεθέν όλων αυτών

των ειδών βιντεοπαιχνιδιού, ενώ κάτω από την γροθιά σχηματίζεται η ελληνική σημαία, συμβολίζοντας πως η διοργάνωση είναι ελληνική και στην βάση αναγράφονται τα αρχικά της διοργάνωσης.

Όπως η ακρίβεια στις πολεμικές τέχνες είναι κρίσιμη έτσι και ο σχεδιασμός ενός λογοτύπου αντίστοιχα, για αυτό το λόγο το λογότυπο είναι σχεδιασμένο με βάση την γεωμετρία και την λιτότητα ώστε να αναδεικνύει το στοιχείο αυτό.

Η χρήση του λογοτύπου πραγματοποιείται μόνο σε φόντα τα οποία αποτελούνται από την χρωματική παλέτα και τις εικόνες της εταιρικής ταυτότητας.



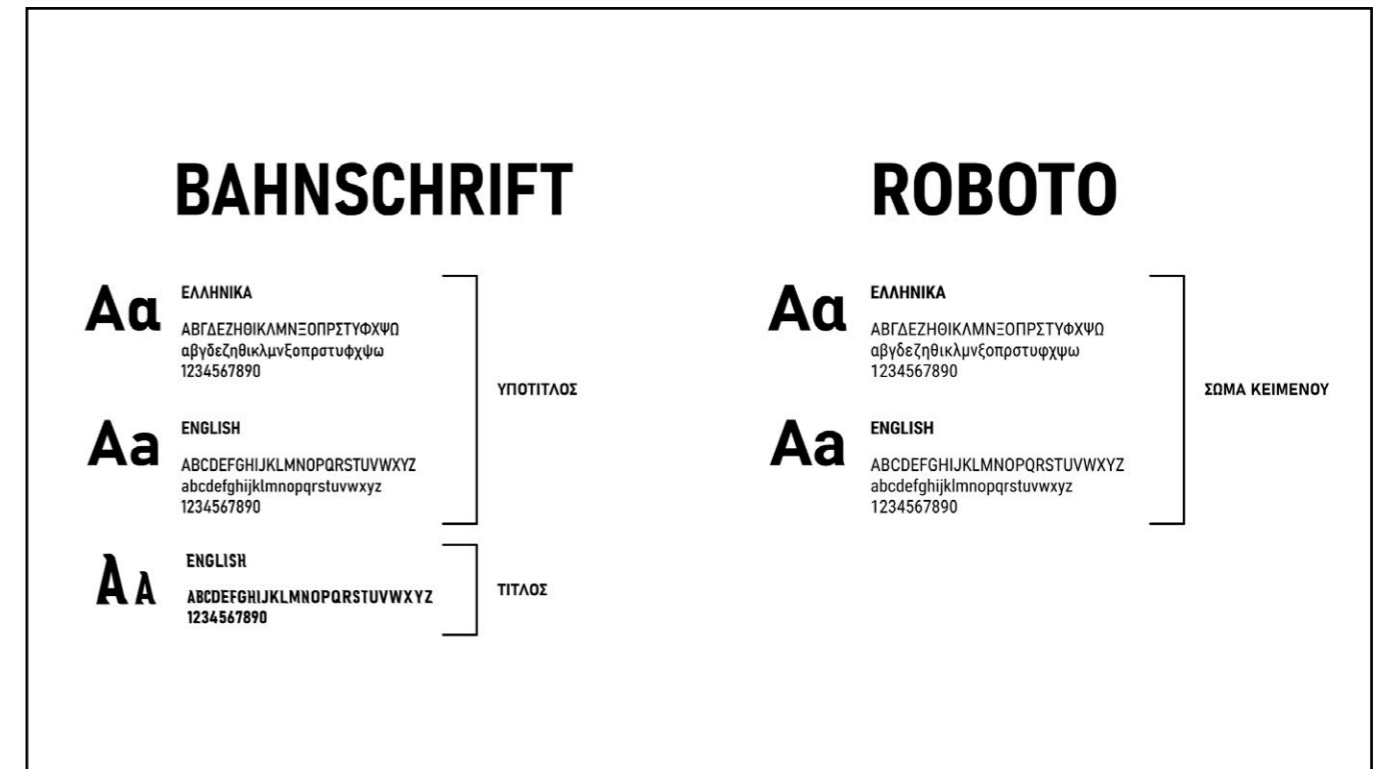
ΕΙΚΟΝΑ 8. / Λογότυπο

## 2.2.Γ. / ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ

Η τυπογραφία της εταιρικής ταυτότητας επίσης ακολουθεί τη λογική με το συνδυασμό των δύο στυλ στις συνθέσεις της. Πιο συγκεκριμένα, η γραμματοσειρά που χρησιμοποιείται για την εταιρική ταυτότητα είναι η οικογένεια Bahnschrift για τους κύριους τίτλους, για τις επικεφαλίδες είναι τροποποιημένη ώστε να είναι πιο επιθετική, διότι οι πατούρες σε συνδυασμό με το bold πάχος της δημιουργούν μία δυναμικότητα και κίνηση τονίζοντας τα «μαχητικά» χαρακτηριστικά των Fighting Games. Για τους υπότιτλους και τα σώματα κειμένων χρησιμοποιείται κανονικά η γραμματοσειρά χωρίς

πατούρες, είναι ισόπαχη ώστε να μην επηρεάζει την ιεραρχία των κύριων τίτλων λόγω του ουδέτερου χαρακτήρα που έχει. Και στις δύο περιπτώσεις τα γράμματα είναι κεφαλαία και το στήσιμο τους ακολουθεί ένα διαγώνιο άξονα ο οποίος χρησιμοποιείται για να αποδώσει κίνηση στην σύνθεση.

Τέλος, η δεύτερη γραμματοσειρά που χρησιμοποιείται στην ταυτότητα είναι η οικογένεια Roboto είναι στο ίδιο ύψος με την Bahnschrift αλλά χρησιμοποιείται μόνο για σώματα κειμένων φυλλαδίων, περιοδικών κ.λπ. διότι είναι πιο αποδοτική - ευανάγνωστη για μεγάλα σώματα κειμένων.



ΕΙΚΟΝΑ 9. / Λογότυπο

## 2.2.Δ. / ΧΡΩΜΑΤΙΚΗ ΠΑΛΕΤΑ

Η χρωματική παλέτα που χρησιμοποιείται έχει εμπνευστεί από τον τρόπο σήμανσης των παιχτών στα παιχνίδια και πιο συγκεκριμένα στα Fighting Games. Με κόκκινο απεικονίζεται ο παίκτης 1 και με μπλε ο παίκτης 2. Για αυτό το λόγο, αποφάσισα να αξιοποιήσω αυτήν την ιδιαιτερότητα και να χρησιμοποιήσω ως κύρια χρώματα το κόκκινο (PANTONE 186 PC / R:221% G:3% B:50% / HEX: #DD0332), το μπλε (PANTONE 226 C / R:60% G:47% B:136% / HEX: #3C2F88) και το ντεκραντέ τους (60 μοίρες / μπλε 52% και κόκκινο 48%) που αποδίδει ένα ανοιχτό βιολετί, ενώ για δευτερεύον χρώμα το μαύρο

96% και το λευκό. Στις συνθέσεις το φόντο αποτελείται πάντα από το συνδυασμό των δύο αποδιδόμενων ντεγκραντέ τους, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις χρησιμοποιείται το κόκκινο ή το μπλε κυρίως για την τυπογραφία της σύνθεσης.

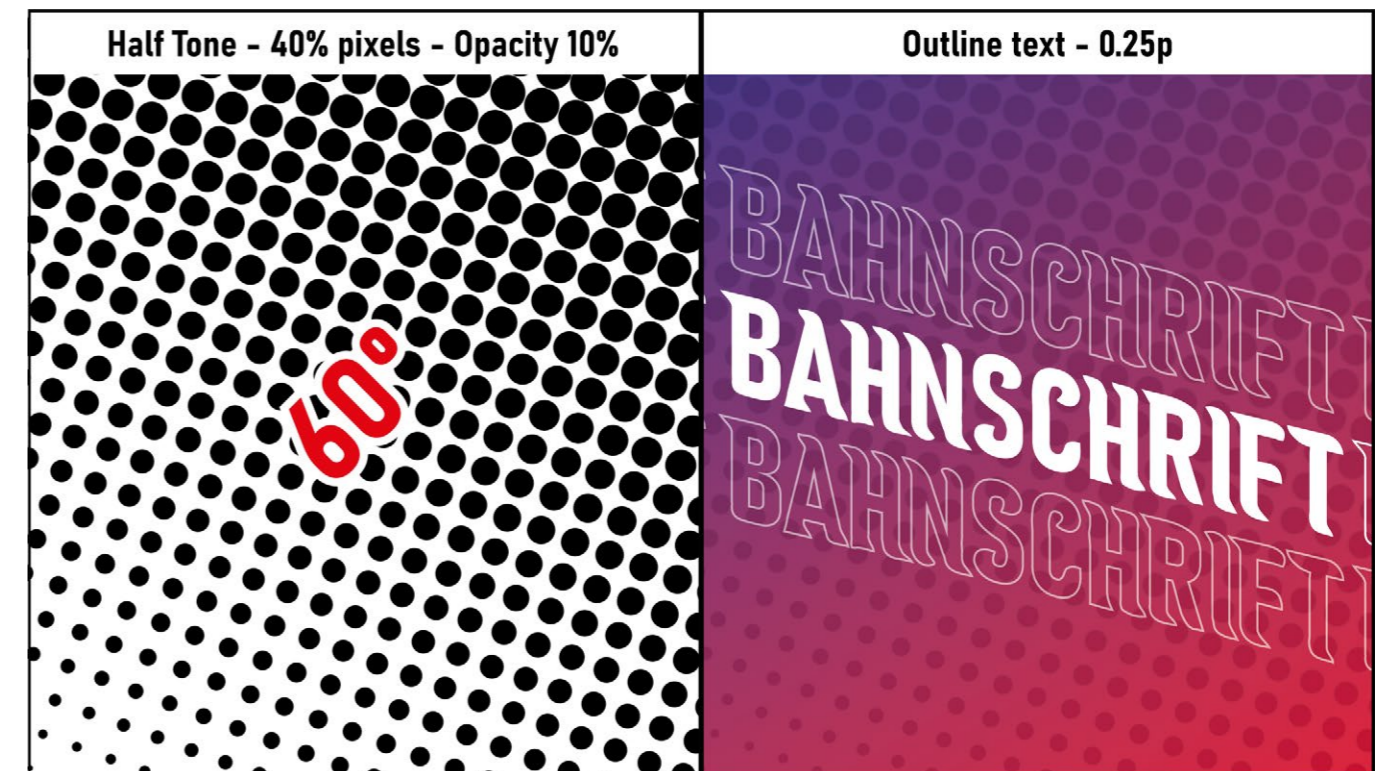


ΕΙΚΟΝΑ 10. / Χρωματική παλέτα

## 2.2.Ε. / ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Τα διακοσμητικά στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας είναι το κομμάτι που βασίζεται στο κίνημα Pop art και σε στοιχεία της εποχής μας (μεταμοντέρνα). Το κύριο θέμα των διακοσμητικών στοιχείων είναι το «ανάγλυφο» φόντο με το half tone εφέ το οποίο πάντα είναι μέρος των συνθέσεων και αποτελείται από μικρά και μεγάλα dots (40% pixels) που μεταβάλλονται με την φορά του ντεγκραντέ φόντου. Για να αποδοθεί αυτή η αίσθηση το opacity του είναι 10%, αυτό βοηθάει στην δυναμικότητα των συνθέσεων της ταυτότητας σε συνδυασμό με το ντεγκραντέ φόντο. Εκτός από το half tone, ως

διακοσμητικό στοιχείο χρησιμοποιείται και η επανάληψη των επικεφαλίδων/τίτλων με λευκή outline μορφή (0.25p το περίγραμμα) κυρίως για αναδείξει την σύνθεση αισθητικά και να την ταυτίσει με την σύγχρονη εποχή. Η χρήση τους γίνεται πάντα με την χρήση του τίτλου, σε περίπτωση που υπάρχει εικόνα στην σύνθεση και συμπίπτουν τα outline αντίγραφα με την εικόνα, τοποθετούνται πίσω από αυτήν.



ΕΙΚΟΝΑ 11. / Half tone - Outline κείμενο

## 3. / ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

### 3.1. / ΑΦΙΣΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

Η αφίσα της εκδήλωσης (ΕΙΚΟΝΑ 12.) έχει διαμορφωθεί με τέτοιο τρόπο ώστε όλα τα στοιχεία που περιλαμβάνει να παρουσιάζονται ως ένα. Ακολουθεί το ύφος της ταυτότητας του ντεγκραντέ φόντο με το ανάγλυφο half tone εφέ και τον κύριο τίτλο της αφίσας όπου είναι γραμμένος με μεγάλα bold γράμματα τα οποία είναι τοποθετημένα πάνω σε μία εικόνα που απεικονίζει ένα χαρακτήρα από Fighting Game.

Τοποθετώντας, τον τίτλο πάνω στην εικόνα ενοποιεί τα στοιχεία μεταξύ τους. Παράλληλα, στο φόντο υπάρχουν τα γράμματα που προέρχονται από τον τίτλο σε

μορφή περιγράμματος όπου και αυτά βοηθούν να δημιουργηθεί η αίσθηση του αναγλύφου. Στο κάτω μέρος της σύνθεσης βρίσκονται οι πληροφορίες σχετικά με την εκδήλωση και οι χορηγοί της. Το μέγεθος της είναι Α3.



ΕΙΚΟΝΑ 12. / Αφίσα Α3

### 3.2. / ΓΙΓΑΝΤΟΑΦΙΣΑ

Στην εφαρμογή αυτή, η γιγαντοαφίσα (ΕΙΚΟΝΑ 13.) χωρίζεται σε τέσσερις ζώνες, δύο από αυτές βρίσκονται στην δεξιά και αριστερή πλευρά της σύνθεσης όπου η κάθε μία εικόνα περιλαμβάνει από ένα χαρακτήρα ενός Fighting Game. Στο κέντρο της σύνθεσης βρίσκεται η τρίτη ζώνη όπου υπάρχει ο τίτλος της αφίσας σε μεγάλη κλίμακα ώστε να είναι ευανάγνωστη, πάνω ακριβώς από τον κύριο τίτλο είναι τοποθετημένο το λογότυπο της διοργάνωσης ενώ επίσης κάτω από το τίτλο υπάρχει η ημερομηνία της εκδήλωσης με μικρότερα γράμματα και η τέταρτη ζώνη βρίσκεται στο κάτω σημείο της αφίσας όπου

απεικονίζονται οι χορηγοί της διοργάνωσης. Η κλίμακα των στοιχείων στην σύνθεση είναι με τέτοιο τρόπο διαμορφωμένη ώστε να γίνονται εύκολα, αντιληπτά και ευανάγνωστα τα στοιχεία, αφού η γιγαντοαφίσα θα βρίσκεται σε ένα πολύ ψηλό σημείο του χώρου, που ο περαστικός δεν θα μπορεί να πλησιάσει κοντά της. Το μέγεθος της γιγαντοαφίσας είναι 6x3 μέτρα.



ΕΙΚΟΝΑ 13. / Γιγαντοαφίσα 6x3 m

## 3.3. / ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ - VIP PASS

Το εισιτήριο της διοργάνωσης (ΕΙΚΟΝΑ 14.) όπως και οι άλλες εφαρμογές ακολουθεί το ίδιο ύφος της ταυτότητας. Χρησιμοποιείται το σήμα της διοργάνωσης χωρίς κάποιο τίτλο παρά μόνο με την ακολουθία μίας εικόνας, ενώ στο κάτω μέρος του αναγράφονται οι πληροφορίες σχετικά με την τιμή του, το barcode του κ.λπ. Το μέγεθος του απλού εισιτηρίου είναι 7x20 cm και το ύφος του τηρεί την αισθητική της ταυτότητας όχι μόνο για να υπάρχει μία συνοχή αλλά και για να αποτελεί ένα αναμνηστικό αντικείμενο (όπως ως σελιδοδείκτη) από την εκδήλωση αυτή, ώστε ο επισκέπτης να θέλει να το κρατήσει

και να το διατηρήσει μελλοντικά ως ενθύμιο. Εκτός, από το απλό εισιτήριο υπάρχει και το VIP PASS το οποίο δίνεται σε ειδικούς καλεσμένους (ΕΙΚΟΝΑ 15.). Ο σχεδιασμός τους διαφέρει διότι το VIP PASS είναι μία «κάρτα» με λουρί, όπου η σύνθεση της περιλαμβάνει το σήμα της διοργάνωσης, τον τίτλο «VIP PASS», μία εικόνα χαρακτήρα, το όνομα του επισκέπτη και στο πίσω μέρος της ένα QR CODE που χρησιμοποιείται για πιστοποίηση (ΕΙΚΟΝΑ 16.). Το μέγεθος του VIP PASS είναι 11x14 cm.



ΕΙΚΟΝΑ 14. / Εισιτήριο



ΕΙΚΟΝΑ 15. / VIP PASS, Α όψη



ΕΙΚΟΝΑ 16. / VIP PASS, Β όψη

## 3.4. / ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ - ΔΩΡΑ

Κατά την είσοδο στο χώρο της εκδήλωσης θα παρέχεται στον επισκέπτη ένα δώρο. Μια μικρή σακούλα (29.7 x 38.1 cm) (ΕΙΚΟΝΑ 17.) στην οποία θα περιέχεται μία αφίσα A4 (ΕΙΚΟΝΑ 17.), αυτοκόλλητα (ΕΙΚΟΝΑ 18.), κονκάρδες (ΕΙΚΟΝΑ 18.), ένα βραχιόλι (2.5 x 3.5 cm) (ΕΙΚΟΝΑ 19.) και ένα βιβλιαράκι (21 x 21 cm) (ΕΙΚΟΝΑ 20.,21.) με τις πληροφορίες σχετικά με την διοργάνωση και τα Fighting Games. Όλα αυτά είναι σχεδιασμένα με την ίδια λογική όλων των εφαρμογών της εταιρικής ταυτότητας και το κάθε δώρο περιέχει το λογότυπο της διοργάνωσης απεικονίζοντας ένα διαφορετικό χαρακτήρα, σε

αντίθεση με αυτούς που προωθούνται στις προωθητικές καμπάνιες. Ο λόγος είναι για να δημιουργήσει την αξία της συλλογής έτσι ώστε ο επισκέπτης να θεωρεί κάθε δώρο ξεχωριστό. Για την απόκτηση παραπάνω αντικειμένων όπως καπέλο (ΕΙΚΟΝΑ 22.), τσάντα (ΕΙΚΟΝΑ 22.) και κούπα (ΕΙΚΟΝΑ 23.), ο επισκέπτης πρέπει να μεταβεί στο ειδικό stand προώθησης της εκδήλωσης που θα υπάρχει στο χώρο της και σε καταστήματα πώλησης ηλεκτρονικών παιχνιδιών.



ΕΙΚΟΝΑ 17. / Σακούλα δώρων - Αφίσα A4



ΕΙΚΟΝΑ 18. / Αυτοκόλλητα - Κονκάρδες



ΕΙΚΟΝΑ 19. / Βραχιόλι A-B όψη



ΕΙΚΟΝΑ 20. / Βιβλιάρaki εξώφυλλο



ΕΙΚΟΝΑ 21. / Καπέλο - Τσάντα



ΕΙΚΟΝΑ 21. / Βιβλιάρaki εσωτερικό



ΕΙΚΟΝΑ 21. / Κούπα



## 3.5. / STANDS

Τα stands της διοργάνωσης είναι δύο: ένα λειτουργεί ως σήμανση μέσα στο χώρο της εκδήλωσης (**ΕΙΚΟΝΑ 22.**) και το δεύτερο ως μέσω προώθησης του μαγαζιού που πουλάει αναμνηστικά δώρα της (**ΕΙΚΟΝΑ 22.**). Πιο συγκεκριμένα το πρώτο stand, έχει ύψος 1,70 cm και πλάτος 60 cm και πάνω του αναγράφεται η ονομασία του χώρου (π.χ. W.C.) με ένα βέλος που δείχνει την κατεύθυνση της πορείας που πρέπει να ακολουθήσει ο επισκέπτης ώστε να φτάσει σ' αυτό το σημείο. Εκτός από αυτό, στο πάνω μέρος του αναγράφεται η ονομασία της εκδήλωσης και το σήμα της ενώ στο κάτω αριστερά μέρος της

σύνθεσης απεικονίζεται ένας χαρακτήρας. Το δεύτερο stand, έχει ύψος 2,10 cm και πλάτος 80 cm, περιλαμβάνει το σήμα της διοργάνωσης στο πάνω μέρος του και στο κάτω του περιέχει την ονομασία της διοργάνωσης, ένα σλόγκαν, μία εικόνα του ίδιου χαρακτήρα και το μεγάλο χορηγό της διοργάνωσης.



**ΕΙΚΟΝΑ 22.** / Stand σήμανσης - Stand προώθησης προϊόντων

## 3.6. / ΜΠΛΟΥΖΕΣ

Οι μπλούζες της εκδήλωσης που θα φοριούνται από τους υπαλλήλους της, ακολουθούν και αυτές με την σειρά τους το ύψος της ταυτότητας. Η μπροστινή και η πίσω όψη τους (**ΕΙΚΟΝΑ 23.**) αναγράφει με μεγάλα bold με πατούρες γράμματα την λέξη «STAFF» όπου σημαίνει "υπάλληλος". Με αυτόν τον τρόπο θα αναγνωρίζουν οι επισκέπτες ποιοι είναι οι υπάλληλοι της εκδήλωσης για περαιτέρω πληροφορίες. Στην μπροστινή όψη της μπλούζας, στο κέντρο απεικονίζεται το λογότυπο της εκδήλωσης, στο κάτω μέρος της υπάρχει μία εικόνα χαρακτήρα ενώ στο πίσω μέρος της μπλούζας στο κάτω μέρος,

είναι τοποθετημένο το λογότυπο του χορηγού (και στο πάνω μέρος της μπλούζας αναγράφεται το @redbull που χρησιμοποιείται για την αναζήτηση του χορηγού στο διαδίκτυο). Αξίζει να σημειωθεί ότι στην πίσω όψη πάνω από την λέξη «STAFF» αναγράφεται και το ονοματεπώνυμο του υπαλλήλου, για να μπορούν οι επισκέπτες και οι ίδιοι οι υπάλληλοι να αναγνωρίζουν το προσωπικό και να απευθυνθούν σε κάποιον συγκεκριμένο άμα χρειαστεί.



**ΕΙΚΟΝΑ 23.** / Μπλούζα Α-Β όψη

## 3.5. / SCOREBOARD

Για να δημιουργήσω το scoreboard αρχικά μελέτησα το layout του UI - HUD [vii][viii]\* που χρησιμοποιούν τα Fighting Games για να δείξουν πόσο χρόνος απομένει μέχρι να τελειώσει ο γύρος, οι ζωές των χαρακτήρων και ποιος γύρος είναι. Αυτά τα στοιχεία, είναι ο βασικός πυρήνας για ένα παιχνίδι τέτοιου είδους, διότι αποτελούν σημαντικές πληροφορίες που θα πρέπει να γνωρίζει ο παίκτης κατά την διάρκεια του γύρου και στην συνέχεια του αγώνα. Σε κάθε παιχνίδι, όμως, το ύφος τους και ο τρόπος τοποθέτησης τους στην οθόνη αλλάζει, αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μην υπάρχει συνοχή ώστε

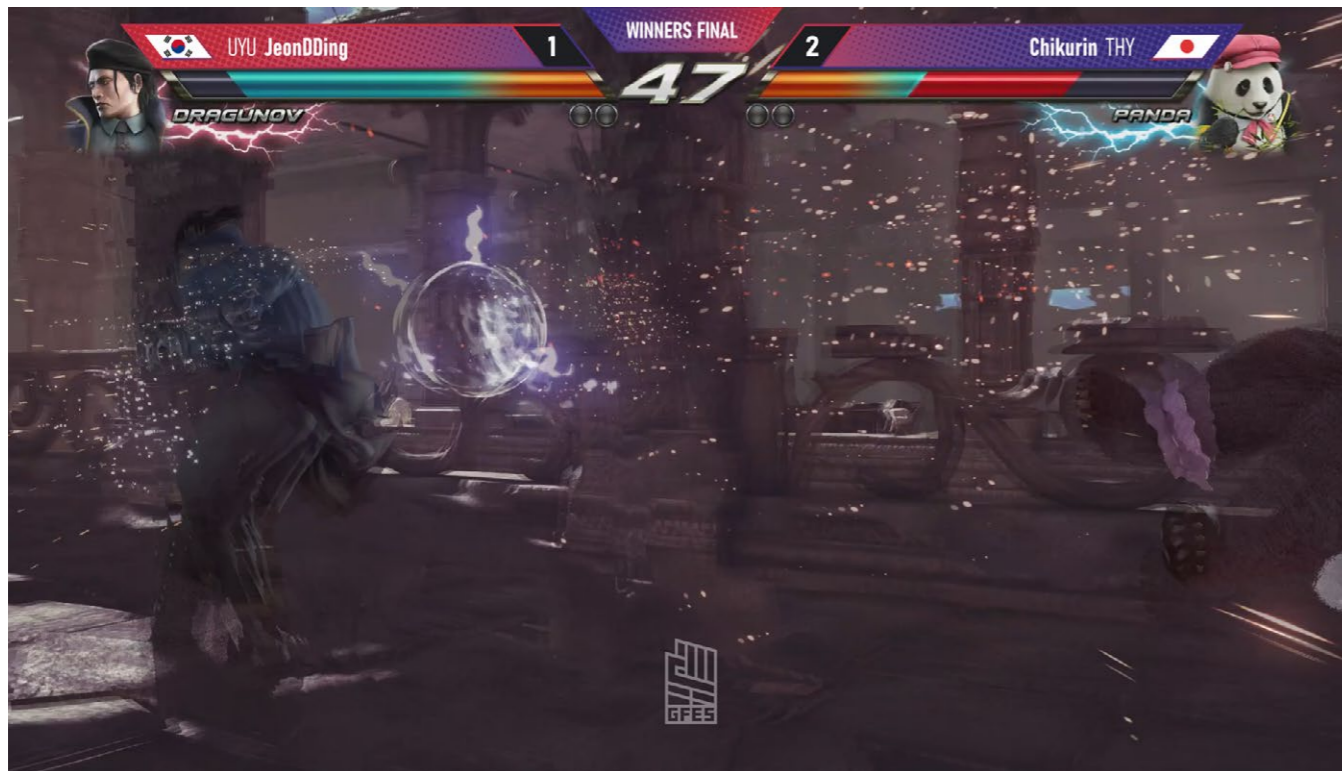
μία διοργάνωση να μπορεί να έχει ένα κοινό layout για το scoreboard (για live υπηρεσίες) όλων αυτών των παιχνιδιών. Μελετώντας το UI - HUD layout των περισσότερων Fightings Games, λοιπόν, κατέληξα στην δημιουργία ενός scoreboard (ΕΙΚΟΝΑ 24.) το οποίο θα βρίσκεται στο πάνω μέρος της οθόνης (όπου και βρίσκονται τις περισσότερες φορές οι μπάρες ζωής των χαρακτήρων του παιχνιδιού) ώστε οι πληροφορίες που χρειάζεται να βλέπει ο θεατής να βρίσκονται κοντά μεταξύ τους για να μην χάνει καμία στιγμή από τον αγώνα φάχνοντας πληροφορίες. Οι πληροφορίες που απεικονίζονται στο

scoreboard για τους θεατές, είναι οι εθνικές σημαίες των παικτών που βρίσκονται στην άκρη του μέσα σε ένα μικρό τραπέζιο σχήμα, ακολουθεί δίπλα τους με συντομογραφία το όνομα της ομάδας που είναι εγγεγραμμένος ο αθλητής (και όταν δεν είναι γραμμένος σε κάποια ομάδα, παραμένει κενό) και το όνομα του παίκτη με λευκά bold γράμματα. Στο κέντρο του scoreboard βρίσκεται το κείμενο όπου αναφέρει την φάση του αγώνα (δηλαδή, ημιτελικός, τελικός κ.λπ.) και αριστερά και δεξιά του μέσα σ' ένα τραπέζιο πλαίσιο αναγράφεται το score του αγώνα. Το σχεδιαστικό ύφος του scoreboard

ακολουθεί και αυτό το ύφος της εταιρικής ταυτότητας της διοργάνωσης. Το ντεγκραντέ φόντο ξεκινά από την αριστερή άκρη που βρίσκεται ο παίκτης 1 με κόκκινο χρώμα και τελειώνει στην άκρη της δεξιάς πλευράς με μπλε όπου βρίσκεται ο παίκτης 2, σε συνδυασμό με το ανάγλυφο half tone εφέ.

Τέλος, τα motion graphics του scoreboard τα έχω διαμορφώσει με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι ομαλές και ξεκάθαρες οι κινήσεις τους για να μην επηρεάζουν το «κεντρικό θέαμα» που παρακολουθεί ο θεατής, καθώς επίσης το τελικό animation (ΕΙΚΟΝΑ 25.) τους (που «ξετυλίγονται» τα score) είναι

βασισμένο στο ύφος των κύριων τίτλων με τη γραμματοσειρά με πατούρες, οι οποίες αποδίδουν μία αίσθηση δυναμικότητας και μάχης. [xviii]\*



ΕΙΚΟΝΑ 24. / Scoreboard



ΕΙΚΟΝΑ 25. / Scoreboard animation

## 3.6. / TRANSITIONS

Τα transitions για τις live μεταδόσεις τα παρήγαγα με σκοπό να γίνεται ομαλή η μετάβαση από την μία σκηνή στην άλλη. Τα transitions αυτά είναι δύο: ένα για γενικές μεταβάσεις μεταξύ των σκηνών και ένα για τα Replays. Και τα δύο transitions τα διαμόρφωσα να διαρκούν περίπου 2 με 3 δεύτερα ώστε να είναι ομαλή η μετάβαση και να μπορεί ο θεατής να διαβάσει τις πληροφορίες που αναγράφονται πάνω τους (π.χ. την ονομασία της διοργάνωσης (**EIKONA 26.**) ή το «Replay» (**EIKONA 27.**) κ.λπ.).

Όπως και τα motion graphics του scoreboard έτσι και τα transitions έχουν ένα animation

το οποίο βασίζεται στο ύφος των πατουρών που χρησιμοποιείται στους τίτλους (**EIKONA 28.**). Δηλαδή έναν κυματισμό, ο οποίος ξεκινά από την πάνω δεξιά γωνία και τελειώνει στην κάτω αριστερά για να ακολουθεί την ίδια πορεία - κλίση με τον τίτλο που εμφανίζεται στο transition (με fade in και fade out). Σε αντίθεση με το scoreboard τα διακοσμητικά στοιχεία των transitions είναι motion graphics, το half tone εφέ κινείται από την πάνω αριστερή γωνία στην κάτω δεξιά σε επανάληψη με σχετικά αργό ρυθμό ώστε να μην κουράζει τον θεατή. Οι πληροφορίες που υπάρχουν στο Replay transition,

είναι μόνο ο τίτλος REPLAY, εφόσον αποτελεί μέρος των συγκεκριμένων σκηνών σε αντίθεση με το γενικό transition το οποίο προωθεί τη διοργάνωση.

Οι μικρές διαφορές που υπάρχουν στα δύο transitions είναι για να ξεχωρίζει η θεματολογία τους (ο σκοπός τους), με άλλα λόγια, να μπορεί να ξεχωρίζει ο θεατής ότι το transition του Replay είναι το X και το γενικό transition της διοργάνωσης είναι το Y, κρατώντας προφανώς κοινά χαρακτηριστικά από την ταυτότητα του brand. Αριστερά και δεξιά του τίτλου (στο transition του Replay από πάνω και από κάτω του) υπάρχουν τα αντίγραφα του

σε μορφή outline τα οποία κινούνται αντίθετα μεταξύ τους, η χρησιμότητά τους είναι για κεντρίσει το μάτι του θεατή στον τίτλο λόγω της κίνησης που γίνεται «πάνω» στο τίτλο. Οι πληροφορίες που υπάρχουν στο γενικό transition είναι το σήμα της διοργάνωσης, ο τίτλος - λογότυπο της διοργάνωσης και ακριβώς από κάτω τους ο μεγάλος χορηγός της.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι μετά το transition του Replay, εμφανίζεται ένα overlay το οποίο είναι σαν κάδρο και αναπαράγει το στιγμιότυπο σε slow motion, αυτό το overlay αποτελεί μέρος της σκηνής του Replay (**EIKONA 29.**) και

ακολουθεί την ίδια λογική με το transition του και σε θέμα motion graphics αλλά και σε αισθητικό, με την διαφορά μόνο ότι πάνω κεντρικά εμφανίζεται ο τίτλος REPLAY.

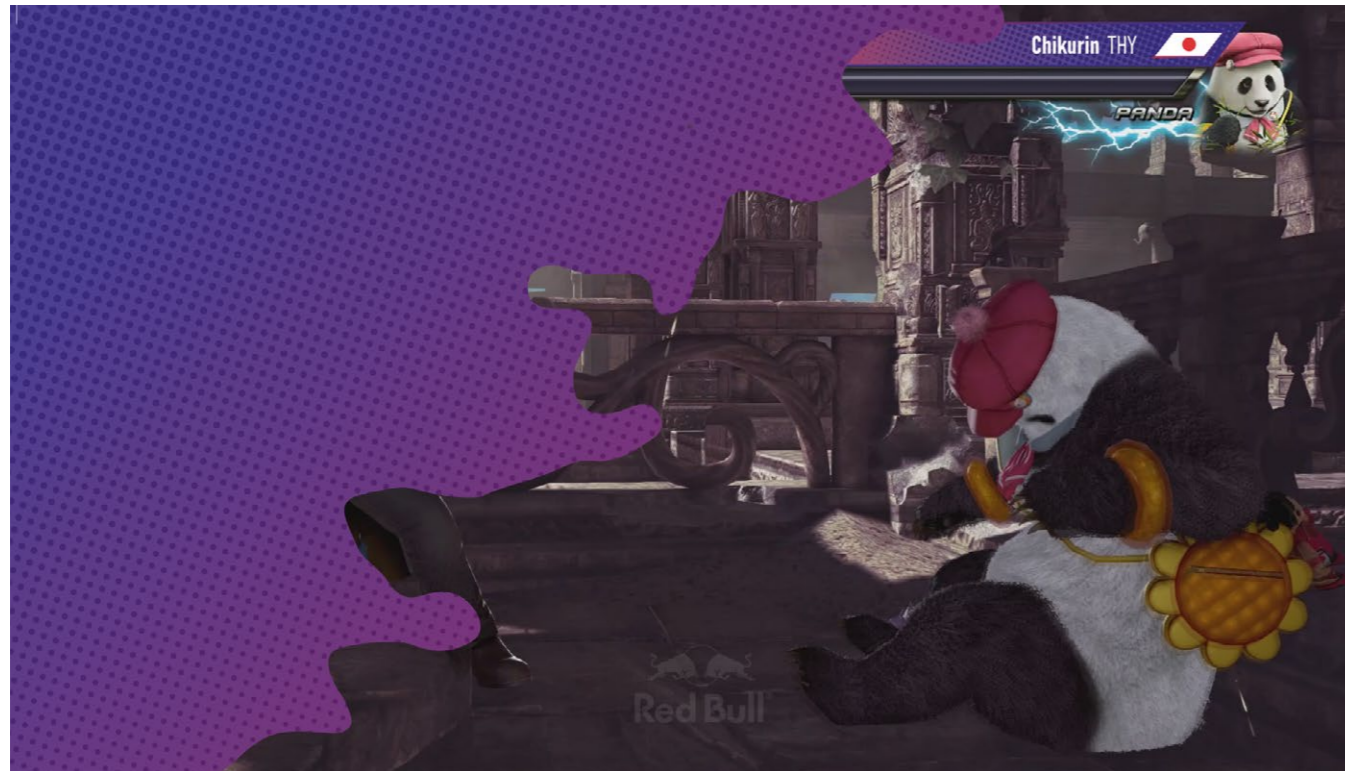
[xviii]\*



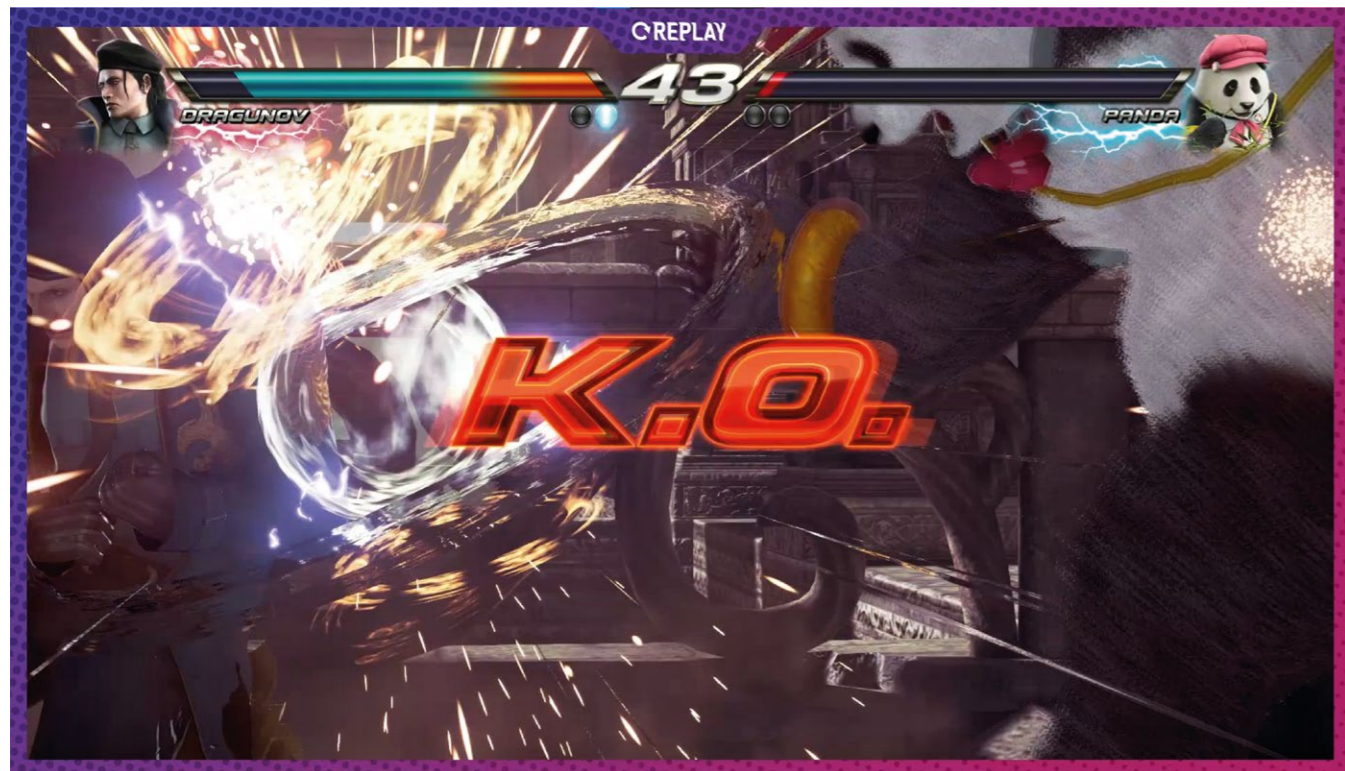
**EIKONA 26.** / Γενικό transition



**EIKONA 27.** / Replay transition



ΕΙΚΟΝΑ 28. / Ύφος animation



ΕΙΚΟΝΑ 29. / Σκηνή Replay

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Εν κατακλείδι, παρατηρούμε ότι τα τελευταία χρόνια η βιομηχανία της ψυχαγωγίας μεγαλώνει εκθετικά προσφέροντας νέα μέσα ψυχαγωγίας στο κοινό, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται συνεχώς νέες ανάγκες. Όπως είδαμε παραπάνω, μία από αυτές τις ανάγκες αποτελεί και η live μετάδοσή για διοργανώσεις, πρωταθλήματα, τουρνουά παιχνιδιών ή και για καθημερινό livestreaming το οποίο γίνεται όλο και περισσότερο απαιτητικό μέσα στα χρόνια λόγω της μεγάλης ζήτησης του. Με αυτό το ζήτημα έτσι και πολλά επαγγέλματα και συγκεκριμένα του γραφίστα συνεχίζει να προσαρμόζεται στις νέες ανάγκες της κοινωνίας.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

**[i]** <https://edition.cnn.com/2018/08/27/us/esports-what-is-video-game-professional-league-madden-trnd/index.html>

**[ii]** <https://www.esports.com/en>

**[iii]** <https://britishesports.org/general-esports-info/what-are-esports-an-overview-for-non-fans/>

**[iv]** <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00336297.2016.1144517>

**[v]** <https://financesonline.com/video-game-demographic-statistics/>

**[vi]** <https://techjury.net/blog/video-game-demographics/#gref>

**[vii]** <https://visualsbyimpulse.com/stream-design-101-beginners-guide/>

**[viii]** <https://www.rhti.co.uk/a-checklist-for-designing-custom-graphic-overlays/>

**[ix]** <https://www.britannica.com/topic/electronic-fighting-game>

**[x]** <https://www.npl.co.uk/resources/q-a/are-g-forces-caused-by-gravity>

### ΠΗΓΕΣ ΒΙΒΛΙΩΝ - THESIS

**[xi]** Michael G. Wagner (2006). On the Scientific Relevance of eSports

**[xii]** Daniel Railsback, Nicholas Caporusso (2018). Investigating the human factors in eSports performance / ISBN: 9781472977762

**[xiii]** Robert Boyle (2019). The History of Video Games and the Rise of eSports

**[xiv]** William Collis (2020). The Book of Esports / ISBN: 9781948122573

**[xv]** Dal Yong Jin (2021). Global esports: Transformation of Cultural Perceptions of Competitive Gaming / ISBN: 9781501368769

**[xvi]** David Edery, Ethan Mollick (2008). Changing the Game: How Video Games Are Transforming the Future of Business / ISBN: 9780132171472

**[xvii]** Peter Zackariasson, Timothy Wilson (2012). The Video Game Industry: Formation, Present State, and Future / ISBN: 9781138803831

### TRANSITION - SCOREBOARD BINTEO

**[xviii]** <https://drive.google.com/file/d/1HM2-xE5XdxTbHOOp21SWduFUP0vEE1xLO/view?usp=sharing>

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**  
**BRANDING**

ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΣ  
Α.Μ. 17009  
2021

