



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Joel Järvi

Pelitapahtumien tuotantoprosessi

Pelit ja pelaaminen kulttuurialan syövereissä

Opinnäytetyö
Syksy 2022
Kulttuurituottaja (AMK)



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Tutkinto-ohjelma: Kulttuurituottaja (AMK)

Suuntautumisvaihtoehto:

Tekijä: Joel Järvi

Työn nimi: Pelitapahtumien tuotantoprosessi - Pelit ja pelaaminen kulttuurialan syövereissä

Ohjaaja: Satu Lautamäki

Vuosi: 2022

Sivumäärä: 48

Liitteiden lukumäärä: 1

Pelit ja pelaaminen ovat nousseet yhä enemmän viime vuosikymmenten aikana valtavirtaan, ja tapahtumatuotannossa tämä näkyy pelitapahtumien muodossa. Tämän työn tarkoituksena oli selvittää, mikä asema pelitapahtumilla on kulttuurialalla ja onko niillä samanlaista kulttuuriarvoa kuin taidenäyttelyn tapaisilla kulttuuritapahtumilla.

Työ koostuu teoriaosuudesta, jossa käydään läpi pelitapahtumien eri tyyppilajeja sekä tapahtumatuotannon prosessia, ja laadullisesta tutkimusprosessista, jota varten on haastateltu kuutta pelitapahtumien tuottajaa, etsien mahdollisimman monipuolisia näkemyksiä pelitapahtumien tuotannosta, niiden tarkoituksesta elämyskokemuksesta kävijälle sekä niiden nykyasemasta ja tulevaisuudesta. Tämän aineiston analyysistä saatiin muodostettua selkeä kokonaiskuva pelitapahtumien tuotannosta ja asemasta nyt ja tulevana vuosina.

Tuloksena kävi ilmi, että pelitapahtumat ovat hyvin yhteisökeskittyneitä tapahtumia, joiden tavoitteena on antaa peliharrastajille normaalista pelaamisesta eroava kokemus, johon liittyy hauskanpito ja yhteinen tekeminen muiden kävijöiden ja järjestäjien kanssa. Pelitapahtumat myös edesauttavat peleihin liittyvän alempiarvoisuuden ja käytöshäiriöiden (kuten riippuvuuden, laiskuuden ja aggression) stigman poistamista, ja nouseva kiinnostus pelejä kohtaan lupaa tapahtumien mahdollista nousukasvua ajan kuluessa. Tapahtumien kulttuuriarvo muodostuu ihmisten elämän rikastuttamisesta näiden elementtien avulla ja pelaamisen sosiaalisuuden korostuksesta.

¹ Asiasanat: pelit, tapahtumat, elämys, kulttuuriarvo

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Degree programme: Kulttuurituottaja (AMK)

Specialisation:

Author: Joel Järvi

Title of thesis: The production process of gaming events – Gaming in the depths of the cultural sphere

Supervisor: Satu Lautamäki

Year: 2022

Number of pages: 48

Number of appendices: 1

Gaming has become more and more accepted in the mainstream during the last few decades, and in the cultural sector, this can be seen in the form of gaming events. The purpose of this thesis was to discover what kind of role gaming events serve in the cultural sector and if they have a similar type of cultural value to events such as art exhibitions.

Contained in this thesis is a theory part which goes through different types of gaming events and the process of event production, followed by a qualitative research process in which six different gaming event producers were interviewed for their comprehensive views on the production of gaming events, the intended experience for the visitors, and the events' current and future positions. After an analysis on the collected material, a clear overall picture of the production of gaming events now and in the coming years was formed.

It materialized that gaming events are very focused on the community experience, and their goal is to give game enthusiasts a very different experience from, for example, gaming at home. An integral part of this experience is the shared fun the visitors and the organizers have as a part of the event's interactive program. Gaming events also further the erasure of stigmatization surrounding games relating to disorders in conduct (such as addiction, laziness, and aggressiveness), and the rising interest in games suggests a possible rise for gaming events as time goes on. The cultural value of these events is formed from these afore-mentioned elements enriching people's lives and highlighting gaming's social effects.

¹ Keywords: games, events, experience, cultural value

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo	6
Käytetyt termit ja lyhenteet.....	7
1 JOHDANTO	8
2 PELITAPAHTUMAT KÄSITTEENÄ	10
2.1 Pelitapahtumien eri tyypit	10
2.1.1 Pelimessut ja peliconit	10
2.1.2 LAN-tapahtumat ja peli-illat	12
2.1.3 Livepelaamistapahtumat	14
2.1.4 Esports-turnaukset.....	15
2.2 Tuotannon prosessi.....	18
2.2.1 Tapahtumatuotannon osa-alueet	19
2.2.2 Sidosryhmät.....	20
2.2.3 Tiimin johtaminen.....	22
2.2.4 Tapahtuma on elämys	23
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	25
3.1 Tutkimusmenetelmä	25
3.2 Haastatteluprosessin suunnittelu.....	25
3.3 Haastattelun toteutus	26
4 AINEISTON ANALYYSI.....	29
4.1 Pelitapahtumien tuotannolliset erikoisuudet	30
4.1.1 Oikeita välineitä kävijöille	30
4.1.2 Raha tuotannon haasteena.....	31
4.2 Elämyskokemuksen rakentaminen.....	32
4.2.1 Yhteisön kautta elämyksiin.....	32
4.2.2 Osana peliporukkaa	34

4.3	Pelikulttuurin kasvu rakentaa tulevaisuutta	36
4.3.1	Pelikulttuurin monet kasvot	36
4.3.2	Tulevaisuuden toiveet ja huolet.....	38
5	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	40
	LÄHTEET	45
	LIITTEET	48

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 1. Pelikehittäjä Ubisoftin koju vuoden 2011 E3-tapahtumassa	11
Kuva 2. Tunnelmaa 24-tuntisesta LAN-tapahtumasta UVU Granden tanssisalissa	13
Kuva 3. LCS EU Summerin finaalit Pariisin AccorHotel Arenas Parisissa	16
Kuvio 1. Tapahtumatuotannon verkosto	21
Kuvio 2. Kerätyn aineiston jaottelu kolmeen pääteemaan	29
Taulukko 1. Top 10 suurinta palkintopottia eSportsissa.....	18

Käytetyt termit ja lyhenteet

LAN	Lyhenne englannin kielen termistä "local area network". Tarkoittaa lähiverkkoa, eli tietoverkkoa, jossa samassa tilassa olevat pääte-laitteet tai tietokoneet on liitetty yhteen ilman internetiä.
Liveroolipelaaminen	Roolipelaamisen muoto, jossa pelaajat omaksuvat ja esittävät omaa roolihahmoaan fyysisesti muun muassa pukeutumalla hahmonsa mukaisesti. Tunnetaan myös lyhenteellä "larppaus".
Cosplay	Peräisin englannin kielen sanoista "costume" ja "play". Tarkoittaa pukeutumista joksikin fiktionaaliseksi hahmoksi.
eSports	Elektroninen urheilu tai kilpapelaaaminen. Harrastetaan tiimeissä tai yksilöpelaajina pelistä ja pelimuodosta riippuen.

1 JOHDANTO

Pelit ja pelaaminen ovat nykyään yksi yhä enemmän ja enemmän valtavirtaan nousevista median muodoista. Kuten Tom Chatfield (2011) kirjoittaa, varsinkin videopeleillä on ollut tietynlainen stigma riippuvuuteen ja väkivaltaisuuteen aiheuttajana, mutta todellisuudessa ne eivät ole yhtään sen vaarallisempia kuin mikä tahansa muu mediamuoto, kuten elokuva tai rock-musiikki. Pelit eivät ole ohimenevä ilmiö, joten on tärkeää kehittää pelilukutaitoa ja ottaa pelit vakavasti osana nykyajan mediankäyttökulttuuria, jotta pelikulttuuri kehittyisi haluttuun suuntaan (Karvinen & Sotamaa, 2015).

Eräs tärkeä pelaamisen aiheuttama trendi, joka auttaa esimerkiksi opetuksessa ja palveluiden rakentamisessa, on pelillistäminen. Kyseessä on siis erilaisten pelimekaniikkojen asetelu aivan toisenlaiseen toimintaan, kuten töiden palasteluun pelitasojen tavalla tai ihmisten rohkaiseminen jonkin asian keräämiseen palkintoa kohti nousevan pistelaskurin avulla (Ängeslevä, 2014). Lisäksi, vaikka pelaaminen voidaan nykyisin mieltää vain digitaaliseen pelaamiseen, tähän kenttään kuuluvat myös perinteiset lautapelit ja live-roolipelaaminen eli larppaus. Jopa lastenleikit voidaan laskea eräänlaisiksi peleiksi, tehden pelaamisen termistä paljon bittiavaruutta laajemman.

Tapahtumatuottamisen alalla pelit tulevat näkyviin pelitapahtumien muodossa. Niiden määrä on lisääntynyt viime vuosikymmenen aikana, ja niillä voi olla monenlaisia eri funktioita. Pelaamisen harrastajille pelitapahtumat tuovat viihdykettä ja osallistumista toimintaan oman kiinnostuksen parissa uudenaikaisessa ympäristössä, kun taas suuremmalle yleisölle ne tarjoavat lisätietoa peleistä, ikään kuin valistaen kansaa pelien todellisesta luonteesta. Näin pelitapahtumat voivat näyttää ulkoapäin katsottuna, mutta onko asia kuitenkaan täysin niin? Onko pelitapahtumissa mukana jotain tiettyjä elementtejä, jotka tekevät siitä erityisen? Ja onko pelitapahtumalla näin samankaltaista kulttuuriarvoa kuin esimerkiksi taiteen näyttelyllä tai live-konsertilla?

Olen itse peliharrastajana osa pelitapahtumien kohdeyleisöä, mutta en ole tähän mennessä pohtinut niitä tapahtumatuottajan ammatillisesta näkökulmasta. Siksi itselleni tähän aiheeseen tarttuminen opinnäytetyötäni varten tuntui melko luonnolliselta, varsinkin kun en löytänyt itselleni toimeksiantajaa. Ottaen jälleen huomioon kuinka paljon pelaaminen on

yleistynyt nykypäivänä, aihe on tärkeä kulttuurialan suuremmassa mittakaavassa, mutta se tukee myös omaa henkilökohtaista haluani käyttää ja soveltaa tuottajana oppimaani ammattitaitoa läheisen harrastuksen parissa.

Opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa pelitapahtumien tuotantoprosessia ja sitä kautta nostaa esiin niille mahdollisesti ominaisia haasteita ja lisäarvoja, eli tapahtuman elämyksellisyyttä luovia tekijöitä. Aineisto on kerätty haastatteluiden avulla, joissa on puhutettu pelitapahtumien tuottajia tai muuten niiden produktiossa olevia avainhenkilöitä. Heidän vastauksensa sitten analysoidaan, joka puolestaan luo pohjan pohdinnalle, jonka avulla toivon voivani valottaa pelitapahtumien arvoa kulttuurialalla. Tässä opinnäytetyössä esitän tutkimuksen prosessin alusta loppuun, päättäen pohdintaan siitä, mikä rooli pelaamiskulttuurilla on kulttuurialan suuressa mittakaavassa, tai miksi mitään suurempaa roolia ei ole.

Työ jakautuu siis karkeasti teoriaosuuteen, tutkimusmenetelmän ja sen toteuttamisen esittelyyn, sekä saadun aineiston analyysiin ja pohdintaan. Teoriaosuus keskittyy pelitapahtumien määrittelyyn, eri pelitapahtumatyyppien esittelyyn ja tuotannon prosessin läpikäyntiin, jotka luovat pohjan tutkimuksesta saatavalle aineistolle. Tutkimuksen yksityiskohtaisella esittämisellä demonstroidin työni suunnitelmaa käytännössä, ja viimeisissä luvuissa pyrin poimimaan vastaukset esittämiini kysymyksiin kerätystä aineistosta sekä tekemään johtopäätöksiä tekemästäni vastauksien analyysistä.

2 PELITAPAHTUMAT KÄSITTEENÄ

Pelitapahtumalla voidaan tarkoittaa mitä tahansa tapahtumaa, johon pelit ja pelaaminen liittyvät hyvin kiinteästi. Useimmiten nämä tapahtumat ovat hyvin interaktiivisia, eli yleisö pääsee itse pelaamaan tai kokeilemaan pelaamista tapahtumassa. Joskus tapahtumien keskipisteenä on itse pelaaminen, mutta jotkut pelitapahtumat keskittyvät pelien esittelyyn tai niistä keskusteluun, ja näiden erilaiset yhdistelmät ovat myös mahdollisia. Pelitapahtumilla ei myöskään ole mitään tiettyä kokoluokkaa; ne voivat olla pieniä matalan kynnyksen kirjastotapahtumia tai suuria messukeskuksen vaativia näyttelyitä.

2.1 Pelitapahtumien eri tyypit

Pelitapahtumia pystytään jaotella kaikille tapahtumille tyypillisten ominaisuuksien, kuten niiden muodon ja koon perusteella (Dowson & Bassett, 2015, s. 2–8). Näin ollen ne voidaan jakaa karkeasti kuuteen eri tyyppiin: pelimessuihin, peliconeihin tai con-tapahtumiin, LAN-tapahtumiin, livepelaamistapahtumiin, eSports-turnauksiin ja peli-iltoihin. Näiden tyyppien rajat ovat kuitenkin häilyviä, ja useat pelitapahtumat voivat sijoittua enemmän kuin yhteen kategoriaan. Yhteistä kuitenkin kaikille on niiden keskittyminen peleihin, ja kaikissa on tiettyjä avainpiirteitä, joista eri tyypit voi tunnistaa.

2.1.1 Pelimessut ja peliconit

Maailmalla ehkäpä tunnetuin pelitapahtuman muoto ovat pelimessut, jotka toimivat pitkälti samalla tavalla kuin muilla aloilla järjestettävät messutapahtumat, eli tuotteiden mainostaminen ja niistä keskustelu potentiaalisien asiakkaiden kanssa (Rasila, 2016, s. 15). Pelimessujen tarkoituksena on siis levittää tietoa uusimmista pelialan saavutuksista, kuten uusista tulevista peleistä, pelilaitteiston teknologisista edistyksistä tai muista pelikehittäjien tärkeäksi katsomista ilmoitusasioista. Näitä tapahtumia voidaan järjestää joko suljettujen ovien takana pelialan ammattilaisille ja median edustajille, tai avoimena suuren yleisön nähtäväksi ja joissain tapauksissa myös kokeiltavaksi.

Tunnetuin pelimessutapahtuma maailmalla on Yhdysvaltain Los Angelesissa vuosittain järjestettävä Electronic Entertainment Expo (lyh. E3), jossa eri pelikehittäjät esittelevät uusia

tulevia pelejä suurelle yleisölle. Tapahtumaa on järjestetty vuodesta 1995 lähtien, ja se on toiminut pelikehittäjien näytön paikkana koko historiansa ajan (Patterson, 2015). Tapahtuma on kärsinyt lähivuosina koronapandemian takia, mutta sen jättämä jälki peliyhteisöön tekee E3:sta yhä hyvin tunnistettavan nimen ja tärkeän osan pelialan historiaa. Kuva 1 Los Angelesin messukeskuksen sisältä tapahtuman aikana näyttää tapahtuman skaalaa ja suosiota. Toinen suuri pelimessutapahtuma on Saksan Gamescom, jossa suuret pelialan nimet näyttävät parhaimmista tuhansien kokoiselle yleisölle. Suomessa pelimessut ovat kuitenkin hieman vieraampia. Ainoa Suomessa järjestetty merkittävä pelimessutapahtuma oli Helsingin Messukeskuksessa järjestetty GameXpo, mutta sen järjestäminen lopetettiin kannattamattomuuden vuoksi vuonna 2019 (Hartikainen, 2019).



Kuva 1. Pelikehittäjä Ubisoftin koju vuoden 2011 E3-tapahtumassa (Kline, 2011).

Peliconeilla tarkoitetaan peleihin keskittyviä con-tapahtumia. Pelimessujen tapaan peliconit eivät ole Suomessa kovin yleisiä ainakaan niiden puhtaassa muodossa, vaikka con-tapahtumia Suomesta kyllä löytyy useitakin. Toisin kuin pelimessut, peliconit ovat täysin fanien järjestämiä, ja niitä pyöritetään usein vapaaehtoisvoimalla voittoa tavoittelematta. Voittoa tavoittelevia coneja on kuitenkin myös olemassa, ja yleensä nämä coneja järjestävät fanit voivat myös alkaa järjestää niitä ammattinaan (Lee, 2018). Niiden pääasiallista ohjelmaa ovat erilaiset paneelit, joissa keskustellaan lukuisista peleihin liittyvistä puheenaiheista, kuten tietyistä pelisarjoista tai -genreistä. Con-tapahtumille tyypillisesti peliconeissa kävijät voivat pukeutua suosikkipelihahmojensa mukaan, eli harrastaa cosplayta. Lisäksi coneissa

on myös yleensä myyntikojuja, jotka myyvät videopelejä ja muuta oheismateriaalia, ja paikalla voi olla kunniavieraita, eli pelialan tai muuten peleihin liittyviä julkisuuden henkilöitä.

Coneja järjestetään lukuisia määriä ympäri maailmaa joka vuosi. Suurimpien joukkoon kuuluvat muun muassa Brasil Game Show, Penny Arcade Expo ja MAGFest (Tedesco, 2021). Osalla näistä on jonkin verran päällekkäisyyttä muiden pelitapahtumatyyppien kanssa, mutta kaikkia yhdistää peliyhteisön ja -alan juhlistaminen. Vuosien saatossa nämä tapahtumat ovat keränneet yhä enemmän ja enemmän osallistujia, ja niistä on tullut pelien ympärille muodostuneen yhteisön kulmakiviä. Ne ovat paikkoja, joissa pelaajat saavat vapaasti keskustella omista suosikeistaan ja löytää lisää pelattavaa.

2.1.2 LAN-tapahtumat ja peli-illat

Astetta rennompia pelitapahtumia edustavat LAN-tapahtumat ja peli-illat. Toisin kuin pelimessuilla ja -coneissa, joissa päätarkoituksena on pelien esittely tai niistä keskustelu, nämä tapahtumatyypit keskittyvät yhdessä porukalla pelaamiseen. Ne vaihtelevat myös melko suuresti kokoluokaltaan, mutta varsinkin peli-illat ovat yleensä hyvin pieniä ja paikallisia. Suurimmat LAN-tapahtumat voivat tarvita suurenkin tapahtumapaikan, mutta niitäkin voidaan järjestää pienemmällä volyymilla.

LAN-tapahtumat, tai lähiverkkotapahtumat, (lyh. lanit) ovat joukkopelitapahtumia, joissa osallistujat pääsevät pelaamaan samassa tilassa toistensa kanssa. Näitä voidaan järjestää pienessä tietokoneluokan kaltaisessa tilassa, mutta myös suurissa saleissa täynnä pöytiä ja tietokoneita kävijöiden käytettäväksi. Pääpaino laneilla on usein moninpelaamisella, mutta myös yksinpelaamista on usein tarjolla (Keränen ym., 2016, s. 25–26). Pelaajat pelaavat peleissä joko toisiaan vastaan tai yhdessä tietokonetta vastaan, sekä myös mahdollisesti tekevät yhteistyötä pelissä jonkin yhteisen teoksen luomiseksi. Yleisimmin tapahtumien peligenrejä ovat erilaiset räiskintä-, urheilu-, strategia- ja taistelupelit, sekä myös erilaiset moninpelin omaavat rakennussimulaattorit, kuten Minecraft ja Terraria. Mukana on yleensä myös pieniä matalan kynnyksen oheiskilpailuja, joissa osallistujat voivat voittaa muun muassa lahjakortteja tai pelilaitteistoa (mts. 27–31). Nämä vaihtelevat ennakkovalmistelua vaativista tietokonegrafiikka- ja ohjelmointikilpailuista pieniin hullunkurisiin kisoihin, kuten tietokonehiirten tai diskettien heittämiseen.

LAN-tapahtumat kestävät usein muutaman päivän, yleisesti viikonlopun ajan, ja tyypillisesti osallistujilla on mahdollisuus yöpyä tapahtumapaikalla, joko omien paikkojensa luona tai nukkumiselle tarkoitetuissa lepotiloissa. Laneilla voidaan myös järjestää myös jonkinlaista ruokatarjoilua tai -myyntiä, mutta oman ruuan tuominen, sen valmistaminen ja niistä syntyvistä tiskeistä huolehtiminen ovat täysin kävijän omalla vastuulla. LAN-tapahtuman onnistuminen riippuu hyvin pitkälti osallistujien ja järjestäjien yhteistyöstä sekä molempien osapuolten sopimien yhteisten pelisääntöjen valvomisesta ja noudattamisesta. Kuva 2 näyttää esimerkkiä siitä, millaiset puitteet LAN-tapahtumissa on yleensä kyseessä.

Maailman suurin LAN-tapahtuma on Ruotsin Jönköpingissä järjestettävä DreamHack, jota järjestään kaksi kertaa vuodessa kesällä ja talvella. Se on yli 20-vuotisen historiansa aikana kasvanut festivaalin kaltaiseksi liveshow'ksi, jossa kävijät voivat pelaamisen lisäksi nauttia lukuisista eli kilpailuista, paneeleista ja jopa musiikkiesityksistä (Lind, 2019). Tapahtuma on myös ulottautunut Ruotsin rajojen ulkopuolelle, sillä DreamHackia järjestetään nykyisin monissa eri paikoissa ympäri maailmaa, kuten esimerkiksi Alankomaiden Rotterdammassa, Espanjan Valenciassa ja Kanadan Montrealissa. Suomikaan ei ole vieras LAN-tapahtumille, sillä se on ehkäpä tunnetuin pelitapahtuman muoto täällä kotimaassamme. Suurin suomalainen LAN-tapahtuma on Assembly, joka DreamHackin tavoin järjestetään kesällä ja talvella Helsingin Messukeskuksessa. Sen lisäksi ympäri Suomea järjestään useita vaihtelevan kokoisia laneja koko vuoden ajan, niin kokonaisien järjestöjen kuin pienempienkin porukoiden toimesta.



Kuva 2. Tunnelmaa 24-tuntisesta LAN-tapahtumasta UVU Granden tanssisalissa (Ben P L, 2019).

Peli-illoiksi voidaan laskea kaikenlaiset pienet, matalan kynnyksen pelitapahtumat. Tällaisia ovat yleensä kirjastoissa järjestettävät pelitapahtumat, jotka keskittyvät myös pelikasvatukseen ja pelilukutaidon parantamiseen (Rekilä, 2016, s. 9), sekä kaikenlaiset ihmisiä keräävät yhteispelitapahtumat, joissa ei varsinaisesti käytetä lähiverkkoa. Nämä tapahtumat ovat usein kertaluontoisia, ja ne toimivat pieninä yhteisinä illanviettoina tai rentoina päivätapauksina. Siksi niiden tyypillinen sisältö vaihtelee hyvin laaja-alaisesti, ja monilla on elementtejä myös muista pelitapahtumatyypeistä.

Koska peli-illat ovat pitkälti pieniä, paikallisia ja kertaluontoisia, on vaikea mainita mitään merkittäviä tapahtumatyyppien edustajia, mutta joitain tyypillisiä suuremmin näkyvillä olevia elementtejä voidaan silti täsmentää. Esimerkiksi joka vuosi marraskuun toisella viikolla Suomessa järjestetään valtakunnallinen peliviikko, jolloin varsinkin kirjastot tarjoavat paljon pelikasvatukseen ja yhdessä pelaamiseen liittyviä tapahtumia monien pelityyppien saralta (Kansallinen audiovisuaalinen instituutti (KAVI), 2021). Samaan aikaan maailmalla vieteään myös International Games Weekia, joka palvelee hyvin samanlaista tavoitetta maailmanlaajuisesti. Lisäksi erilaiset kulttuuriin ja mediaan liittyvät yhdistykset ja järjestöt pitävät yllä aktiivista pelaamistoimintaa, järjestäen säännöllisiä peli-iltoja yhdistyksen omissa tiloissa sekä kertaluontoisesti hieman suurempia tapahtumia toimialueellaan.

2.1.3 Livepelaamistapahtumat

Kaikki elektronisen tai videopelaamisen ulkopuoliset pelitapahtumat voidaan luokitella livepelaamistapahtumiksi. Tällaisia ovat esimerkiksi lautapelaamiseen, larppaukseen eli live-roolipelaamiseen tai ihan vain leikkimiseen liittyvät tapahtumat. Yhteistä näillä tapahtumilla on se, että pelaaminen toteutetaan jossain määrin oman fyysisen kehon avulla. Nämä tapahtumat ovat hyvin usein juuri itse pelaamiseen keskittyneitä, mutta jotkut keskittyvät myös livepelaamisen luomaan kulttuuriin tai siitä keskusteluun.

Tällaisten pelitapahtumien kohderyhmää ovat hyvin usein lapset; alakouluikäiset ja vähän sitä nuoremmat. Nämä tapahtumat ovat siitä huolimatta kaikenikäisille, ja aikuisille suunnattuja livepelitapahtumiaakin on. Varsinkin larppaukseen liittyvät tapahtumat vetävät puoleensa ainakin hieman lapsia vanhempaa ikäluokkaa. Niitä voidaan myös käyttää matalan kynnyksen keinona osallistuttaa ihmisiä jonkin tilan käyttöön tai tutustuttamiseen, jopa

ilman sen varsinaista käyttötarkoitusta hyödyntämättä, kuten esimerkiksi Pohjois-Carolinan Wake Forest University on onnistunut tekemään akateemisten kirjastojensa kanssa (Womack ym., 2015). Livepelitapahtumat ovat usein siis rentoja hauskanpitoon keskittyviä tapahtumia, joissa osallistujat voivat irrottautua arjesta lautapelien ja larppauksen kaltaisten harrastusten parissa tai ihan vain heittäytymällä leikkiin ja peliin mukaan.

Livepelitapahtumien osallistumiskynnystä madaltaa myös se, että monesti osallistumiseen ei tarvita minkäänlaisia erityisvälineitä tai mukaan hyppääminen on yksinkertaisesti vain helpompaa kuin digitaaliseen pelaamiseen keskittyvissä tapahtumissa. Harrastajille on tietenkin omat tapahtumansa, jotka voivat olla hieman liikaa ulkopuolisille henkilöille, mutta laaja-alaisemmat tapahtumat vetoavat suurempaan yleisöön. Leikki- ja roolipelitapahtumat voivat antaa kenelle tahansa hauskan ja epätavallisen kokemuksen ja lautapelien joukosta löytyy monia kaikille tuttuja klassikoita, joihin on helppo hypätä mukaan.

Yksi suurimmista livepelitapahtumista maailmalla on saksalainen Spiel, joka keskittyy lautapeleihin ja muihin interaktiivisiin livekokemuksiin (Tedesco, 2021). Tapahtumassa ihmiset pääsevät pelaamaan uusimpia lautapelejä ja mahdollisesti tapaamaan niiden tekijöitä, ja digitaalisesta murroksesta huolimatta tapahtumalla on yli 200 000 kävijää vuosittain. Suomessa tunnetuin livepelitapahtuma on Ropecon, joka kokoaa yhteen roolipelaamisen ja muun ei-digitaalisen pelaamisen harrastajat yhteen pelaamaan erilaisissa turnauksissa sekä keskustelemaan lukuisten työpajojen ja paneelien aikana (Ropecon ry, 2017). Yhtä tärkeää tapahtumassa on myös festivaalitunnelma, joka antaa kävijöille mahdollisuuden viettää aikaa harrastuksen parissa tapahtumaviikonlopun aikana kellon ympäri.

2.1.4 Esports-turnaukset

Ainoa pelitapahtuman muoto, jolla ei näennäisesti ole interaktiivisuutta kävijöiden kanssa, eli jossa kävijät eivät pääse itse pelaamaan, ovat eSports-turnaukset. Ne ovat nimensä mukaisesti urheilutapahtumia, joihin osallistuvat pelaajat kilpailevat toisiaan vastaan voitosta, yksin tai joukkueena pelin mukaan. Tapahtumassa kävijät ovat katsojia, jotka kannustavat suosikkipelaajiaan voittoon tai haluavat nähdä pelin pelaamista kilpailullisesti (Suomen elektronisen urheilun liitto (SEUL), 2017). Suurin ero eri turnausmuodoissa on se, onko kyseessä online-turnaus, jolloin pelaaminen tapahtuu internetin välityksellä, vai

offline-turnaus, jossa pelaajat saapuvat paikalle fyysisesti kilpailemaan. Vaikka turnauksia järjestään myös omina isoina tapahtuminaan, ne ovat myös usein liitoksissa LAN-tapahtumaan, johon osallistujat tulevat pelaamaan rennosti tapahtuman kävijäporukan mukana, mutta myös kilpailullisesti turnaukselle varatun ohjelmavuoron aikana.

Turnauksia ympäröi oma yhteisönsä, joka voi olla hyvinkin erilainen verrattuna niihin yhteisöihin, jotka käyvät muissa pelitapahtumatyypeissä. Urheilutapahtumille tyypillisesti fani-kulttuuri on suuri osa eSports-turnauksia, mikä luo niille uniikin kannustuskokemuksen (Jang ym., 2020). Yleensä kilpailua voidaan seurata liveinä tapahtumapaikalta katsomosta tai etänä striimauksen välityksellä, mikä myös antaa turnauksille potentiaalisesti maailmanlaajuisen katsojakunnan riippumatta sen sijainnista. Lisäksi perinteisistä urheilulajeista poiketen monien fanien tuki suosikkijoukkueita kohtaan muistuttaa enemmän jonkinlaisen brändin kuin pelkän urheilujoukkueen tukemista, mikä aiheuttaa erilaisuuksia katsojien käytökseen eSports-turnauksissa perinteisiin urheilutapahtumiin verrattuna. Kuvassa 3 nähdään vuonna 2017 Pariisissa järjestetyn turnauksen tunnelmaa eSports-areenalta.



Kuva 3. LCS EU Summerin finaalit Pariisin AccorHotel Arenas Parisissa (Exilexi, 2017).

Turnauksissa pelattavat pelit ovat tyypillisesti moninpeliin keskittyviä yksilö- tai tiimipelejä, aivan kuten LAN-tapahtumissa. Suosituimpia ovat muun muassa räiskintäpeli Counter Strike: Global Offensive, strategiapelit League of Legends ja Defense of the Ancients 2, sekä erilaiset taistelupelit, kuten Tekken, Street Fighter ja Super Smash Bros. Jotkut turnaukset keskittyvät vain yhdessä pelissä kilpailuun, mutta toiset tuovat yhteen esimerkiksi useita saman genren pelejä, joissa osallistujat kilpailevat ja näyttävät taitojaan. Ammattipelaaminen sijoittuu enemmän yksittäisten pelien ympärille, kun taas genrenlaajuiset kilpailut ovat yleensä nimenomaan pelkkää kilpailua ilman varsinaisia ammattipelaajia, vaikkakin näissä turnauksissa kilpailevat pelaajat ovat muuten hyvin tunnettuja.

Maailmalla järjestetään paljon suuria turnauksia, jotka ovat yleensä hyvin kansainvälisiä. Suurimpien joukkoon kuuluvat League of Legendsiin ja DotA 2:een vastaavasti keskittyvät Worlds ja The International, sekä Kaliforniassa järjestettävä taistelupeliturnaus Evolution Championship Series (Tiozon, 2021). Suomessa turnauksia järjestetään paljon pienemmässä skaalassa, mutta Ruotsista löytyy kaksi suurempaa edustajaa: LAN-tapahtuma DreamHackin ohessa järjestettävä DreamHack Open -turnaus ja Fragbite Masters, jotka ovat molemmat Pohjoismaiden suurimpien joukossa ja keräävät ruutujen ääreen tuhansia katsojia (Esports Suomi, i.a.). Lisäksi International Esports Federation (lyh. IESF) järjestää joka vuosi eSportsin maailmanmestaruuskisat, johon Suomestakin on lähetty joukkueita kertoja. Kuten muissakin urheilun maailmanmestaruuskilpailuissa, tapahtumapaikka vaihtuu vuosittain; esimerkiksi vuoden 2013 kisat järjestettiin Romanian Bukarestissa ja vuoden 2016 kisat Indonesian Jakartalla.

Näissä turnauksissa pyörii myös erittäin paljon rahaa, ja ne ovat tehneet parhaimmista ammattipelaajista rikkaita (Eepelit, 2021). Suurimpien turnauksien palkintorahat pyörivät jopa miljoonissa dollareissa, ja kenellä tahansa on mahdollisuus voittaa ne, jos taitoa vain löytyy. Tämä kuitenkin tietysti vaatii pelaajilta ankaraa harjoittelua ja omistautumista, sillä näitä rahoja havittelevat sadat eri tiimit ympäri maailmaa. Taulukossa 1 nähdään 10 suurinta eSportsin palkintopottia, eli jaettujen palkintorahojen määrää turnausta kohti.

Taulukko 1. Top 10 suurinta palkintopottia eSportsissa (Esports Earnings, i.a.).

Turnauksen nimi	Palkintopotti (\$)	Turnauksen peli	Osallistujamäärä
The International 2021	40,018,400	DotA 2	18 tiimiä (90 pelaajaa)
The International 2019	34,330,069	DotA 2	18 tiimiä (90 pelaajaa)
The International 2018	25,532,177	DotA 2	18 tiimiä (90 pelaajaa)
The International 2017	24,687,919	DotA 2	18 tiimiä (90 pelaajaa)
The International 2016	20,770,460	DotA 2	16 tiimiä (80 pelaajaa)
The International 2015	18,429,613	DotA 2	16 tiimiä (80 pelaajaa)
Fortnite World Cup Finals - Solo	15,287,500	Fortnite	100 pelaajaa
Fortnite World Cup Finals - Duo	15,100,000	Fortnite	50 tiimiä (100 pelaajaa)
The International 2014	10,931,103	DotA 2	14 tiimiä (70 pelaajaa)
Honor of Kings World Champion Cup 2021	7,728,000	Arena of Valor	12 tiimiä (66 pelaajaa)

2.2 Tuotannon prosessi

Pelitapahtumien tuotannon kulku vaihtelee jossain määrin tapahtumatyyppin mukaan, mutta suurimalta osin niissä on paljon samoja vaiheita ja toimenpiteitä. Tuotantoprosessi voidaan jakaa tapahtumille tyypilliseen kolmijakoon (Vallo & Häyrynen, 2016, s. 192–193). Nämä kolme osa-aluetta ovat sisällön tuotanto, joka sisältää ideoinnin, tapahtuman sisällön ja visuaalisen ilmeen, tekninen tuotanto, eli tapahtuman rakentamiseen, aikataulutukseen ja turvallisuuteen liittyvät asiat, ja kaupallinen tuotanto, mikä käsittää tapahtuman budjetoinnin ja markkinoinnin sekä kohderyhmän rajaamisen. Jokainen osa-alue on yhtä tärkeä, ja kaikkien lankojen yhdessä pitäminen vaatii järjestäjältä hyviä projektinhallinnan taitoja.

Jokaiseen tuotantoon liittyy myös useita sidosryhmiä, jotka ovat elintärkeitä tapahtuman järjestämisessä (Huhtaniska ym., 2019). Tapahtuman takana on usein suuri verkosto ihmisiä ja ihmisryhmiä, jotka vaikuttavat suoraan tapahtuman onnistumiseen. Tuotannon eri osa-alueiden osaamisen ja kaikkien pienten kokonaisuuksien hallitsemisen rinnalla kommunikaatio näiden eri ryhmien välillä on erittäin tärkeää. Oli kyseessä yhteistyökumppanin informoiminen tai kohderyhmän tiedottaminen, jokainen tapahtumaan liittyvä ryhmä on huomioitava oikealla tavalla prosessin sulavan etenemisen varmistamiseksi.

2.2.1 Tapahtumatuotannon osa-alueet

Tapahtuman tekeminen alkaa suunnitteluvaiheesta, joka rakentaa pohjan tapahtuman toteutukselle (Korhonen ym., 2015, s. 10). Kaikki alkaa peruskysymysten esittämisestä; miksi tapahtumaa järjestetään ja kenelle? Näihin saadut vastaukset johtavat tapahtuman yleisen luonteen määrittelyyn, ja näin ollen myös siihen, miten tapahtuma tullaan järjestämään. Mitä aikaisemmin tapahtumalle pystytään selkeyttämään jonkinlainen konkreettinen tavoite, sitä paremmin tuotannon aikana voidaan tehdä eri asioita sen saavuttamiseksi. Tämän lisäksi suunnitteluvaiheessa on myös tärkeä ennakoida ja määritellä mahdollisimman paljon erilaisia riskejä, jotta niihin voidaan varautua toteutusvaiheessa.

Tavoitteen ja tapahtuman luonteen määrittely johtaa suoraan sisällön tuotantoon, jossa päätetään tapahtuman ohjelmasta, visuaalisesta ilmeestä ja yleisestä tapahtuman kulusta (Korhonen ym., 2015, s. 14–15). Ideoinnin aikana mietitään, millainen sisältö vetoaisi kohderyhmään ja kuinka se pystyisi palvelemaan tapahtuman tavoitetta tai yksinkertaisesti sopisi tapahtuman luonteeseen. Pelitapahtumissa tämä tarkoittaa muun muassa pelattavien tai esiteltävien pelien päättämistä, visuaalisuuden suunnittelua luonteen mukaisesti sekä oheissisältöjen sovittamista tapahtuman palvelupolkuun ja aikatauluun. Lisäksi tuottajan on otettava huomioon erilaisia rajoituksia tapahtumapaikkaan tai osallistujien ikään liittyen tapahtuman kulkua ja sisältöä suunnitellessaan; eli pidettävä huoli, ettei suunnitelma riko tai ylitä näitä rajoituksia.

Aikaisessa vaiheessa on myös hyvä luoda raamit tapahtuman tekniselle toteutukselle, eli miten tapahtuma järjestetään ja mitä välineitä toteutus vaatii. On myös tehtävä konkreettisia toimenpiteitä tarvittavan laitteiston tai välineistön hankkimiseksi, jotta niiden toimivuus voidaan varmentaa hyvissä ajoin. Teknisten seikkojen vahvistaminen auttaa myös tapahtumaturvallisuuden suunnittelussa, sillä mitä enemmän ollaan tietoisia tapahtuman teknii-kasta ja rakenteista, sitä helpompaa on suunnitella toimenpiteitä minimoimaan niiden aiheuttamat riskit (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto (Tukes), 2019, s. 2). Esimerkiksi LAN-tapahtumissa tarvitaan runsaasti sähköä ja tilaa jokaiselle pelaajalle, sekä myös internet-yhteys (Keränen ym., 2016, s. 34–38). Tässä tapauksessa on hyvä varmistaa sähköturval-lisuus, sekä pistorasioiden maadoitukset ja sulakkeiden kuormitus sähkövirran kestävy-yden varmistamiseksi.

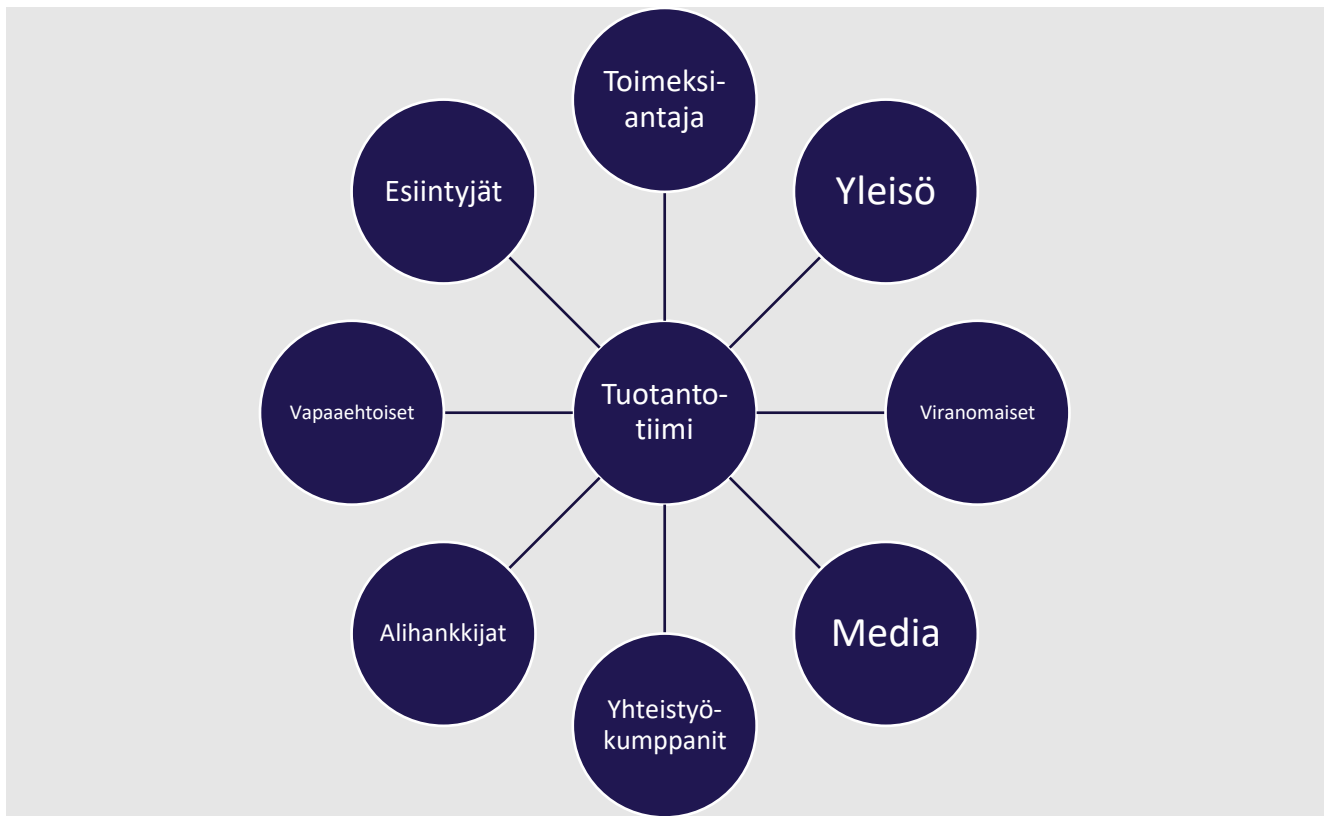
Yksikään tuotanto ei kuitenkaan voi toteutua ilman rahaa tai muita sen kaltaisia resursseja, jolloin kaupallisen tuotannon osa nousee esiin. Yksi koko tuotannon perustehtävistä on budjetin laatiminen, jonka laatiminen aikaisessa vaiheessa antaa suuntaa rahan liikkumiselle tuotantoon ja siitä ulos (Vallo & Häyrynen, 2016, s. 177–179). Kun budjetti laaditaan aikaisin, rahan tarpeen määrä konkretisoituu ja tiedetään, kuinka paljon sitä tarvitaan. Lisäksi sitä voidaan myös päivittää prosessin edetessä. Toinen kaupallisen tuotannon kulmakivi on markkinointi, jota pystytään toteuttamaan monin eri tavoin, kuten lehtitiedotteiden, maksetun mainostilan ja visuaalisen materiaalin avulla. Oikeiden markkinointikanavien ja -tapojen valinta perustuu pitkälti tapahtuman sisältöön, imagoon ja kohderyhmään, sekä siihen, miten heidät parhaiten tavoitetaan (Kauhanen ym., 2002, s. 113). Pelitapahtumissa yleisöä ovat usein nuoret, joten markkinointi tapahtuu suurilta osin sosiaalisessa mediassa ja muissa nuorten suosimissa paikoissa. Pienemmän budjetin tapahtumissa, joissa maksettua mainostilaa ei pystytä paljoa hankkimaan, voidaan myös mennä kertomaan tapahtumasta suoraan nuorten keskuuteen, kuten esimerkiksi kouluihin (Hessle, 2014, s. 15).

Toteutusvaiheessa kaikki nämä elementit tulevat yhteen luomaan tapahtuman kokonaisuuden (Korhonen ym. s. 17–19). Jokaisella tuotannon työntekijällä tulisi olla oma tehtävänsä ja jokaisella ohjelmanumerolla vastuhenkilö. Tapahtuman aikana hoidetaan paljon juoksevia asioita, jotka liittyvät tapahtuman yleiseen viihtyvyyteen tai näkyvyyteen sosiaalisessa mediassa. Lisäksi tuottajan on oltava valmis hoitamaan odottamattomia asioita, sillä lähes täydellisenkin suunnittelun jälkeen jokin asia voi pettää täysin varoittamatta, tai huomataan tarve jollekin pienelle asialle, jota ei ollut otettu huomioon. Tapahtuman jälkeen alkaa jälkimarkkinointivaihe, jossa tiedustellaan palautetta asiakkailta ja analysoidaan tapahtuman onnistumista, antaen tärkeää dataa tapahtuman toimeksiantajalle (mts. 26–27).

2.2.2 Sidosryhmät

Taustalla oleva verkosto on tapahtuman tuotannossa erittäin tärkeä, ja mitä nopeammin heidät saadaan mukaan prosessiin, sitä sujuvammin se etenee. Tämä verkosto muodostuu ryhmistä, jotka auttavat tapahtuman toteutumisessa tavalla tai toisella, kuten rahallisella avulla, työpanoksella tai tavaralahjoituksilla. Tämän vuoksi ulkoinen viestintä on kiinteä osa tapahtumatuotantoa, sillä se toimii näiden ryhmien välisen kommunikaation välineenä esimerkiksi kokousten, uutiskirjeiden ja tiedotustilaisuuksien kautta (Huhtaniska

ym., 2019, s. 210). Kun ulkoinen viestintä toimii, kaikki ovat ajan tasalla ja työt luistavat, eli se on suunniteltava erityisen hyvin. Tapahtumatuotannon verkoston eri ryhmiä nähdään kuviossa 1.



Kuvio 1. Tapahtumatuotannon verkosto (Huhtaniska ym., 2019, s. 2).

Kuten Dowson ja Bassett (2015, s. 11–12) osoittavat, tapahtuman tuotantotiimi on kokonaismittakaavassa hyvin pieni osa tuotannon verkostoa, eli mitä suurempi tapahtuma on kyseessä, sitä enemmän tukea sidosryhmiltä tarvitaan, ja sitä tärkeämpää heidän on pitää mukana tuotantoprosessin etenemisessä. Lähes jokainen tapahtuman osa-alue tarvitsee jonkin ulkopuolisen organisaation apua, ja tuottajan tehtävänä on tietää, mistä saada apua tapahtuman toteutuksen tai suunnittelun eri vaiheisiin, jotta oikeat ammattilaiset voivat hoitaa oikeat tehtävät ja tuottaja voi jatkaa tapahtuman järjestelyä. Tuotannon verkosto on kuin yksi suuri kone, ja jokaisen rattaan työpanos merkitsee paljon lopputuloksen kannalta.

Verkostojen hallitseminen voi myös olla hankalaa, varsinkin jos tietyt ryhmät ovat kooltaan erityisen suuria. Esimerkiksi monien eri yhteistyökumppaneiden kanssa toimiminen nostaa erimielisyyksien riskiä heidän ja järjestäjän välillä tapahtuman vision suhteen (Iso-Aho ym., 2011, s. 25). Tämä sama pätee enemmän tai vähemmän lähes jokaisen sidosryhmän

kohdalla. Tuottajan täytyy pitää tapahtuman visio mielessään kumppanuuksia tehtäessä, ja varmistettava, että tuotantoon mukaan tulevat sidosryhmät tukevat tai ovat valmiita tukemaan sitä, varsinkin jos kyseinen kumppani on hyvin läheisesti mukana tapahtuman sisäisissä asioissa.

Pelitapahtumassa sidosryhmien merkitys ei ole yhtään pienempi, tosin jotkut ryhmät voivat erota roolinsa kannalta tai puuttua kokonaan jonkin muun tyyppiseen tapahtumaan verrattuna. Pienemmissä pelitapahtumissa vapaaehtoisilla voi olla hyvinkin suuri rooli esimerkiksi pääsymaksutulojen puuttumisen takia, kun taas suurissa eSports-turnauksissa sponsorit, media ja yleisö ovat hyvin suuressa roolissa urheiluhuuman ja kilpailuihin kohdistuvan hypen luomiseksi. Joka tapauksessa pelitapahtuman sidosryhmät ovat paljolti samantlaisia kuin kaikissa muissa tapahtumissakin, ja aivan yhtä tärkeitä.

2.2.3 Tiimin johtaminen

Ulkoisen viestinnän rinnalla yhtä tärkeää on myös tuotantotiimin sisäinen viestintä. Tapahtumassa mukana olevien tuottajien on puhallettava yhteen hiileen, jolloin kaikkien tulisi olla samalla aaltopituudella omien työtehtäviensä ja tuotannon etenemisen suhteen. Tämän informaation levittäminen on vastaavan tuottajan harteilla, mutta myös niiden, jotka saavat uutta tietoa omien työtehtäviensä kautta. Aivan kuin ulkoisten sidosryhmien informoiminen, tuotantoryhmän välinen aktiivinen kommunikaatio on erittäin tärkeää erilaisten mielipiteiden kuulemiseksi ja mahdollisten erimielisyyksien selvittämiseksi aikaisessa vaiheessa.

Tapahtuman ydintiimi on yleensä täynnä erilaisia asiantuntijoita ja moniosaajia, jolloin on tärkeää tietää jokaisen vahvuudet ja mielekkyytaso. Hyvä tiimityö toimii hyvän ryhmähengen, tehokkaan toiminnan ja pelisääntöjen sekä oikeanlaisen vastuunjaon avulla (Huhtaniska ym., 2019, s. 142–148). Kun kaikki tietävät omat vastuunsa ja tuntevat tekevänsä työtä hyvässä porukassa, ryhmätyön teho nousee huomattavasti. Vastaavan tuottajan on huolehdittava, että tiimiin rekrytoidaan oikeat ihmiset, ja että he tulevat keskenään toimeen työn aloitettuaan. Jos tuotantotiimillä on huono ryhmähenki, se heijastuu myös tapahtumassa, joten ryhmän tulisi pysyä tiiviinä jopa moniosaamisen värikyyden puitteissa.

Hyvän tiimityön mahdollistaa siis hyvä sisäinen viestintä, jolloin on huolehdittava, että se onnistuu niin teknisesti kuin käytännöllisestikin. Valittujen viestintäkanavien ja yhteisten työntekoalustojen tulisi olla helppokäyttöisiä ja esteettämiä niin, että kaikki tiimin jäsenet pystyvät käyttämään sitä tai aloittamaan sen käyttämisen ilman suuria ongelmia. Myös käytettävät ratkaisut ja säännöt esimerkiksi palavereissa auttavat tehostamaan ryhmätyöskentelyä ja rohkaisevat vuoropuhelua tiimin jäsenten välillä (Huhtaniska ym., 2019, s. 188–189). Näin ihmiset saadaan sanomaan omat mielipiteensä ja antamaan palautetta tehdyistä ratkaisuista. Asiat puhutaan puhtaaksi palaveripöydässä, informaatio kiertää, ja tapahtuman suunnittelu jatkuu tehokkaana.

Pelitapahtuman tuotantotiimissä nämä kaikki asiat korostuvat aivan yhtä paljon, ellei jopa enemmän, varsinkin jos kyseessä on pienempi ryhmä. Kuten Lehtonen (2013, s. 41–46) osoittaa, esimerkiksi lanien järjestämisessä valmistelut pitää aloittaa hyvissä ajoin monta kuukautta ennen tapahtumaa selkeällä vastuualueiden jaolla, jotta löydettäisiin sopiva tila tapahtumalle ja sähköjen järjestely tapahtuman ajaksi. Tiimi pidetään ajan tasalla säännöllisillä yhteispalavereilla, ja muutenkin päivitellään viestintäkanavien kautta, kun jokin suurempi tai merkittävämpi muutos tapahtuu.

2.2.4 Tapahtuma on elämys

Tapahtumia tuotetaan siksi, koska ihmisille halutaan tarjota jotain tavallisesta poikkeavaa. Tämän takia elämyksellisyys on tärkeä osa tapahtuman suunnittelua ja olemusta. Tarssanen (2009, s. 11) kuvailee elämystä ikimuistoisena kokemuksena, joka vetoaa kokijaan emotionaalisella tasolla ja parhaimmassa tapauksessa aiheuttaa hänessä jonkinlaisen henkilökohtaisen muutoksen. Elämyksen luomisella on monta eri elementtiä, kuten yksilöllisyys, aitous, kontrasti ja vuorovaikutus, ja näillä eri elementeillä luodaan asiakkaalle tunne siitä, että he ovat kokemassa jotain todella ainutkertaista (mts. 12–15). Tapahtumissa näitä elämyksen elementtejä hyödynnetään markkinoinnissa ja tapahtuman aikana. Esimerkiksi kulttuuritapahtuman markkinoinnissa voitaisiin korostaa yhteistyötä tapahtumaan liittyvän kulttuuriryhmän kanssa, mikä viestisi asiakkaalle tapahtuman aitoudesta. Itse tapahtumassa taas pyritään tarjoamaan joka asiakkaalle räätälöityjä, usean eri aistin vahvistamia ja arjesta tai muuten tavallisesta poikkeavia kokemuksia. Elämyksellisyydellä yritetään siis vedota ihmiseen mahdollisimman syvällisesti.

Elämyksen luomiseksi tuottajan on tiedettävä, mitä kohdeyleisö tapahtumalta odottaa, mitkä asiat ovat heille tärkeitä ja mihin he ovat ehkä tottuneet (Huhtaniska ym., 2019, s. 21–24). Näin tuottaja saa eväitä siihen, miten saavuttaa asiakkaiden odotukset, ja myös mahdollisesti ylittää ne luodakseen heille todellisen elämyksen. Oikeanlaisen markkinoinnin avulla asiakkaalle luodaan mielikuva tapahtuman tarjoamasta kokemuksesta, jotta hänet saadaan osallistumaan tapahtumaan. Jos kaikki on tehty oikein, ja tuottaja pystyy luonastamaan markkinoinnissa luvattut asiat paikalle saapuneelle yleisölle, tapahtumasta voi nousta usean kävijän silmissä ikimuistoiseksi elämykseksi. Sataprosenttista elämyskokemusta ei voi tietenkään taata, koska jokaisen käsitys elämyksestä on erilainen, mutta kohderyhmän tunteminen auttaa onnistumisprosentin lisäämisessä.

Pelitapahtumissa elämyksen elementeistä korostuvat kontrasti ja vuorovaikutus. Esimerkiksi LAN-tapahtumien kohdalla jo paikalle saapuminen ja siellä pelaaminen on omalla tavallaan elämystä, kuka tahansa voi pelata omilla koneillaan kotona, mutta ei lanien kaltaisessa joukossa satojen, ehkä jopa tuhansien pelikoneiden ympäröimänä. Jos kyse ei ole vain puhtaasti pelaamisesta vaan ehkä enemmänkin peleistä ja niiden ympärillä olevasta yhteisöstä, tapahtuma voi yrittää luoda tietynlaista fiilistä tapahtumaan elämyksen luomiseksi tai yhdistää tapahtumaan saapunutta porukkaa yhteisen kiinnostuksen avulla. Myös oheisohjelma, uudenlaiset pelit ja pelilaitteet, erilaiset julkistukset tapahtuman aikana, tai jonkinlaiset yllätysnumerot voivat auttaa elämyksen luomisessa.

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

3.1 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyöni tutkimusmenetelmä on puolistrukturoitu teemahaastattelu, eli tutkimusaineisto tulee olemaan laadullista. Puolistrukturoidussa haastattelussa haastattelukysymykset tai teemat ovat valmiita haastateltavan vastattavaksi, mutta tutkija on vapaa muuttamaan niiden esitysmuotoa tai järjestystä, ja haastateltavan vastaus riippuu siitä, miten hän kysymyksen ymmärtää (Kallinen ym., 2021). Haastatteluiden aikana voidaan myös lisätä täysin uusia aiheeseen liittyviä kysymyksiä, joilla voidaan hankkia lisätietoa annetuista vastauksista tai jostain asiasta, joka tulee esille vasta haastattelutilanteen aikana. Se toimii mielestäni aiheeseeni parhaiten siksi, koska tarvitsen monipuolisesti tietoa, mutta koska tuotannon prosessi on niin monivaiheinen, kysymyksien on hyvä olla ennalta mietittyjä.

Laadullisessa tutkimuksessa myös korostuvat haastattelujen väliset yhteydet ja eroavaisuudet, sillä niitä ei voida koota tilastotiedoksi samalla tavalla kuin määrällisessä tutkimuksessa (Alasuutari, 2011). Koska tuottajien omat henkilökohtaiset näkemykset ja kokemukset ovat kriittisiä pelitapahtumien kulttuuriarvon tai sen puutteen ymmärtämiseksi, laadullisen aineiston käyttäminen sopii mielestäni paremmin tämän työn tavoitteisiin kuin määrällisen. Lisäksi nämä näkemykset vahvistavat teoriaosuudessa esitettyä tuotannon prosessia ja antavat sille enemmän näkökulmaa, vastaten tutkimuksen kysymyksiin paremmin kuin pelkän teoratiedon avulla. Menetelmän valinnan ytimessä ovat siis pelitapahtumien järjestämisen motiivien ja tavoitteiden ymmärtäminen sekä hankitun teoratiedon syventäminen tuottajien oman kokemuksen kautta.

3.2 Haastatteluprosessin suunnittelu

Laadullisen tutkimuksen suunnittelussa on tärkeää huomioida, että tutkimuksen vastauksien tulisi selittää myös syy annetulle vastaukselle (Vilkkä, 2021). Tämän vuoksi esimerkiksi haastattelukysymyksiä suunnitellessa tutkijan tulisi myös liittää kysymykseen ylimääräinen ”miksi?”, jos kysymykseen liittyen halutaan tietää myös syy jollekin asialle tai toiminnalle. Lisäksi on hyvä tehdä selväksi, halutaanko haastateltavilta tietoa heidän omakohtaisista kokemuksistaan vai käsitystä kyseisestä asiasta. Näiden kahden erottelu on

kriittinen, sillä kokemus viittaa johonkin, minkä haastateltava on oppinut itse koettuaan sen, kun taas käsitys viittaa haastateltavan tietoon asiasta yleisellä tasolla. Jos tutkimuksessa tarvitaan tietoa asiasta, jonka tiedetään olevan hänelle tuttu tai läheinen, kysytään kokemuksesta. Jos tutkimus tarvitsee tietoa esimerkiksi haastateltavan mielipiteestä johonkin asiaan, jonka hän tuntee mahdollisesti vain yleisellä tasolla, kysytään käsityksestä.

Opinnäytetyöni haastateltavia henkilöitä ovat erilaisten pelitapahtumien järjestäjät tai muuten pelitapahtumien tuotannossa kiinteästi mukana olevat ihmiset. Haastateltavat valittiin pelitapahtumista karttuneen kokemuksen, tuotannon tai tuotantojen tekemisessä olleen roolin ja pelitapahtumien eri lajityyppien perusteella. Tavoitteena oli löytää mahdollisimman paljon näkökulmia pelitapahtumien järjestämisestä eri tapahtumatyyppien kuin myös suurten ja pienten kokoluokan tapahtumien järjestäjiltä. Haastateltavat tullessaan esittämään tässä työssä nimettäminä; ainoina tunnistettavina eroavaisuuksina ovat eri tapahtumatyyppit sekä mahdollisesti heidän koti- tai toimipaikkakuntansa. Haastateltavat henkilöt informoitiin työn tarkoituksesta ja jokainen antoi suostumuksensa haastattelun nauhoittamiseen.

Haastatteluissa esitetyt kysymykset rakennettiin tutkimuskysymyksiä silmällä pitäen. Myös se, olivatko haastateltavat mukana vain yhden tietyn tapahtuman vai useiden eri pelitapahtumien järjestämisessä vaikuttivat kysymyksien valintaan ja sanamuotoihin. Kysymyksiä oli alustavasti yksitoista kappaletta, ja ne liittyivät tapahtuman perustietojen tiedusteluun sekä tuottajien mielipiteiden kysymiseen tuotannon prosessin osista, tapahtuman luomasta kokemuksesta ja pelitapahtumista yleisesti. Opinnäytetyön alustavat haastattelukysymykset löytyvät liitteestä 1.

3.3 Haastattelun toteutus

Itse haastattelutilanteessa tutkijan tulee kiinnittää huomiota moniin eri asioihin myös pelkän puheen ulkopuolella. Laadullinen tutkimus perustuu tutkijan omaan tulkintaan saadusta aineistosta, jolloin on hyvä saada mahdollisimman paljon irti haastattelutilanteesta myös sanattoman viestinnän kautta. Vilkkä (2021) listaa kolme laadullisen tutkimuksen kohteeseen korostuvaa näkökulmaa; konteksti, intentio ja prosessi. Konteksti viittaa haastattelutilanteeseen sekä tutkimuksen aiheen tilanteeseen tietyssä ajassa tai paikassa, intentiolla tarkoitetaan haastateltavan motiivien tulkitsemista eleiden, ilmeiden ja muun

sanattoman viestinnän avulla ja prosessi viittaa tutkijan omaan tietoon aiheesta, eli haastattelun teoriapohjan valmisteluprosessiin. Nämä kolme näkökulmaa auttavat tutkijaa tulkitsemaan haastattelutilanteessa asioita, joita ei ehkä sanota ääneen.

Alasuutari (2011) mainitsee myös havaintojen pelkistämisen ja niin sanotun arvoituksen ratkaisemisen. Koska laadullinen tutkimus ei perustu tilastojen rakentamiseen, tutkijan on löydettävä haastattelujen vastauksista yhteisiä tekijöitä ja analysoitava mahdollisia eroavia vastauksia. Tämä on havaintojen pelkistämistä tai yhdistämistä, jolloin saatua tietoa eri yksilöiltä pyritään suppeuttamaan mahdollisimman paljon, jotta tutkimuskohteesta saa paremman käsityksen. Arvoituksen ratkaisemisella tarkoitetaan aineiston tulkitsemista, eli johtopäätöksien tekemistä saaduista havainnoista alkuperäisten tutkimuskysymysten vastaamiseksi. Tämä on jo hyvä muistaa jo toteutusvaiheessa, sillä havainnot on helppo vetää yhteen, jos vastauksia ajattelee myös tulkintapohjalta ja muihin vastauksiin verraten.

Työni haastattelut tapahtuivat yksilöhaastatteluina joko kasvotusten, jolloin puhe tallennettiin mikrofoniin kautta äänityslaitteiden avulla, tai Microsoft Teams -etätyöskentelytilassa, jossa haastattelu tallennettiin palvelun sisäänrakennettuja toimintoja käyttäen. Haastatteluja pidettiin yhteensä viisi kappaletta, ja jokainen haastateltavista on ollut kiinteästi mukana yhden joko yksittäisen tai toistuvan tapahtuman tai useiden eri pelitapahtumien järjestämisessä. Haastattelujen aikana kysyin myös muutamia alustavan kysymysrunгон ulkopuolisia lisäkysymyksiä, jotka olivat usein sillä hetkellä haastateltavan henkilön tapaukseen kohdennettuja tai edellisestä vastauksesta suoraan johdettuja kysymyksiä. Lisäksi kysymysjärjestystä vaihdeltiin jonkin verran, yleensä edellisestä vastauksesta johdettuna. Haastattelut toteutettiin vuoden 2022 maaliskuun huhtikuun aikana ja litteroitiin työn kirjoittamisen tukemiseksi.

Kokonaisuudessaan haastattelut olivat melko rentoja keskustelutilanteita, mutta jokaisen ammatillinen tietämys ja kokemus pelitapahtumien järjestämisestä kävi selväksi. Keskustelu sujui mukavasti, ja oli helppoa esittää tarkentavia kysymyksiä, jos niitä tarvitsi tai nousi esiin keskustelun aikana. Haastattelut etenivät hyvin ilman suurempia jumiutumia ja niiden kesto vaihteli noin 15 minuutista noin 40 minuuttiin. Haastateltavat tarjosivat paljon hyvin erilaista tietoa ja näkökulmia, ja lopputuloksena saatu aineisto oli monipuolista ja

erittäin kattavaa työn tutkimuskysymykset huomioon ottaen. Haastateltavat on numeroitu aineiston analyysissä seuraavasti:

1. Tuotantotiimin jäsen alueellisessa suuremman skaalan eSports-turnauksessa, jossa mukana pelimessujen tapaista oheisohjelmaa
2. Alueellisessa eSports-seurassa toimiva tapahtumatuottaja, ollut mukana lukuisissa eri pelitapahtumissa ympäri Suomea
3. Kymmenen vuotta järjestetyn paikallisen LAN-tapahtuman tuotantotiimin jäsen
4. Kaksi hallituksen jäsentä peleihin ja muuhun niin sanottuun nörttikulttuuriin keskittyvästä yhdistyksestä, joka auttaa useissa pelitapahtumissa ja järjestää peli-iltoja omissa tiloissaan läpi vuoden
5. Valtakunnallisen roolipelitapahtuman tuotantotiimin jäsen

4 AINEISTON ANALYYSI

Haastattelujen jälkeen kokosin saatujen vastauksien tiedot yhteen niiden vertailua ja analyysia varten. Laadullisessa sisällönanalyysissä keskeistä on kerätyn aineiston koodaaminen, eli tiettyjen sisällöllisten elementtien nimeäminen ja tunnistaminen. Tästä edetään johtopäätösten tekemiseen; mikä aineistossa on kiinnostavinta, mitkä elementit ovat eroavia ja mitkä yhdistäviä, millaisen kokonaiskuvan kerätty aineisto luo? Analyysin kulmakiviä ovat näihin kysymyksiin sopivat teemat, jotka tutkija aineistoa läpikäydessään erottelee (Kallinen ym., 2021). Tässä luvussa käyn siis läpi haastatteluaineistoa, analysoin eri vastauksien merkitystä pelitapahtumien tuotannon ja kulttuuriarvon kannalta, päättäen johtopäätöksiini hankkimani teorialiedon ja vastauksista saaneeni syvällisemmän tiedon perusteella seuraavassa luvussa.

Lopputuloksena tulisi olla tutkimuksen tukema näkemys siitä, millainen merkitys pelitapahtumilla on kulttuuri- ja tapahtuma-alalla nyt ja tulevaisuudessa. Kuviossa 2 pelitapahtumista kerätty aineisto on jaettu kolmeen pääteemaan; pelitapahtumien tuotantoeroihin, elämyksen luomiseen pelitapahtumassa sekä tapahtuman arvoihin. Lisäksi jokainen pääteema on jaettu kahteen alateemaan, jotka kuvaavat pääteemojen kahta merkittävintä elementtiä haastattelujen perusteella.



Kuvio 2. Kerätyn aineiston jaottelu kolmeen pääteemaan.

4.1 Pelitapahtumien tuotannolliset erikoisuudet

Yksi selkeimmistä asioista, mikä lähes jokaisessa haastattelussa toistui, on se, että pelitapahtumien tekeminen on käytännön järjestelyissä hyvin pitkälti samanlaista kuin muissa tapahtumissakin. Sponsorien hankinta, budjetin rakentaminen ja muut perusasiat, jotka ovat universaaleja lähes jokaisessa tapahtumatyypissä, ovat hyvin kiinteä osa myös pelitapahtumien rakennusprosessia. Oikeastaan vain kaksi asiaa nousivat suurempina eroina muiden tapahtumatyyppien tuotantoon: tapahtuman sisältö ja siihen tarvittava kalusto, sekä tapahtuman tulonlähteet.

4.1.1 Oikeita välineitä kävijöille

Pelitapahtumien huomattavin ero muihin tapahtumiin on tietenkin sen sisältö, ja elektroniseen pelaamiseen liittyvissä tapahtumissa tarvitaan aina niin laitteistoa, eli pelikoneita, kuin myös ohjelmistoa, eli pelattavia pelejä. Ja vaikka livepelitapahtumissa ei laitteistoa tarvitakaan, hyvin usein kuitenkin tapahtumaan tarvitaan jonkinlaisia välineitä pelaamisen toteuttamiseksi, kuten lautapelejä tai figuureita. Tämä luo pelitapahtumille oman uniikin haasteensa tapahtuman luomisessa; vaikka laitteistoa tarvitaan monenlaisessa eri tapahtumassa, pelitapahtumaan tarvittava kalusto tai ainakin osa siitä, on ainutlaatuinen tälle tapahtumatyypille. Lisäksi tapahtumaan valittavien pelien tulisi sopia sen teemaan tai tyyppiin, ja tämä voi olla erityisen haastavaa, jos tapahtumassa on määrä olla useita eri pelejä esillä tai pelattavana.

Tällöin tuottajan on tiedettävä, mistä pelaamiseen tarvittavaa laitteistoa tai välineistöä voisi hankkia, tai ketä mahdollista yhteistyökumppania tulisi lähestyä niiden hankkimiseksi. Lisäksi eSports-turnauksia lukuun ottamatta nämä välineet tulevat olemaan tapahtuman kävijöiden käytettävissä, verrattuna muihin tapahtumiin, joissa laitteistoa yleensä käsittelevät vain ammattilaiset. Tämän takia tuottajan on varmistettava välineiden helppokäyttöisyys, turvallisuus ja kunto ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen.

No tietyllä tavalla toki joo, kun (peli)tapahtuma on siinä mielessä erilainen että siellä on erilaista kalustoa. Kun on jotain festivaalia järjestämässä, niin siel on vähän erilaista, että siellä artistit laulaa ja sulla täytyy olla tämmöstä musiikkiin liittyvää kalustoa. Eli siinä mielessä eroaa, mutta sitten taas ei mitenkään suu-resti. Tapahtuma on aina tapahtuma ja sitten se toki että onko se pelitapahtuma,

musiikkitapahtuma, elokuvatapahtuma, niin se sitten määrittää sen sisällön sitten siinä, mikä sitten taas tekee sen, että yhteistyökumppanit ja kaikki vermeiden järjestely on tietenkin vähän erilaista. Ne tulee eri paikoista, eri puolilta maata jos tehdään isolla mittakaavalla, mutta mitä tapahtuma on kontekstissaan, niin ei se silleen eroa minun mielestäni. (H1)

4.1.2 Raha tuotannon haasteena

Koska pelitapahtumien kohderyhmässä on usein hyvin nuortakin yleisöä, pelitapahtumista saatavat tulot voivat olla hyvinkin rajattuja. Esimerkiksi festivaaleilla ja musiikkitapahtumissa alkoholi on usein suuri tulonlähde, mutta pelitapahtumissa se ei ole mahdollista alaikäisten läsnäolon vuoksi. Useimmiten esimerkiksi LAN-tapahtumassa tulot tulevat suurimmalta osin osallistujien pääsymaksuista ja yhteistyökumppaneista, kun tapahtumissa ei yleensä ole muuta oheismyyntiä. Tämän lisäksi alaikäisten henkilöiden maksukykyisyys on yleensä huonompi kuin täysikäisten, joka tekee kävijöiden rahastamisesta tapahtuman aikana vielä vaikeampaa. Tuotannon aikana budjetti on tehtävä näiden rajoitusten ympärille, ja varmistettava, että tilit tasaantuvat saatavilla olevista tulonlähteistä.

Ehkä ansaintalogiikka on vähemmän selkeä näissä pelitapahtumissa, koska tosi usein katsojakunnassa on vaikkapa alaikäisiä, ja Suomessa tapahtuman järjestämisessä ikävän usein tekijänä on alkoholi, kuningas alkoholi pelaa tosi isoa roolia. Festivaaleissa, oon järjestänyt Provinssia ja ollut tekemässä monta tapahtumaa, ja esimerkiksi Rytmikorjaamolla tuotoista varmasti ainakin kolmannes tulee juomamyynnistä, ja festivaaleilla lähemmäs puolta. Se on kaikki kaikessa tapahtuman järjestämisessä, että siinä mielessä oheismyynti näissä tapahtumissa on vielä heikkoa. (H2)

...mutta ainakin tämä meidän tapahtuma perustuu niin vahvasti siihen vapaaehtoisuuteen ja siihen, että pyrittiin neuvottelemaan yhteistyökumppanit kaikki sillä tapaa että kävijöille ei muodostuisi juurikaan kustannuksia. Siinä mielessä tämä meidän tapahtuman tuotanto oli vähän erilainen, kun tavoitteena ei ollut millään mittarilla tuottaa yhtään voittoa. (H3)

Muutenkaan rahalla ei tuntunut olevan niin suurta merkitystä pelitapahtumien tavoitteiden kannalta. Haastateltavien luettelemat tavoitteet omille tapahtumilleen olivat niiden ympärille syntyneeseen yhteisöön keskittyneitä, peliharrastuksen tukemiseen tai innostamiseen liittyviä, tai mille tahansa tapahtumalle yleisiä tavoitteita, kuten asiakkaiden viihtyvyys ja markkinointilupauksen lunastaminen.

No tietenkin se, että kun sä tuut pelitapahtumaan, niin siellä on sitä mitä on luvattu että siellä on. Eli jos on eSportsia, ja pääset sitä kattoon, niin silloin siellä täytyy olla sitä. Mutta mä sanoisin että pelitapahtumasta tekee onnistuneen se, että siellä on tasasesti käynyt ihmisiä, ihmiset on viihtynyt, se on ollut sitä mitä on luvattu ja sitten että siellä on kaikilla ollut hauskaa. (H1)

Porukka tulee tänne pelaamaan ja muutenkin vaan viettään aikaa yhdessä niihin iltoihin. Moni on saanut uusia kavereita vaikkapa jos on muuttanut kaupunkiin muualta tai muuten tullut uutena henkilönä kaupunkiin. Tänne on helppo tulla tapaamaan uusia ystäviä. (H4)

Onnistunut tapahtuma on minun mielestä sellainen jossa just kävijät lähtee innostuneempina tästä harrastuksesta kun mitä ne oli vaikka tapahtumaan tullessaan, että niillä on joku palo tätä harrastusta kohtaan. (H5)

Tietenkin raha on tärkeää tapahtuman järjestelyissä, ja mikään tapahtuma ei synny ilman varoja sen rakentamiseksi, mutta rahan tavoittelu tapahtuman eteenpäin vievänä voimana saattaa olla jopa tuhoon tuomittu ajatus. Yksi haasteltavista kommentoi asiaa näin:

Mä sanoisin että kaiken ytimessä on se, että... tässäkin oli suomalaisissa eSports-tapahtumissa ja pelitapahtumissa tehty virheitä, että on lähdetty sillä tavalla että on tehty tapahtumia, koska niissä on nähty jotain että "tää on nyt joku tuleva kiinnostava ala", että siinä on jotenkin bisnespotentiaalia. Ja ne tulee epäonnistumaan Suomessa aina, koska Suomessa tällä kaikella on juurensa tuolla tavalla lanikulttuurissa, pelikulttuurissa, ja tavallaan niissä pelaajissa. Joten Suomessa se yhteisö on kaikki kaikessa. (H2)

4.2 Elämyskokemuksen rakentaminen

4.2.1 Yhteisön kautta elämyksiin

Yhteisöllisyys nousi myös enemmän tai vähemmän tärkeäksi osaksi pelitapahtumia haastattelujen aikana. Kaikki pelitapahtumatyypit ovat tavalla tai toisella liitoksissa pelien kohdeyleisöön; pelimessut julkistavat pelaajille uusia pelejä ja muuta peleihin liittyvää, LAN-tapahtumat ja peli-illat kutsuvat kävijöitä pelaamaan yhdessä ja pitämään hauskaa pelien parissa ja peliconit ja eSports-turnaukset tuovat yhteen lukuisia pelifaneja juhlistamaan harrastustaan tai kannustamaan suosikkipelinsä lempikilpapelaaajia. Pelitapahtumissa

kävijä ei ole vain pelkkä katsoja, vaan hän pääsee osaksi suurta pelaajien joukkoa, joko pääsemällä pelaamaan itse tai tapahtuman luoman tunnelman avustuksella.

Tämä on myös merkittävä tekijä pelitapahtuman elämyksen luomisessa. Tunnelma on ehkä tapahtumatyyppin mukaan hieman erilainen, mutta kaikkia yhdistää kokemus osana suurta joukkoa. Oli kyseessä eSports-turnauksen urheiluhuuma, yhteiset pelailut laneilla ja peli-illoissa tai pelikansaa yhteen tuovat suuret julkistukset pelimessuilla, pelitapahtumat luovat elämyksiä yhteisönsä kautta. Pelitapahtumat tuovat peleistä kiinnostuneet yhteen kokemaan joko ihan vain pelaamista tai muuta pelaamiseen liittyvää yhdessä sellaisella tavalla, miten heillä ei normaalisti olisi mahdollisuutta.

Sen tiukan taistelun hetki on vaikkapa semmonen (arjen yläpuolelle nostava hetki). Että jos puhutaan eSportsista, niin kyllä kaikki muistaa ne oman lajinsa hetket kun on tapahtunu jotakin sellasta ikimuistoista, niin ne hetket nostaa. Ja jos sitten puhutaan yhteisöllisestä puolesta ja siitä lanihommasta, niin mä luulen että siellä hauskuus ja hauskat jutut nousee kaiken yläpuolelle. (H2)

Se idea on tässä, että tää on vaan tätä vapaa-ajan hauskanpitoa. Että pääsee siitä arjesta vähän irti ja pitämään hauskaa täällä, eli se on just sitä arjen yläpuolelle nousemista. ... Me rakennetaan yhdessä porukalla yhdessä uusia kokemuksia kaikille ja jaetaan niitä; me ollaan se valopilkku arjen keskellä, esim voi tulla tänne p****n työpäivän jälkeen, mutta nyt kun pääsee pelaamaan yhdessä porukalla niin kaikki on hyvin. (H4)

Toisaalta pelitapahtumissa on myös yksilöllisempiä elämyskokemuksia. Joissain tapahtumissa voi olla jonkinlaista uusinta uutta peliteknologian saralta tai muuten jotain epätavallista tai normaalisti vaikeasti saatavaa. Tämä on hieman lähempänä tyypillistä tapahtumissa pyrittävää elämyskokemusta, eli jonkin ainutlaatuisen asian esittely tai tarjoaminen osana tapahtumaa, mikä vetoaa ihmisiin sen eksoottisuuden kautta. Myös tapahtumassa luotu tunnelma voi toimia elämykseksi nostavana tekijänä, yhteisöllisyyden lisäksi esimerkiksi ohjelman erikoisuus normaaliin verrattuna voi luoda elämyksellisen tunnelman.

Muun muassa VR on semmonen mikä on vieläkin aika kallista, että sitä ei ihan jokasesta kotitaloudesta löydy. ... Mutta koen että se VR nostaa, ja varsinkin kun oli se yhteistyökumppani, joka oli itse rakentanu sen tuolin, niin semmosta ei varmasti monikaan ole nähny tai aikaisemmin päässy kokeilemaan. ...siellä oli myös tämmönen, se oli tosi hauska, huomasin että siinä kävi paljon näiden lasten vanhempia pelailemassa, niin oli tämmönen, sekin oli siis käytännössä itse tehty, oli siis jostakin hommanneet tämmösen vanhan ajan tykin, mitä on

sodassa käytetty, joku M94-konekivääri. Se painokin jonku 300 kiloa se vehe, muistan kun sen sinne raahasin. Niin siihen oli liitetty Wii-ohjaimesta se liiketunnistin ja sillä pystyi ampumaan. Siellä oli semmonen talvisota-aiheinen peli missä ammuttiin venäläisiä sillä pyssyllä, niin sai laittaa semmosen vanhan sotilaskypärän päähän. Sen siis huomasin että siinä kävi paljon lasten vanhempia pelailemassa, niin siinäkin varmasti jonkinlaista arjen yläpuolelle nostamista. (H1)

Kyllä se on varmaan just tää kokonaisuus, tää fiilis täällä, kun tänne voi tulla kokeilemaan kaikenlaista uutta. Jos ei oo ikinä kattonu showpainia ja tulee tänne kattomaan sitä meidän kanssa, niin siinä on jo yksi elämyskokonaisuus. ... Ja kun täällä on mahdollista kokeilla kaikkea, täällä on kaikkia erilaisia lauta-pelejä mitä on tullut vastaan, kuten esimerkiksi Hero Questin uusi versio, joka on vanha klassikko. Voi vaikka tulla tänne ja olla et "ei v**** teillä on Hero Quest hyllyssä?" tai sitten kun pari kertaa on tullu "ei v**** onks toi arcademasiina?" Täältä siis löytyy paljon semmosta mitä omasta kämpästä tai mistään muualta läheltä ei löydy. (H4)

Mä luulen, että ne (arjen yläpuolelle nostavat tekijät) on ehkä siis se, minkä takia me puhutaan roolipelifestivaaleista. Just se et me yritetään saada sinne ehkä vähän sellanen juhlava ja hauska tapahtuma. Meillä on aina ohjelmanumeropuolella sellasia selkeitä spekkeja, tyyliin lauantaina on joku gaala tai pukunäytös tai muuta tämmöstä, joka on sellanen vähän hienempi. Ja toisaalta me kannustetaan kävijöitä pukeutumaan, jos haluavat, niin muihin kuin arki-vaatteisiin, silleen kun meillä on pukukilpailua ja muuta, että me tavallaan sellaisella yritetään nostaa sitä arjen yläpuolelle. (H5)

4.2.2 Osana peliporukkaa

Haastateltavien kohdalla elämysten rakentamisessa auttaa myös se, että jokainen heistä on itse osa kohderyhmää tai hyvin läheisissä tekemisissä sen kanssa. Näin tapahtumanjärjestäjillä on niin sanottua sisäpiirin tietoa siitä, mitä pelitapahtumissa kävijät haluavat, ja näiden toiveiden pohjalle tuotantotiimi pystyy rakentamaan yhä tehokkaampia elämyskemuksia. Ei voida sanoa, että kaikki Suomen pelitapahtumat olisivat peliharrastajien järjestämiä, mutta henkilökohtainen kokemus pelien ympärillä olevasta yhteisöstä auttaa varmasti mielekkään ja erityisen tapahtuman tuottamisessa. Lisäksi silloin, kun tuotantotiimi koostuu yhteisön jäsenistä, voidaan jatkuvassa tapahtumassa kävijöistä rekrytoida kiinnostuneita harrastajia mukaan järjestämään tulevien vuosien tapahtumia joko talkoovoimana tai jopa osana ydintuotantotiimiä. Kun kävijät ja järjestäjät ovat samaa porukkaa, mukaan hyppäämisen kynnyks madaltuu huomattavasti.

...oli tosi tärkeätä, että meillä tuli sitä uutta porukkaa sinne järjestäjätiimiin, jotka sitten tunsivat sitä osallistujaporukkaa. Muun muassa sen kautta, että mitä pelejä nyt sitten on niinku kuumana tällä hetkellä, että mitä siellä kannattais skaboina järjestää tapahtumassa. (H3)

Me ollaan siis itsekkin tätä kohderyhmää ja sitten kun me täällä porukalla vietetään aikaa muiden harrastajien ja pelaajien kanssa, niin kyllä me aika hyvin tunnetaan. Plus meillä on hyvä ikäjakama, eli meillä on paljon kolmekymppistä porukkaa, jonkun verran kaksikymppistä ja myöskin vähän teiniporukkaaakin. Eli tavallaan saadaan kaikkien maut selville kun vaan puhutaan ja kuunnellaan. (H4)

Mutta kyllä mä oon tehnyt ite puheohjelmaa aika monta vuotta tapahtumassa koordinoitu, niin kyllä mä uskon että kun mä itse koen että mä kuulun siihen segmenttiin eli roolipelaajiin, niin mä oon aika hyvä tietämään että millaisista asioista he ovat kiinnostuneita, minkä tyyppiset asiat kiinnostaa. (H5)

Kohderyhmän ja elämyskokemuksen kohdalla on kuitenkin eSports-tapahtumien kanssa myös otettava huomioon erot normaalin kävijän ja turnauksen kilpailijan välillä. Kilpailua katsomaan tulevat fanit istuvat yleisössä ja nauttivat tapahtumasta vieraina, kun taas kilpailijat ovat keskittyneitä suoritukseensa. Tämä korostuu varsinkin niissä turnauksissa, jotka järjestetään omana tapahtumanaan eikä esimerkiksi jonkin LAN-tapahtuman yhteydessä. Tällöin turnauksen kilpailijan rooli on vain nimenomaan kilpailijana, ja hänen kokemuksensa tapahtumassa on eittämättä erilainen kuin katsojien.

...se fanikokemus on niin erilainen, jos sulla ei oo siinä ympärillä mitään sellasta muuta tietynlaista eventtiä. Siinä on hirvittävästi työtä siinä sen fanikokemuksen tekemisessä tollasiin eventteihin. Joten on täysin selvää, että sen pelaajan kokemus on täysin erilainen. Se on fokusoitunu siihen omaan suoritukseensa, ja internet-aikana se oma suoritus voi olla... että ne asiat minkä kanssa nämä ihmiset kamppailee, useimmiten nuoret miehet, mutta myös nuoret naiset, on että nolaanko mä itseni niin pahasti, että musta tulee meemi. Siis ne on järkyttäviä ne paineet, ne on vielä paljon kovempia mun mielestä kun jollakin olympiaurheilijoilla, koska se internet-kulttuuri sen kaiken päällä tekee siihen niin paljon lisää kertoimia. (H2)

4.3 Pelikulttuurin kasvu rakentaa tulevaisuutta

4.3.1 Pelikulttuurin monet kasvot

Pelitapahtumien kulttuuriarvoon liittyen haastateltavat antoivat myös runsaasti erilaisia vastauksia. Kaikkien mielestä pelitapahtumilla on kulttuuriarvoa, mutta heidän nimeämänsä syyt vaihtelivat paljon. Kaksi huomattavinta teemaa kulttuuriarvon synnyttämisessä olivat pelit itsessään ja pelejä ympäröivät ihmiset. Pelien arvo nähtiin alan tuottamisessa rahamäärissä, tiettyjen klassikkopelien vaikutuksissa populaarikulttuuriin ja niiden ominaisuudessa sekä viihdyttää pelaajaa että puhutella hänen arvojaan. Yhteisöön liittyvät arvot liittyivät enemmän itse tapahtumiin, kuten eSports-tapahtumien fanikulttuuriin ja LAN-tapahtumien voimaan houkutella jopa satoja ihmisiä mukaan nuoremmista ikäluokista. Selvää kuitenkin oli, että pelitapahtumilla oli kaikkien näkemyksen mukaan kulttuurillista arvoa, joko sen sisällön tai yhteisön suuruuden ja yhtenäisyyden vuoksi.

Mutta sitten taas se, että kuinka paljon pelit tuottaa maailmalla rahaa ja kuinka merkittäviä teoksia nekin on ihan elokuvienkin saralla. Elokuvat on myöskin merkittäviä, mutta on siis paljon tämmösiä kulttiklassikkopelejä, jotka on muutettu ihan populaarikulttuuria. Niin kyllä ihan näiden varjolla näen sen, että pelitapahtumilla on todellakin iso kulttuuriarvo. Toivoisin joskus, että se olis ihan isommassakin mittakaavassa, että isompi luokka ihmisiä näkis että täähän on ihan merkittävää kamaa. (H1)

Mun mielestä pelitapahtumilla on yhtä paljon kulttuuriarvoa kun vaikka elokuvafestivaaleilla, musiikkifestivaaleilla... kulttuuri on kulttuuria. Ja on siis varmasti, mutta mitä se kulttuuri sitten tässä tapauksessa on? Sitä mitä ihmiset siitä tekee, eli totta hitossa se on kulttuuria siinä missä mikä tahansa muukin selkeästi. ... Ja sit se (suosittu eSports-peli) on synnyttänyt – totta kai sillä pelin suunnittelijalla on iso osa sitä kulttuurin luomista, mutta kukaan ei pysty luomaan sitä kulttuuria yhtä lailla kun jalkapalloskaan. Ilman faneja, niin mitä jalkapallo on? Ei se ole kulttuuria ilman jalkapallofaneja, että siis se on nimenomaan kulttuuria sen yhteisön takia. (H2)

Meidän tapauksessa varmaan se merkittävin arvo syntyi siitä, että me saatiin koottua käytännössä yläaste/lukio-ikäluokat melkein kokonaisuudessaan, paikallisessa mittapuussa ainakin, saman tapahtuman ääreen. Et jos yläasteella on 500-600 oppilasta, ja lukiossa pari sataa, ja viimeisinä vuosina meidän tapahtumassa kävi se liki 600 kävijää, joista valtaosa oli paikallisia, niin kyllä siellä aika hyvin kohdattiin ihan valtaisalla prosentilla se koko ikäluokka siinä yläaste/lukio-nurkalla. (H3)

Se on hyvä kysymys, kun pelaajakulttuuri on myös oma olentonsa ja pelikulttuuri omansa mielestäni. Ja sitten kun meillä on eri aloilta, esim lautapelit on myöskin oma kulttuurinsa, kun niissä on omat taiteensa ja miten se designi on rakentanu sitä omaa kulttuuria. Ja figupelit on kulttuuria myöskin, kun siinä porukka itse pääsee näyttämään omia taitojaan ja siinä on ne kilpailutkin parhaimmille taideteoksille. ... Ja videopeleissä sitten on aina se graafinen puoli, tarinapuoli, musiikkipuoli... että mun mielestä kyllä tää kaikki on kulttuuria. (H4)

Kyllähän pelit selkeästi on kulttuuria ja mun mielestä se on hienoa, että sitä on alettu tajuamaan laajemmin, nykyään esimerkiksi kulttuurirahastolla on erillinen apurahahaku pelaamiseen liittyville projekteille. Elikkä jos ajatellaan, että kulttuurin tarkoitus on paitsi ehkä viihdyttää, niin myös sitten vähän ravistella ihmisten mielipiteitä ja arvoja, niin kyllähän pelit, erityisesti sellaset jossa eläydytään hyvinkin voimakkaasti, tekee sitä. (H5)

Peleillä ja niitä ympäröivillä ihmisillä on kuitenkin tietynlainen ”nörtteilyn” stigma, joka voi aiheuttaa hankaluuksia ensikertalaiselle tai yhteisön ulkopuoliselle osallistua tapahtumaan. Tämän stigman takia myös peliyhteisöt voivat olla hyvin epäroivia uusien ihmisten hyväksymisessä joukkoonsa, ja osallistumisen kynnys nousee yhä entisestään. Toisaalta johonkin uuteen juttuun, kuten pelitapahtumaan, jos ennen ei ole käynyt, voi olla myös hyvin jännittävää osallistua. Ja vaikka tämä voi vahvistaa ensikertalaisen epävarmuuksia, se voi myös toimia vetävänä voimana niille, jotka etsivät jotain uutta ja mielenkiintoista tai ovat valmiina ottamaan riskejä. Tapahtuman tuottajien tehtävänä on valjastaa tämä voima, ja houkuteltava ilmeisimmän kohderyhmän ulkopuolista mahdollisia kiinnostuneita korostamalla ja työstämällä tapahtuman lähestyttävyyttä, eksoottisuutta ja hyvää organisointia itse tapahtumassa. Lisäksi aloittelijat on otettava huomioon ja tehtävä erilaisia toimenpiteitä heidän opettamistaan varten tapahtumantyyppin mukaisesti.

Ehdottomasti kynnys on korkeampi - pelikulttuuri on aika klikkiintynyt, ja vaatii eri tavalla kokemusta osallistua Assemblyille kuin muuhun messukeskuksessa järjestettävään tapahtumaan. Tapahtumanjärjestäjän yksi tärkeimmistä tehtävistä on tehdä tapahtumista mahdollisimman lähestyttäviä ja saavutettavia kaikille. (H2)

Mielestäni ensikertalaisena on aina vähintäänkin jännittävämpää osallistua tapahtumaan. Erityisesti jos ei ole kaveriporukalla lähdössä, vaan ihan omin nokin uuteen tapahtumaan. Tällöin korostuu tapahtuman hyvin organisoidut puitteet, ohjelma yms. ja turvallisuuden tunne tapahtumassa. (H3)

Meillä on kaikkea ihan ylimmästä tuonne alemman kynnyksen tasoon, että vois ihan helposti olla vaikka "tässä on rytmipeli yhdellä napilla, tuu nauttiin meidän kans porukalla" ja sitten vieressä on kunno Rock Band täysin bändinensä. Meillä on siis vähän jokaselle jotakin täällä. Olit sitten vaikka täysin uusi harrastaja, niin voit kyllä löytää itselles jotakin ja itse asiassa tosiaan uuden harrastuksen. Mutta kyllä siinä on tiettyä jännitystä tulla pelitapahtumaan ekan kerran, varsinkin jos ei oo mitään aiempaa kosketusta tähän kulttuuriin, niin se on aika pelottavaa ei-harrastajalle. ... Jotkut on joskus myös miettiny, että kehtaako ne tulla tänne, vai onko ne vaan jotain hikisiä nörttejä täällä. Mutta me yritetään vähentää sitä (stigmaa) ja tuoda esille sitä, että "hei tää on vaan ihan tätä kulttuuria". (H4)

4.3.2 Tulevaisuuden toiveet ja huolet

Pelitapahtumien tulevaisuus nähtiin kirkkaana, tapahtuma-alaa painaneesta koronasta huolimatta. Koska pelit ovat nousseet viime vuosien aikana valtavirran tietoisuuteen, kiinnostus niitä kohtaan nousee, ja niin myös pelitapahtumat alkavat yhä suurempaa ihmisjoukkoa. Lisäksi pelien kanssa kasvaneet sukupolvet alkavat nousta yhä vanhempiin ikäluokkiin, ja heitä nuoremmat seuraavat perässä, jolloin pelitapahtumien yleisö kasvaa muutenkin. Koronan tuomat haitat olivat kyllä näkyneet varsinkin jatkuvien tapahtumien tuotannossa, mutta järjestäjät uskoivat koronan laantumiseen ja mahdollisten hybridimallien käyttämiseen, joita on viime vuosina muutenkin tapahtuma-alalla otettu käyttöön.

Kyllä mä näen että tulevaisuus on valoisa, koska jahka tää korona lähtee laantumaan tästä, niin kyllä nää tapahtumat alkaa taas yhä enemmän ja enemmän kiinnostaa. Meidän sukupolvi ja nuoremmat ollaan kasvettu tietokonepelien ja kaikenlaisten muiden pelien parissa, eli tää on vaan kasvamassa. Yhä useammat ihmiset pelaa ja sitä näytetään tyyliin Youtubessa, on pelivideoita lautapeleistä, roolipeleistä, tietokonepeleistä, niin siitä tulee yhä hyväksytympää mainstream-kulttuurissa. Eli paljon suositummaksi tulee. ... Tulevaisuudessa saattaa olla semmonen hybridisaatio näissä tapahtumissa, että siinä tulee olemaan toi virtojen puoli ja sitten tämä fyysinen puoli yhtä aikaa. Mä kyllä uskon, että se hybridimalli tulee olemaan se tulevaisuuden askel eteenpäin, jotta saadaa kaikki niin läheltä kuin kaukaa tapahtumiin mukaan. (H4)

Mun mielestä näyttää hyvältä, että mitä mä olen käsittänyt niin tapahtumat on pikkasen kasvanu tässä joka vuosi ennen koronaa ja sitten jopa ne, jotka myy loppuun ovat saattaneet myydä loppuun jo aikasemmin. Eli kiinnostusta selkeesti on myös tällasille ei-digitaalisille pelitapahtumille. Ja totta kai myös kun tapahtumat alkaa olla vanhoja, niin sitä osaamista on ja ne tuotantoarvot tavaltaan nousee, eli tapahtumat on myös laadukkaampia ja sen takia vetoaa

isompaan ihmisjoukkoon. Että kyllä mä näen ihan hyvänä pelitapahtumien tulevaisuuden. (H5)

Ehkä suurempana ongelmana ainakin eSports-tapahtumien kohdalla nähtiin joidenkin tiettyjen pelien jatkuva huippusuosio, ja kuinka se suosio on jo päässyt huippuunsa ennen koronan tuloa. Counterstrike: Global Offensiven kaltaiset huippusuositut online-moninpelit ovat dominoineet eSports-skeneä useita vuosia, ja ihmiset saattavat olla jo hieman kyllästyneitä samoihin peleihin. Tulevaisuutta siis löytyy, mutta turnausten suosio ei ehkä ole enää pitkään aikaan aivan sitä, mitä se voisi olla, ennen kuin jokin uusi suosittu moninpeli pystyy valloittamaan eSports-maailmaa.

Varmaan se isoin kysymys on se, että onko kysyntää tarpeeksi, koska se jatkuvan kasvun näkymä on tarpeellinen. Että kyllä aina saa tiedustella että "nyt meillä tämmönen DotA-turnaus, meillä oli tällanen Starcraft 2 –turnaus, ja 3-turnaus", montako niitä numeroja nyt on. Niin tavallaan sitten kun se katsojamäärä vakaantuu ja alkaa laskea, niin ne rahat ei todellakaan nouse enää siinä vaiheessa, eli että kuinka pitkälle voidaan sanoa, että se potentiaali kasvaa. Musta tuntuu että se on vähän kärsinyt sellasen tietynlaisen lakipisteensä jollakin tasolla, että odotetaan sellasta ehkä seuraavaa kuningaslajia. CS (Counterstrike) on niinku pyörittänyt maailmaa 20 vuotta niin luulis nyt että tässä olis jotain ehkä vaihtoehtoisia lajeja kuitenkin olemassa. (H2)

Mutta edelleen kyllä uskoisin, että ne omat puitteet silleen että ollaan muutenkin pelaamassa siinä verkon yli, niin toivoisin ja näkisin ainakin, että kyllä sille kysyntää kai olisi jatkossakin, mutta todennäköisesti ohjelman täytyy olla vähän laaja-alaisempi kun pelkkää CS:ää. (H3)

5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli löytää pelitapahtumien tuotannosta niille ominaisia asioita; miten ne rakennetaan, mitä haasteita tai erikoisuuksia nimenomaan pelitapahtuman tekeminen tuo ja millaiset asiat tekevät tai pyrkivät tekemään pelitapahtumasta elämyksen kävijälle. Loppujen lopuksi pelitapahtumat ovat hyvin samanlaisia tuotannoltaan kuin monet muut kulttuuritapahtumat, mutta laitteisto ja sen määrä tuovat digitaalisiin peleihin keskittyviin tapahtumiin omat haasteensa. Lisäksi pelialan suhteellisen nuoruuden ja tuntemattomuuden vuoksi moniin muihin mediamuotoihin verrattuna pelitapahtumia on vaikeampaa saada tuottamaan rahaa, saati sitten pelkästään tasaamaan tapahtuman tulot ja menot budjetissa. Siksi monia pelitapahtumia, varsinkin Suomessa, missä pelien bisnespuoleen enemmän keskittyvät pelimessut ovat paljon tuntemattomampia kuin muualla maailmassa, rakennetaan yhteisön varaan.

Pelitapahtumat ovat itse pelien tapaan hyvin interaktiivisia, eli ne vaativat kävijältä aina vähintään jonkintasoista aktiivista osallistumista. Myös eSports-turnauksissa, joissa kävijät eivät tule itse tapahtumaan pelaamaan, vaan katsomaan kilpailullista pelaamista, fanien interaktio kilpailijoiden, tapahtumajärjestäjien ja toisten fanien kanssa on suuri osa turnauksien tunnelmaa ja elämystä. Olivat tapahtumassa keskipisteenä pelit itsessään, pelien pelaaminen yhdessä suurella joukolla, tai kilpapelamisen esittäminen faneille, pelitapahtumaan ei voi lähes koskaan osallistua passiivisesti. Siksi myös helposti lähestyttävyyys ja esteettömyys ovat tärkeitä elementtejä erityisesti yhteispelaamiseen liittyvissä tapahtumissa, sillä nämä tapahtumat elävät ja kuolevat yleisön osallistumishalun mukaan.

Haastatteluissa pelitapahtumien kulttuuriarvoksi nostettiin pelien saavutukset populaarikulttuurissa ja vaikutukset pelaajan henkilökohtaisella tasolla sekä yhteisön synnyttämä kulttuuri pelien ja kilpapelamisen faneina. Tapahtumien kohdeyleisölle pelitapahtumat ovat osa heidän kulttuuriaan, joten pelitapahtumien kulttuuriarvo syntyy heidän arvostuksestaan pelejä ja hauskaa yhteisen pelaamisen kokemusta kohtaan. Suuremmassa mittakaavassa tätä on hieman vaikeampi hahmottaa, mutta loppujen lopuksi pelitapahtumat tuovat nautintoa tietyille yleisölle aivan samalla tavalla kuin lukuisat muut kulttuuritapahtumatkin. Erona on se, että suurin osa pelitapahtumista ei voi nojata vain pelkkään ohjelmaan ja sen järjestelyn laatuun, vaan myös pitää huoli kävijöiden hyvinvoinnista ja

hauskanpidosta. Ja vaikka kävijöiden tyytyväisyys on ydinosa mitä tahansa tapahtumaa, pelitapahtumissa se korostuu erityisen paljon siksi, koska niin monet tapahtumatyypit ovat riippuvaisia yleisön aktiivisesta osallistumisesta tapahtuman toimintaan.

Muiden kulttuuritapahtumatyyppien rinnalla digitaaliset pelit taiteen tai median muotona ovat kuitenkin hyvin erilaisia. Interaktiivisuuden lisäksi suurin osa olemassa olevista digitaalisista peleistä ovat yksinpeliin keskittyneitä, ja monissa moninpeliin mahdollisista pelaajia ei voi olla rajattomasti. Lisäksi pelaaminen tapahtuu hyvin pitkälti oman kodin sisällä, eli niille ei ole mitään museon tai teatterin tapaista paikkaa, missä niistä voisi nauttia. Pelisaleja löytyy tietysti jonkun verran, mutta niissäkin pelikokemus rajoittuu tiettyihin arcade-tyyppisiin peleihin, ja niitä on paljon vähemmän kuin esimerkiksi elokuvateattereita. Yksi haasteltavista kommentoi asiaa:

Kun ne (pelit) on kuitenkin tietyllä tavalla pienempiä tai ne nähdään pienempinä asioina ku vaikka elokuvat, koska elokuvia markkinoidaan paljon isommin, ja sitten siinä on tietyllä tavalla pienempi kynnys ihmisillä mennä elokuviin kun mennä pelaamaan pelejä, vaikka eihän pelejä mennä pelaamaan silleen mihinkään teatteriin. Se on vähän edelleenkin enemmän semmosta yksilötapahtumaa siinä mielessä, että sä pelailet aika paljon kotona yksin. Toki sä voit pelata kavereiden kanssa netissä, mutta se kynnys on silleen tietyllä tavalla siinä erilainen. (H1)

Voisiko pelitapahtumien rooli kulttuurialalla olla siis tuoda ihmiset pelaamaan ulos omasta kodistaan? Luoda tämä teatterin tapainen paikka, mutta peleille? Koska pelitapahtumat ovat niin sidottuja peliyhteisöön, niitä voisi tulkita paikkoina yhteiselle pelaamiselle erityisemmissä olosuhteissa verrattuna kotona yksin tai internetin välityksellä pelaamiseen, aivan kuin teatterissa elokuvan katsomisen kokemus eroaa suuresti sen katsomisesta televisiosta tai suoratoistopalvelusta. Toisaalta tapahtumat ovat ainutkertaisia, joten ehkäpä konsertti olisi parempi vertaus? Tuhannet ihmiset kokoontuvat kuuntelemaan live-musiikkia lempiartisteiltaan konserteissa, kun taas pelitapahtumissa peli-ihmiset kokoontuvat yhteen pelaamaan ja juhlistamaan harrastustaan tai kannustamaan suosikkikilpapelaaajiaan. Oli sopivampi vertaus kumpi tahansa, ne molemmat ovat osa suurempaa tavoitetta: pelien ja pelikulttuurin profiilin nostamista.

Pelikulttuurin stigma väkivaltaiseksi tekemisestä ja muusta negatiivisesta käytöksestä on juurtunut syvälle ihmisten alitajuntaan. Tämän takia pelitapahtumat yrittävät nostaa esille

pelaamisen hyviä puolia, kuten sosiaalisen yhteispelaamisen mahdollisuuksia, erilaisten peligenrejen kirjoa ja yleistä hauskanpitoa pelien parissa. Näin yhdistyvät pelitapahtuman kaksi tärkeintä tehtävää; antaa kävijöille unohtumaton kokemus harrastuksensa parissa, mitä he eivät saisi vain oman kotinsa sisäpuolella ja korostaa pelien tärkeyttä osana nykypäivän kulttuuria. Vaikka pelitapahtumien järjestäjät eivät tietoisesti yrittäisikään muuta kuin pelkkää mukavan tapahtuman järjestämistä, negatiivisten pelimyyttien murtaminen tapahtuu ainakin jollain tasolla siinä sivussa, jos tapahtuma onnistuu hyvin, ja varsinkin jos se saa myös paljon julkisuutta.

Joten vaikka kulttuurialan suuremmassa mittakaavassa pelitapahtumien rooli ei ole mitään suurempaa kuin hauskanpitoa ja kokemuksia pelien harrastajille, sillä on oma merkityksensä osana pelikulttuurin maineen ja aseman oikaisemista julkisuudessa. Mutta samalla pelitapahtumien kirjo on aivan samanlaista kuin muidenkin tapahtumien kohdalla. Ei ole vain yhtä pelitapahtuman lajia: aivan kuin musiikkitapahtumien tai elokuvatapahtumien kohdalla, pelitapahtuman tyyppejä on useita, ja peleistä voidaan nauttia tapahtuman muodossa lukuisin eri tavoin. Tämä voi tietenkin jossain määrin tuntua itsestäänselvyydeltä, mutta tämä tutkimus näyttää perin pohjin, että pelitapahtuman järjestäminen vaatii yhtä paljon työtä kuin mikä tahansa tapahtuma, ja niiden mittaluokka voi olla mitä kookkaimmankin festivaalin tasolla.

Tulevaisuudessa pelitapahtumat voivat myös levitä laajemmalle yleisölle. Mitä enemmän pelit tulevat hyväksytymmäksi ja ihmisten keskimääräinen pelilukutaito alkaa nousta, sitä enemmän kiinnostus pelitapahtumia kohtaan nousee. Pelit ovat tulleet jäädäkseen, ja enemmän tai myöhemmin ihmisten on opeteltava enemmän niiden todellisesta muodosta, aivan kuin muidenkin historian aikana ennalta tuomittujen median muotojen ja ilmiöiden kohdalla. Kun pelejä ei enää vierasteta laiskana lapsille ja nuorille tarkoitettuna ajanviettona, on pelitapahtumien helpompi löytää kohdeyleisöään ja markkinoida laajemmin. Ja koska kiinnostus pelejä kohtaan on selvästi ollut nousussa viime vuosina, on vain ajan kysymys, milloin pelitapahtumat nousevat enemmän julkisuuteen. Korona on tietenkin hidastanut tätä nousua, mutta yhä suurempien pelitapahtumien järjestäminen ja niiden voimakkaampi leviäminen julkiseen tietoisuuden eivät ole mikään utopistinen ajatus.

Pelitapahtumia auttaa myös ajan kulu itsessään. Digitaalisten pelien historia alkaa vasta 1970-luvulta ja yksinkertaisia tasohyppelyitä ja Space Invadersin kaltaisia 2D-ammuntapelejä monimutkaisemmat pelit alkoivat yleistyä vasta 90-luvun vaihteessa, tarinakeskittyneet pelit vielä sitäkin myöhemmin. Tämän takia monet mieltävät pelit arcade-tyyppisiin klassikkopeleihin, mutta sukupolvien vanhetessa yhä vanhemmat ihmiset ovat tietoisia pelien nykytilasta, ja uusien sukupolvien peliharrastaminen lisää tätä pelitietoisten ihmisten joukkoa. Tällöin myös pelitapahtumien kohderyhmä kasvaa, ja tapahtumat kasvavat verrannollisesti vastamaan nousevaa kysyntää. Kulttuurisessa mielessä ajan myötä arvostetut asiat nousevat yhä vahvemaksi osaksi kulttuuria, joten mitä enemmän tulevat sukupolvet arvostavat pelejä nykysukupolvien tavoin, sitä suuremmaksi myös pelitapahtumien merkitys kulttuuritapahtumana kasvaa. Näin pelitapahtumien kulttuuriarvo pystyy myös kehittymään, sillä pelien arvostuksen noustessa niiden kulttuurilliset vaikutukset leviävät suuremmalle ihmisjoukolle, ja pelaajakulttuurista tulee yhä monimuotoisempaa.

Tapahtumatuottajalle yleisesti pelitapahtumien tuotanto voi olla hyvinkin mielenkiintoinen kokemus myös oppimisen kannalta. Vaikka monet vaiheet sisältävät samoja perusasioita, pelitapahtumien interaktiivisuutta ja tuottajien paloa peliyhteisöä ja joissain tapauksissa myös itse pelejä kohtaan, voidaan soveltaa ja kanavoida muihinkin tapahtumatuotannon osa-alueisiin. Esimerkiksi pelillistämistä voitaisiin käyttää pelitapahtumien ulkopuolella keinoon tehdä joistain tapahtuman osista interaktiivisempia, mikä antaa tapahtumalle lisää elämysarvoa ja houkuttelee ihmisiä osallistumaan tapahtumaan tai sen johonkin tiettyyn ohjelmanumeroon. Lisäksi pelitapahtumien tuottajien läheisyys kohderyhmän kanssa on yhtä hyödyllistä muillakin osa-alueilla, sillä siten tuottajien on yhä helpompaa luoda todella liikuttavia tapahtumia. Kaikissa tapahtumatyypeissä tämä läheisyys ei ehkä ole mahdollista, ainakaan samalla tavalla kuin pelitapahtumissa, mutta pelitapahtuman tuotannosta tapahtumatuottaja pystyy ehkä oppimaan paremmin tapoja siihen, miten hän pääsee lähempään kosketukseen oman kohderyhmänsä kanssa. Myös laite- ja sähköturvallisuus, sekä tapahtuman helposti lähestyttävyyden huomiointi ovat sellaisia pelitapahtumien avainasioita, joita monissa muissa tapahtumissa voidaan aina parantaa.

Pelitapahtumat ovat siis suurimmilta osin sitä, miltä ne ulkoapäin näyttävätkin; hauskanpitoa harrastajille ja lisätietoa pelien maailmasta ulkopuolisille. Mutta juuri näissä asioissa piilee myös näiden tapahtumien arvo. Ne ovat osa kasvavan populaarikulttuurin segmentin

kukoistusta ja korostavat pelien sosiaalista puolta ja monipuolisuutta. Pohjimmiltaan se voi olla vain rentoa ajanviettoa, mutta sitä ei välttämättä tarvitse ajatella muuta kulttuuria alempana sen vuoksi, ja tämä on se suunta, mihin pelitapahtumien kulttuuriarvon tulisi ja tuleekin melko varmasti kehittymään. Pelit ja pelitapahtumat yhdistävät ihmisiä samalla tavalla kuin muutkin kulttuurialueet: kutsumalla heitä uusien kokemusten pariin ja pyrkien tuottamaan edellistä parempia spektaakkeleita, oli kyseessä sitten eSports-turnauksen huumaa, roolipelaamiseen liittyvä palo tai yhteisen pelaamisen nautinto pelilaudan tai -ohjaimen ääressä. Koska pelitapahtumien tavoite on rikastuttaa ihmisten elämää, joko pienesti piristämällä päivää tai herättämällä suuren intohimon, ne ovat osa sitä alaa, jolla tuottajat päivittäin työskentelevät toteuttaakseen projekteja harmaan elämän kirkastamiseksi – kulttuuria.

LÄHTEET

Alasuutari, P. (2011). *Laadullinen tutkimus 2.0*. Vastapaino.

Ben P L. (24.5.2019). *UVU LAN party* [valokuva]. Flickr. <https://www.flickr.com/photos/88663091@N04/48834144917> CC-BY-SA

Chatfield, T. (2011). *Hupi Oy: Miten pelaaminen mullisti viihdeteollisuuden*. (T. Hautala, käänt.) Docendo.

Dowson, R. & Bassett, D. (2015). *Event planning and management: A practical handbook for PR and events professionals*. Kogan Page.

Eepelit. (21.6.2021). *Suurimmat eSports-turnaukset tuovat pelaajille miljoonia*. <https://www.eepelit.fi/suurimmat-esports-turnaukset-tuovat-pelaajille-miljoonia/>

Esports Earnings. (i.a.). *Largest Overall Prize Pools in Esports*. Haettu 4.5.2022, <https://www.esportsearnings.com/tournaments>

Esports Suomi. (i.a.). *Esports-turnaukset*. <https://www.esports-suomi.com/turnaukset/>

Exilexi. (3.9.2017). *LCS EU summer finals 2017 in AccorHotel Arenas Paris* [valokuva]. Wikimedia Commons. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:LCS_Summer_Split_2017_in_Paris.jpg CC-BY

Hartikainen, N. (21.11.2019). *24 000 kävijää ei riittänyt: Kovaa kritiikkiä tänä vuonna saanut GameXpo lopetetaan*. Ilta-Sanomat. <https://www.is.fi/digitoday/esports/art-2000006316453.html>

Hessle, V. (2014). *Pelejä kansalle: erilaisten pelitapahtumien järjestäminen mahdollisimman pienillä resursseilla*. [AMK-opinnäytetyö, Turun Ammattikorkeakoulu]. Theseus. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2014121720262>

Huhtaniska, T., Tirronen, J., Turunen, J., Asikainen, A., Ahlavo, H. & Heinonen, J. (2019). *Faktaa ja fiilistä tapahtumatuottajalle*. Edita Publishing Oy.

Kallinen, T., Kinnunen, T. & Vuori, J. (2021). *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/>

Iso-Aho, J., Kinnunen, J., Hentinen, L. & Amberla, K. (2011). *Tapahtumatuotannon pala-
peli: Näkökulmia merkityksiin, muutoksiin ja kehittämiseen*. Humanistinen ammattikorkeakoulu.

- Jang, W. W., Kim K. A. & Byon K. K. (2020). Social atmospherics, affective response, and behavioral intention associated with esports events. *Frontiers in Psychology*, 11, 1671. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01671>
- Kansallinen audiovisuaalinen instituutti (KAVI). (8.11.2021). *Peliviikko auttaa selviytymään marraskuusta*. <https://www.sttinfo.fi/tiedote/peliviikko-auttaa-selviytymaan-marraskuusta?publisherId=69817134&releasId=69923800>
- Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. (2002). *Yleisötapahuman suunnittelu ja toteutus*. WSOY.
- Karvinen, J. & Sotamaa, O. (2015). Pelit hyvän ja pahan tuolla puolen. *Duodecim*, 131(23), 2253–2256. <https://www.duodecimlehti.fi/xmedia/duo/duo12866.pdf>
- Keränen, T., Liimatta, T., Pehkonen, J., Pihlaja, M., Saraste, L., Tuominen, P. & Virta, M. (2016). *Nuorisotyö lanittaa*. Verke. <https://www.verke.org/uploads/2021/01/593bf836-nuorisotyö-lanittaa-verke.pdf>
- Kline, D. (7.6.2011). *E3 2011 - Ubisoft booth* [valokuva]. Flickr. <https://www.flickr.com/photos/popculturegeek/5822122929/in/photostream/> CC-BY-NC
- Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. & Rintala, S. (2015). *Tapahtumajärjestäjän opas*. Laurea-ammattikorkeakoulu. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-799-426-2>
- Lee, M. (12.12.2018). *Just What is This Convention, anyway? - A Guide to Different Types of Cons*. Twin Cities Geek. <https://twincitiesgeek.com/2018/12/just-what-is-this-convention-anyway/>
- Lehtonen, M. (2013). *Tapahtumanjärjestäjän käsikirja*. Suomen elektronisen urheilun liitto. https://seul.fi/wp-content/uploads/2014/01/tapahtumajarjestajan_kasikirja_uusi.pdf
- Lind, A. G. (29.8.2019). *DreamHack in Sweden: The World's Largest Digital Event*. Slow Travel Stockholm. <https://www.slowtravelstockholm.com/off-the-beaten-track/dreamhack-in-sweden-the-worlds-largest-digital-event/>
- Patterson, P. S. (12.5.2015). *This Week in Gaming History: How E3 1995 changed gaming forever*. SyFy Games. <https://web.archive.org/web/20151225204734/https://syfygames.com/news/article/this-week-in-gaming-history-how-e3-1995-changed-gaming-forever>
- Rasila, L. (2016). *Event production in the games industry*. [AMK-opinnäytetyö, Kajaanin ammattikorkeakoulu]. Theseus. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017122022253>

- Rekila, L. (2016). *Pelit kirjastossa: Yleisten kirjastojen pelitapahtumien kartoitus*. [AMK-opinnäytetyö, Oulun ammattikorkeakoulu]. Theseus. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201605178241>
- Ropecon ry. (10.2.2017). Tämä on Ropecon. *Ropenomicon*. <https://blog.ropecon.fi/tama-on-ropecon/>
- Suomen elektronisen urheilun liitto (SEUL). (12.7.2017). *SEUL ry – Tapahtumat*. <https://seul.fi/e-urheilu/tapahtumat/>
- Tarssanen, S. (2009). *Elämystuottajan käsikirja* (6. painos). Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. <https://www.kuusamo.fi/tiedostot/elamystuottajan-kasikirja-toim-anna-tarssanen/>
- Tedesco, L. (13.9.2021). *13 Biggest Gaming Conventions In The World (From Smallest To Largest)*. GameRant. <https://gamerant.com/gamin-conventions-world-smallest-largest-ranked/>
- Tiozon, D. (22.2.2021). *Ranking the 5 Biggest Esports Tournaments in the World*. Clutchpoints. <https://clutchpoints.com/5-biggest-esports-tournaments/>
- Turvallisuus- ja kemikaalivirasto (Tukes). (2019). *Tapahtumaturvallisuusopas*. <https://tukes.fi/documents/5470659/11781251/Tapahtumaturvallisuusopas/c6c8241a-abb6-123f-1752-bf0c1cd85451>
- Vallo, H. & Häyrynen, E. (2016). *Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen* (5. uudistettu laitos.). Tietosanoma.
- Vilkkä, H. (2021). *Tutki ja kehitä* (5. päivitetty painos.). PS-kustannus.
- Womack, H. D., Smith S. S., & Lock, M. B. (2015). Large-scale, live-action gaming events in academic libraries: How and why. *College & research libraries news*, 76(4), 210-214. <https://doi.org/10.5860/crln.76.4.9297>
- Ängeslevä, S. (2014). *Level up: Työrutiinit peliksi*. Talentum.

LIITTEET

Liite 1. Alustavat haastattelukysymykset

Liite 1. Alustavat haastattelukysymykset

1. Millainen tapahtuma x on?/Millaisia pelitapahtumia olet ollut järjestämässä?
2. Mikä tarkoitus/tavoite tapahtumalla on?
3. Mitä kaikkea tapahtuman tuotantoon kuuluu? Mitkä ovat avainasioita? Mikä on haastavaa, mikä helppoa?
4. Mitä tapahtuma mielestäsi antaa tai olisi tarkoitus antaa kävijälle?/Mikä tekee pelitapahtumasta onnistuneen?
5. Kuinka hyvin tunnet tapahtuman kohderyhmän?
6. Onko tapahtumassa jotain arjen yläpuolelle nostavia tekijöitä? Mitä ne ovat?
7. Onko pelitapahtumilla mielestäsi kulttuuriarvoa? Millaista?/Jos ei, miksi?
8. Oletko ollut mukana muiden tapahtumien järjestämisessä? Jos olet, eroaako pelitapahtuman tuotanto niistä millään merkittävällä tavalla?
9. Onko mielestäsi ensikertalaisena/ulkopuolisena päätös osallistua pelitapahtumaan vaikeampi kuin muihin tapahtumiin? Miksi/miksi ei?
10. Millaiselta pelitapahtumien tulevaisuus mielestäsi näyttää?
11. Onko muuta, jota haluaisit mainita aiheeseen liittyen?