



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

KULUTTAJALÄHTÖINEN JA VUOROVAI- KUTTEINEN PELINKEHITYS

Case: Elgom

Alen Plehandzic

Opinnäytetyö
Toukokuu 2018
Elokuvan ja television koulutusohjelma
Tuottaja



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Elokuvan ja television koulutusohjelma
Tuottaja

ALEN PLEHANDZIC:

Kuluttajalähtöinen ja vuorovaikutteinen pelinkehitys
Case: Elgom

Opinnäytetyö 52 sivua, joista liitteitä 3 sivua
Toukokuu 2018

Tämä opinnäytetyö käsitteli kuluttajalähtöistä ja vuorovaikutteista pelinkehitystä. Aihetta avattiin Elgom-pelibrändin kehittäjän työprosessin kautta. Pelinkehityksessä tarkoituksena oli tutkia kuluttajalähtöisyyden ja vuorovaikutteisuuden hyötyjä ja haasteita pelinkehityksessä. Tavoitteena oli selvittää, miten kuluttajalähtöisyyttä voidaan hyödyntää ja sitä kautta löytää toimiviksi havaittuja vuorovaikutteisuuden muotoja esimerkkien, lähteiden ja Elgomin kehittäjän omien kokemusten kautta.

Tulokset osoittavat, että kuluttajalähtöinen ja vuorovaikutteinen pelinkehitys on toimiva työmenetelmä erityisesti pelinkehittäjälle. Hyötyä näistä olisi myös peliyhtiölle ja rahoittajalle, mutta tulokset osoittavat, että ongelmatilanteet kuluttajalähtöisyyden osalta syntyvät useimmiten juuri näiden kahden ryhmän sisällä. Lähdeaineiston ja tutkijan kokemusten perusteella voidaan päätellä, että kuluttajalähtöisyys ja vuorovaikutteisuus ovat pelinkehittäjän työn elinehto, mutta koska budjetit ovat rajalliset, päädytään monesti helppoon ratkaisuun ja julkaistavaksi päätyy keskeneräinen peli.

Tutkimustyön pohjalta voidaan esittää johtopäätös, että parhaimmillaan kuluttajalähtöinen pelinkehitys takaa tyytyväiset asiakkaat ja toimivan pelin. Kuluttajalähtöisyys tarjoaa pelaajille paremman mahdollisuuden päästä osaksi pelin maailmaa, kunhan pelintekijät lopulta pitävät langat käsissään ja tekevät lopulliset päätökset.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme In Film And Television
Producer

ALEN PLEHANDZIC:
Consumer-Oriented and Interactive Game Development
Case: Elgom

Bachelor's thesis 52 pages, appendices 3 pages
May 2018

This thesis deals with consumer-oriented and interactive game development. The subject was investigated through the work process of the Elgom game brand's developer. The purpose of the work was to study the benefits and challenges of the consumer-oriented and interactive game development. The aim was to solve how consumer-orientation can be used effectively and through that to find working forms of interactivity. Examples, various sources and the experience of the game developer of Elgom shed light on the subject at hand.

The results show that consumer-oriented and interactive game development are effective methods especially for the game developer. These methods would be useful for the game company and the financier, too, but the results show that most often these problems occur in these groups. On the basis of the research it can be concluded that consumer-oriented and interactive game development are the most important part of the game developer's work, but because the budgets are limited, the games are often published in an unfinished state.

The conclusion is that at its best, the consumer-oriented game development can guarantee happy customers and a fun game. For the gamers, the consumer-orientation offers better chance to get into the game, but eventually the game makers have to make the final decisions.

Key words: game developing, consumer-oriented, interactive

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	PELIALA	6
	2.1 Peli	6
	2.2 Peliteollisuus.....	7
	2.3 Peliteollisuus Suomessa.....	8
	2.4 Pelialan liikevaihto	9
3	PELINKEHITYS.....	11
	3.1 Pelien vuorovaikutteisuus ja kuluttajalähtöisyys	14
	3.2 Tuotantoprosessin vaiheet.....	16
	3.2.1 Esituotanto	16
	3.2.2 Tuotanto	18
	3.2.3 Roolit.....	18
	3.2.4 Jälkituotanto	20
	3.3 Rahoitus	21
4	PELATTAVUUS	23
5	CASE: ELGOM	25
	5.1 Peli-idean lähtökohdat	25
	5.2 Ideasta toiminnaksi	27
	5.3 Elgomin kehitysvaiheet.....	29
	5.3.1 Korttipeli	29
	5.3.2 Korttipelin hyllytys	35
	5.3.3 Lautapeli.....	35
	5.4 Aspido.....	38
	5.5 Pelien esittely ja palaute	39
	5.5.1 Korttipelin säännöt.....	39
	5.6 Lautapelin säännöt	39
6	VISUAALINEN ILME JA TUOTANTO	41
	6.1 Brändi.....	42
	6.2 Tuotanto	42
	6.3 Keskeiset haasteet ja onnistumiset.....	44
7	POHDINTA.....	47
	LÄHTEET.....	49
	LIITTEET	50
	Liite 1. Myyntiflyeri	50
	Liite 2. Ohjekirja	51

1 JOHDANTO

Kuluttajalähtöinen pelinkehitys on pinnalla oleva aihe. Monet johtavat peliyhtiöt ja rahoittajat ovat jämähtäneet vanhaan tapaan tehdä ja alalla on enemmän jo poikkeus kuin sääntö saattaa julkaistavaksi keskeneräinen peli. Samalla esiin on noussut olennainen perusongelma, ettei asiakaskuntaa, eli pelaajia kuunnella riittävästi. Opinnäytetyöni tavoitteena on pohtia kehittämäni pelibrändi *Elgomin* kautta, miten pelaajien toiveet voidaan ottaa osaksi pelinkehitystä siten, että samalla pysytään budjetissa ja aikataulussa. Taustana käytän lisäksi omaa kokemuspohjaani pelaajana.

Päälähteinäni käytän Ville Vuorelan (2007) kirjoittamaa *Pelintekijän käsikirjaa* sekä Jori Virtasen (2016a, 2016b, 2016c) *Mikrobitti*-lehdelle kirjoittamaa kolmea artikkelia *Miljoonahitin synty: näin pelinkehitys etenee ideasta valmiiksi tuotteeksi*, *Free-to-play: näin toimii ilmaispelein logiikka* sekä *Pelinkehityksen opas: sosiaalisuudesta on tullut elintärkeä osa pelejä*. Tarkastelen vuorovaikutteista pelinkehitystä erityisesti pelinkehittäjän näkökulmasta, sen hyviä puolia ja haasteita ja samalla sivuan, miten tärkeä rooli vuorovaikutteisuuudella on pelin menestykselle.

Käyn aluksi läpi yleisellä tasolla pelin ja peliteollisuuden määritelmät, josta jatkan pelin tekemisen työvaiheisiin ja roolijakoon. Syvennän aihetta kolmannessa ja neljännessä luvussa pelinkehityksen, pelattavuuden kautta. Viidennessä luvussa sovellan tutkimukseni aineistoa *Elgom*-brändiini. Keskityn brändin rakentamiseen, pelinkehitykseen ja havaintoihin, joita olen tehnyt matkan varrella.

Tarkastelen aihetta lähteiden, esimerkkipelien ja oman brändini *Elgomin* kautta. Rajaan työni vuorovaikutteiseen ja kuluttajalähtöiseen pelinkehitykseen, miksi ne ovat niin tärkeitä ja mitä tapahtuu, jos nämä elementit puuttuvat pelin kehittämisvaiheessa. Tutkimuksesta on apua pelialalle haluaville, niille jotka kokevat kuluttajalähtöisen ajattelun tuotekehityksen lähtökohtana. Itselleni, opinnäytetyöni tukee oppimistani ja siitä on ollut apua *Elgomin* jatkotyöstämisessä brändinä ja pelinä.

2 PELIALA

2.1 Peli

Pelejä on jokaisessa kulttuurissa ja niiden historia ulottuu ainakin sivilisaation syntyhetkeen, ellei jopa sitä kauemmas. Melkein voisi sanoa, niin kauan kun on ollut ihmisiä, on ollut myös pelejä. Chatfield (2010) mainitsee teoksessaan *Hupi Oy: miten pelaaminen mullisti viihdeteollisuuden*, että kilpailullisesta pelaamisesta on säilynyt tietoja jo vuoden 2600 eaa. tienoilta, kun taas arkeologit ovat löytäneet pitkästyneiden assyrialaistaisten vartioiden patsaiden selkämukseen 700-luvulla eaa. raaputtamia ”pelilautoja”. Ihmiset ovat pelanneet pelejä vähintään yhtä pitkään, kuin ovat osanneet lukea ja kirjoittaa, ja ehkä niinkin pitkään kuin ovat osanneet puhua. (Chatfield 2010, 13.)

Peli on ajanvietteeksi tarkoitettu määrämuotoinen ja -sääntöinen kilpailu tai leikki. Pelien kulkua voivat ohjata esimerkiksi säännöt, strategiat ja sattuma ja niitä voidaan pelata yksin tai joukkueina joko itseä tai toisia pelaajia vastaan. Voittaja on se, joka ensimmäisenä saavuttaa pelin tavoitteen. Vuorela (2007) määrittelee kirjassaan *Pelintekijän käsikirja* pelaamisen olevan pelaajan näkökulmasta ajanvietteeksi tarkoitettua tuottamatonta toimintaa, jolla on alkutilanne, säännöt ja päämäärä. Vuorelan mukaan, jotta voidaan tehdä pelejä, täytyy tietää, mikä on peli tai mikä tekee jostakin asiasta, toiminnasta tai tuotteesta pelin. (Vuorela 2007, 16.) Chatfieldin mukaan pelin voisi määritellä hovin vuoksi järjestyksi toiminnaksi, joka noudattaa kirjoitettuja tai kirjoittamattomia sääntöjä. (Chatfield 2010, 13.)

Rajanveto pelin ja leikin välillä ei ole aina selkeää. Pelit ovat rajatumpia ja leikit vapaampia, mutta leikin ja pelin piirteet voivat myös sekoittua keskenään. Chatfieldin (2010) mukaan pelaamisen ja leikkimisen tarve on yleismaailmallinen, eikä se koske vain ihmistä vaan myös korkeampia eläimiä. Chatfield kuitenkin myös lisää, että tiukimman merkityksen mukaan vain ihmiset pelaavat pelejä, sillä olemme sääntöjä laativia ja etsiviä olentoja, joiden viehtymys järjestykseen ulottuu myös peleihin. (Chatfield 2010, 13.)

Vuorelan (2007) mukaan säännötöntä peliä ei ole olemassa. Säännötön peli on leikki, jonka leikkimistä ei voi jatkaa pitkään, sillä lopulta se kaatuu sääntöjen puutteeseen. Säännöt antavat pelille suuntaviivat, joiden sisällä pelaajat voivat toimia haluamallaan

tavalla. Vuorelan (2007) mukaan videopeleissä säännöt ovat ehdottomia eikä peliohjelman asettamia rajoja toiminnalle tai sisällölle voi rikkoa. Verkkopeleissä on yleensä sekä ohjelman asettamia rajoja että pelaajayhteisön keskinäisiä sääntöjä, joiden rikkomisesta rangaistaan estämällä pelaajan pääsy pelin palvelimelle. (Vuorela 2007, 17.)

Chatfield (2010) kertoo, että pelit ovat jotain erikoista ja ainutlaatuista. Ne ovat aivojemme pureskeltaviksi tiivistyneitä annospaloja ja ne voidaan omaksua heti, koska ne on käsitteellistetty ja kuvitettu. Aivojemme täytyy tavallisesti työskennellä ankarasti, jotta ne saavat muunnettua sotkuisen todellisuuden yhtä selkeäksi kuin pelit. (Chatfield 2010, 15.)

2.2 Peliteollisuus

Peliteollisuudelle on yhtä monta määritelmää, kuin on myös erilaisia pelejä. Peliteollisuuden osa-alueita voivat olla esimerkiksi lautapelit, korttipelit, videopelit ja virtuaaliteollisuuspelit. Vuorelan (2007) määritelmän mukaan pelit jaetaan yleisesti video-, lauta-, miniatyyri-, kortti-, keräilykortti- ja roolipeleihin, joiden lisäksi luokittelu voi sisältää kategorian muut, johon sisältyvät esimerkiksi seikkailupelikirjat ja muovikuula-aseet. Vuorela jakaa videopelit vielä alaluokkiin, joihin yleisimmin kuuluvat PC-, konsoli-, käsikonsoli- ja mobiilipelit. (Vuorela 2007, 14.) Kuka tahansa voi keksiä pelin, mutta pelin tekemisestä puhutaan vasta silloin, kun peli tuoteistetaan.

Vuorelan (2007) mukaan videopelit elävät niin hurjaa nousukautta, että niihin verrattuna kaikki muu on näpertelyä. Samalla kun budjetit kasvavat ja teknologian terävin kärki laukkaa huimaa vauhtia eteenpäin, se, että nykyään pelaavat molemmat sukupuolet ja useammat ikäluokat, on luonut uudelleen tilausta nopeasti opittaville peleille (Vuorela 2007, 19). Videopeliteollisuus on peliteollisuuden suurin toimiala ja sillä on suuri merkitys taloudelle. Pelien tuotot ovat jopa suurempia kuin elokuvien.

Pelien vetovoima perustuu viihteelliseen ajanvietteeseen. Toisin kuin passiivinen elokuvan katsominen, videopelit tarjoavat pelaajille aktiivista viihdykettä ja parhaimmillaan peli onkin niin hyvä, että pelaajasta tuntuu, että hän on osa sen maailmaa. Pelien interaktiivisuus ja sosiaalinen puoli ovat kasvattaneet suhteellisen uutta videopeliteollisuutta no-

pealla tahdilla. Vuorelan (2007) mukaan pelaamisen on oltava viihdyttävämpää kuin kilpaileva toiminta, kuten television katseleminen tai lukeminen. Viihdyttävyyteen vaikuttaa usein pelin mittakaava. (Vuorela 2007, 27.)

Ylen (2014) artikkelissa *Peliteollisuus on jo miljardibisnestä Suomessa, Neogamesin* johtaja KooPee Hiltunen vertaa pelibisnestä olympiaurheiluun. Alalle tulijoita on pilvin pimein, mutta vain parhaat ideat ja sitkeimmät tekijät menestyvät. Pelialalla menestyminen vaatii hirvittävän kovaa työtä, oikeita päätöksiä, tietyllä tavalla myös rahaa ja jossakin vaiheessa myös pikkuisen onnea. (Yle 2014.) Jaan ajatukseni Hiltusen kanssa, erityisesti koen, että hyvän idean lisäksi myös hyvin järjestetyllä esituotannolla ja työsuunnitelmalla on iso vaikutus pelin menestykselle.

2.3 Peliteollisuus Suomessa

Peliala on kasvanut merkittäväksi osaksi Suomen kulttuurivientiteollisuutta. Jäsenpohjaisen, voittoa tavoittelemattoman pelialan yhdistyksen, *Neogamesin* (2018) mukaan kotimarkkinoiden pienuuden ja pelimarkkinoiden globaalin luonteen vuoksi yli 95 prosenttia pelialan suomalaisesta tuotannosta päätyy vientiin, joten myös kansantalouden ja vientitulojen kannalta peliteollisuus on merkittävä toimija. (Neogames 2018.) Suomessa videopelialayhtiöitä, jotka kehittävät pelejä pääasiassa mobiililaitteille, on noin 260. Neogames (2018) arvioi Suomen pelitoimialan ydintoimintojen (pelinkehitys ja pelipalvelut) liikevaihdon olleen vuonna 2015 noin 2400 miljoonaa euroa. Tämä vastaa noin 25 prosenttia tieto- ja viestintäteknologia-alan liikevaihdosta ja noin 20 prosenttia kulttuurialojen arvonlisäyksestä. (Neogames 2018.)

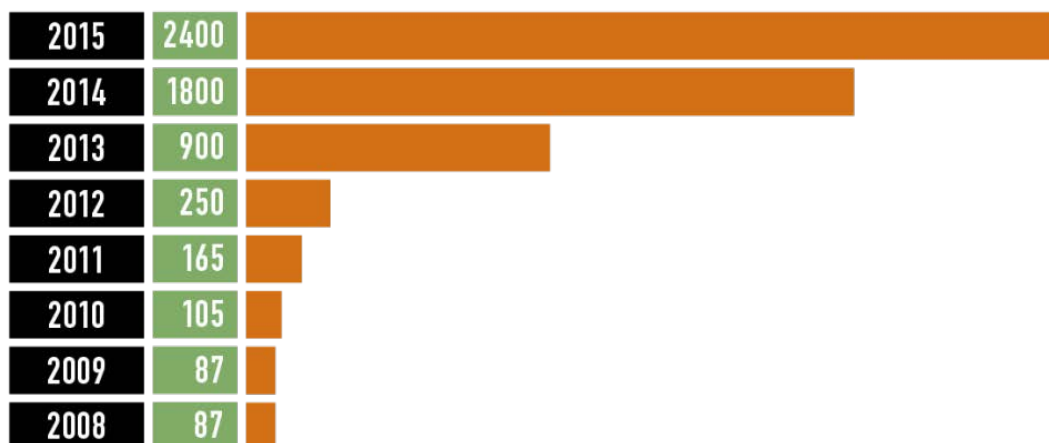
MTV (2010) kertoo artikkelissaan *Peliteollisuus voi olla seuraava Nokia, mutta vain verotusta muuttamalla*, että erilaisia pelejä viedään Suomesta ulkomaille jo kolme kertaa enemmän kuin suomalaista kevyttä musiikkia. Vaikka Suomessa on paljon pelituotantoyhtiöitä ja suomalaiset osaavat tehdä pelejä, ei menestyminen kuitenkaan maailmalla ole taattua. Tähän osasyllinen on myös Suomen korkea verotus, joka on hankala nopeasti kasvaville peliyhtiöille. Artikkelissa mainitaan *Umbra Software Oy:n* hallituksen puheenjohtaja Taneli Tikka, jonka mukaan monet muut maat antavat paljon houkuttelevampia verokannustimia kuin Suomi, esimerkiksi Suomen ja Kanadan verotusero on räikeä. (MTV 2010.) Toisin kuin Suomessa, Kanadassa tuetaan erilaisin verotuskeinoin kasvavia

yrityksiä. Jos verokevennyksiä ei oteta Suomessakin käyttöön, on edessä todennäköisesti yritysten siirtyminen Suomesta ulkomaille.

Kehitteillä olevan yritykseni *Gallacas Gamesin* ja sen alla työstettävän pelibrändi *Elgomin* kehittelyn aikana olen huomannut saman kuin Tikka. Suomen verotus on suuri ja olen harkinnut yrityksen siirtämistä näistä syistä juuri Kanadaan. Suomessa on vahvaa peliteollisuuden ja digitaalisen- ja luovan tuotannon osaamista, jota ei kovin monella muulla maalla ole (MTV 2010). Suomi nähdään peliteollisuuden alana, jossa on paljon maailman markkinoille suuntaavia, itsenäisiä yrityksiä, jotka tekevät yhteistyötä keskenään, mutta eivät ole riippuvaisia toisistaan vanhassa veturiyritysmielessä (Yle 2014).

2.4 Pelialan liikevaihto

Vuorelan (2007, 14) mukaan kukaan ei todella tiedä, paljonko kansainvälisessä videopelibisneksessä liikkuu rahaa. *Neogames* (2018) kertoo peliteollisuuden olleen koko 2000-luvun ajan viihdeteollisuuden nopeimmin kasvava haara, sillä vuonna 2015 pelimyynnin arvoksi arvioitiin maailmanlaajuisesti noin 92 miljardia dollaria ja globaalin pelimyynnin on arvioitu ohittavaan 100 miljardin dollarin rajapyykin vuonna 2017. (Neogames 2018.) *Neogames* on havainnollistanut pelialan liikevaihdon kehitystä kaavioilla, joista käy ilmi, että kehitys on huimassa nousussakiidossa. Vuonna 2008 liikevaihto on ollut 87 miljoonaa euroa, kun vuonna 2015 se on ollut jo 2400 miljoonaa euroa (kuva 1).



KUVA 1. Neogamesin toimialaytimen (pelinkehitys ja pelipalvelut) liikevaihdon kehitys vuonna 2018

Tuottavuuteen nähden pelien kustannukset olivat ennen paljon pienemmät kuin nykyään. Ennen peli, jonka taustalla oli pieni tiimi tai jopa vain yksi ohjelmoija, saattoi myydä satoja tuhansia kappaleita. Pelien tuotantoajat olivat myös paljon lyhyempiä, eli oli mahdollista julkaista useita pelejä vuodessa. Ajan myötä, kun tuotantojen pituudet ja henkilömäärät kasvoivat, kasvoivat myös kustannukset. Sen myötä, kun tietokoneiden tehot ja grafiikat paranivat, nousivat myös henkilömäärät jopa sadoilla työntekijöillä. Nykyään pelien budjetit voivat olla jopa miljoonia dollareita. Tuotantojen budjettien edelleen kasvassa, ovat peliyhtiöt alkaneet etsiä uusia rahoituslähteitä.

3 PELINKEHITYS

Pelinkehitys on yhteistyötä vaativaa taidetta. Pelien kehittäminen voi viedä pitkän aikaa ja silti voi käydä niin, ettei peli saavuta suurta suosiota (Yle 2014). Hyvä peli koukuttaa tutulla pelattavuudella, tuoden mukaan kuitenkin jotakin uutta. Yleensä pelin kehitystyömissä ja -työssä on monia rooleja ja vaiheita, joiden takana pelin valmistuminen on. Yhden pelin valmistuminen kestää yleensä jopa vuosia. Ville Vuorela (2009) määrittelee teoksessaan *Elämäpelit: pelintekijän maailma* pelialan karkeasti kehittäjiin, julkaisijoihin ja jälleenmyyjiin, joista viimeksi mainitut alkavat jo olla katoavaa kansanperinnettä. Vaikka jotkut kehittäjät myyvätkin pelinsä itse suoraan kuluttajille tähän tapaan, useimmat tarvitsevat edelleen julkaisijoiden pääomaa rahoittaakseen toimintansa. (Vuorela 2009, 14.)

Vuorelan (2007, 14) mukaan pelintekijä eroaa pelikeksijästä siten, että pelintekijä osallistuu tuotantoprosessiin. Alkuun peli on usein pelkkä idea, jonka tuotteistamiseksi tarvitaan pelintekijä. Sillä, onko kyseessä maksullinen- vai ilmaisupeli, ei ole väliä, sillä prosessin kuuluisi olla molemmissa tapauksissa sama. Vuorelan (2007) mukaan harrastuspelit epäonnistuvat usein juuri siksi, että tehtävien jako on retuperällä ja projektinhallinta ei kiinnosta ketään, koska kaikki haluaisivat tehdä juuri sitä, mikä itseä kiinnostaa. Harrastelijapelinkehittäjät eivät haluaisi vahtia aikatauluja, tehdä kipeitä päätöksiä aineiston karsimisesta tai esittää vaatimuksia ihmisille, jotka tekevät töitä hyvää hyvyttään. (Vuorela 2007, 14.) Jotta projektit kuitenkin valmistuisivat, on harrastelijapeleilläkin oltava tuotantosuunnitelma ja mielellään myös tuottaja.

Jori Virtanen (2016a) kirjoittaa Mikrobitti-lehden artikkelissa *Miljoonahitin synty: näin pelinkehitys etenee ideasta valmiiksi tuotteeksi*, että kaikki pelikehitys kannattaa aloittaa konseptoinnista eli perusidean kehittämisestä selkeämmäksi. Sen lisäksi, että päätetään, minkä lajityypin peliä ollaan tekemässä, on myös päätettävä pelin kehysasetelma, tarinan kaari ja pelaajan suhde pelin tapahtumiin nähden. Lisäksi pelille on päätettävä ikäraja ja kohdeyleisö sekä visuaalinen tyyli ja genre. Virtasen (2016a) mukaan pelintekijät haluaisivat usein luoda jotain uutta ja mahtavaa, mutta koska käytössä olevat resurssit muuttuvat joka hetki, myös tekijöiden mahdollisuudet toteuttaa itseään muuttuvat. Helpoilla tavoitteilla ongelmakohdat voi tunnistaa ajoissa, mutta toisaalta silloin on turha haaveilla huipumienestyksestä. (Virtanen 2016a.) On helppoa asettaa itselleen tietyt tavoitteet joita seurata, mutta helposti tällaisessa tilanteessa jäädytään jumiin vain siihen omaan ajatukseen,

eikä nähdä mitä muita mahdollisuuksia voisi olla tarjolla. Toisaalta myös menemällä siitä mistä aita on matalin, jäävät ne kaikista parhaimmat ideat todennäköisesti toteuttamatta. Tämän vuoksi suunnittelu ja ennakkotyö ovat ehkä jopa tärkeimmät vaiheet pelinkehityksessä, sillä niiden myötä tekijät pelille ja itselleen haluamansa tavoitteet ja kriteerit.

Virtasen (2016a) mukaan on tärkeää lyödä lukkoon mitä ollaan tekemässä, jotta kaikki työryhmän jäsenet ovat samalla sivulla, sillä on eri asia tehdä fantasiapeliä kauhuelementeillä K-18 ikärajalta, kun fantasiapeliä kymmenvuotiaille lapsille. Esimerkiksi, mitä enemmän on räjähdyksiä, verta tai muita tehostekeinoja, sitä rajatumpi kohdeyleisökin on. Rajatumman kohdeyleisön myötä mahdollisuudet erilaisille ilmaisukeinoille kuitenkin kasvavat, jolloin tehostekeinot voivat olla hyvinkin perusteltuja. Virtasen (2016a) mukaan hyvän ennakkotyön myötä tiedetään, miten kauan pelin kehittämiseen menee, miten iso tekijätiimi vaaditaan ja millainen budjetti on varattava. Produktiossa pitää olla tilaa ja rahaa myös korjausliikkeisiin, sillä odottamattomia ongelmia tulee aina, yleensä enemmän kuin mihin olisi oikeasti varaa. (Virtanen 2016a). Referenssimateriaalin kerääminen ja tutkiminen on hyvä keino välttää Virtasen mainitsemia ongelmia. Kun on selvillä, miten asioita on toteutettu aiemmin julkaistuissa peleissä, on helpompi myös ottaa huomioon oman pelin kompastuskiviä ja ennakoida mahdollisia ongelmatilanteita. Tässä vaiheessa konseptitaiteilijat ovat tärkeässä osassa, sillä he antavat muulle työryhmälle visuaalisen mallin siitä, mitä ollaan tekemässä.

Myös sisältö on tärkeässä osassa. Siinä ei saa olla ristiriitoja ja kaiken on oltava tasapainossa. Esimerkiksi jos yksi hahmoryhmä on muihin ryhmiin nähden ylivoimainen, käyttävät pelaajat tätä ryhmää eniten, jolloin pelin kokonaisuus ei toimi kuten sen on suunniteltu toimivan. Virtasen (2016a) mukaan, mitä isompi peli on ja mitä suuremmaksi tämän massiivisen tilkkutäkin koko kasvaa, sitä enemmän hiomiseen kuluu aikaa. Tämän vuoksi referenssipelit ovat tärkeitä, sillä on turhaa keksiä pyörää uudelleen ja iso osa peleistä toimiikin samankaltaisilla, pienillä toistoilla. Hyvä esimerkki tästä on *Rovio Entertainmentin* mobiilipeli *Angry Birds*, jossa toistetaan samaa, pelaajia palkitsevaa pelimekaniikkaa tasosta toiseen. *Angry Birds*in palkitseva pelimekaniikka. Seuraava vaihe tutkimustyön ja suunnitelmien valmistuttua on pelin prototyyppi. Virtasen (2016a) mukaan prototyyppi on vielä kaukana valmiista tuotteesta, mutta toimii jo periaatteessa kuten valmis peli. Prototyyppinä voidaan tehdä useammassakin vaiheessa. (Virtanen 2016a.) Prototyyppillä testataan siis pelattavuutta ja sen tavoitteena on kokeilla, toimiiko valmis peli.

Prototyypin voi olla vain paperinen pelilauta tai harmaita palikoita ohjelmoituna, kunhan peliä voi pelata ilman apuvälineitä.

Kehittämisen aloitusvaiheessa pitää päättää, julkaistaanko peli yhdelle vai useammalle alustalle. Yhdelle alustalle kehittäminen on paljon helpompaa, koska studion tarvitsee painiskella vain yhden kehitysalustan ongelmien kanssa. Rakennettaessa peliä useammalle julkaisualustalle myös bugeja tulee moninkertainen määrä, ja jos jokin kokeiltu ominaisuus osoittautuu täydeksi sudeksi ja pitää poistaa, työtä on mennyt hukkaan vastaavasti monta kertaa enemmän. (Virtanen 2016a.)

Mitä useampi kehitysalusta, sitä suuremman budjetin ja enemmän työntekijöitä peli vaatii. Kannattavaa onkin tehdä peli ensin yhdelle alustalle ja kääntää se vasta myöhemmin muille. Näin säästetään aikaa, rahaa ja vaivaa. Toisaalta, vaikka kehittäminen usealle alustalle samanaikaisesti on työlästä ja kallista, sillä on myös omat hyvät puolensa.

Jos tuotos julkaistaan vain yhdelle alustalle ja käännetään myöhemmin muille, se menettää parhaan terän markkinoinnistaan. Suurin innostus peliä kohti on mennyt, kun ihmiset ovat jo nähneet, mistä pelissä on kyse, ja uusiakin pelejä odottaa jo kulman takana. Tämä tarkoittaa pienempää lopputuottoa muilta alustoilta. Harvalla pelistudiolla on varaa, saati tarvetta kehittää oma pelimoottorinsa, joten se lisensoidaan joltakulta muulta ja muokataan omaan peliin paremmin sopivaksi. Tämä myös nopeuttaa pelin valmistamisprosessia, sillä tunnetun pelimoottorin toiminnasta on paljon sekä kokemusta että oppaita. (Virtanen 2016a.)

Jos peli menestyy alkuperäisellä alustallaan, on taloudellisesti pienempi riski kääntää peli myöhemmin alustalta toiselle. Pelintekijän on kuitenkin muistettava, että rahoittajat haluavat pelistä tuottoa. Virtanen (2016a) sanoin tämän vuoksi isot pelit eivät ota riskejä, vaan käyttävät elementtejä, jotka ovat osoittaneet tehonsa jo muissa peleissä. (Virtanen 2016.) Taloudellisesti tämä on järkevää myös siksi, että pelaajat eivät innostu niin helposti omaperäisistä ideoista. Virtanen (2016a) mukaan, jos pelistä ei löydy tuttuja ja turvallisia ominaisuuksia, sillä on todistetusti huonommat edellytykset menestyä.

Toisin kuin taloudellisesti riippumattomien indiepelien tuotannoissa, suurimmissa peliprojekteissa on tiukat rajat sille, millainen peli saa olla. Virtasen (2016a) mukaan indiekehittäjien budjetit ovat selvästi pienempiä, mutta ne saavat julkaisijalta tyypillisesti merkittävästi enemmän vapauksia toteuttaa visiotaan. Indiepeleissä on enemmän varaa olla kokeileva, koska potentiaaliset tappiot ovat pienemmät, ja yllätysheitiksi nousseen indiepelin tuotoilla katetaan kymmenien pelien kehityskulut. (Virtanen 2016a.)

3.1 Pelien vuorovaikutteisuus ja kuluttajalähtöisyys

Chatfield (2010) kertoo oppimisen tuntuvan ihmisistä erittäin miellyttävältä, koska uusien asioiden oppiminen on ihmisen kaikkein välttämättömin taito evoluutiossa. Ihminen kykenee ainutlaatuisella tavalla oppimaan sekä yksilöinä että lajina: me opimme yksilöinä, mutta pystymme siirtämään tietomme myös sukupolvelta toiselle. (Chatfield 2010, 15.)

Vuorelan (2007, 21) mukaan pelaaminen on vuorovaikutteista toimintaa. Pelaajan ja pelien vuorovaikutus, eli käyttäjän mahdollisuus vaikuttaa ja reagoida suoraan siihen, mitä pelimaailmassa (ruudulla, mielikuvituksessa, pelilaudalla) tapahtuu, on nimenomaan pelien erikoispiirre. Vaikka pelit voivat ottaa juonensa kirjoista tai elokuvista, se, mitä pelaaja todella kokee pelissä tapahtuvan, perustuu pelin ja pelaajan väliseen vuorovaikutukseen, interaktioon. (Vuorela 2007, 21.) Vuorovaikutteisuudesta peleissä on ollut paljon puhetta ja monet edelleen väittävät, etteivät pelit sen vuoksi voi olla taidetta. Vuorelan (2007, 21) mukaan, jos vuorovaikutusta ei ole tai se jää kovin köyhäksi, pelin sisältö toimisi parhaiten jossakin muussa muodossa.

Vuorelan (2007) mukaan pelialan ammattilaiselle videopeli on enimmäkseen sarja vuorovaikutteisia toimintoja, kun taas pelimaailma on pelkkä viitekehys. Tämän takia vuorovaikutteisista toiminnoista kysytään aina, kun aletaan miettiä, onko jokin pelikonsepti hyvä vai huono (Vuorela 2007, 23).

Vuorelan (2007, 27) mukaan pelien vetovoima perustuu yhteentoista tekijään: Eläytymiseen, todellisuuspakoon, haasteisiin, stimuloivaan vaaraan, uhkapeliin, juoneen, tarinaan, stressileluun, aggressioiden purkamiseen, kilpailuviettiin ja yhteisöön. Pelissä pelihah-

moa käytetään tavallisimmin samaistumiskohteena. Pelaajan halutaan eläytyvän ja samaistuvan pelihahmoon, eli hänelle luodaan samanlaisia tunteita ja motivaatiota kuin lempihahmolla uskotaan olevan. Todellisuuspako puolestaan on alunperin TV:n ja elokuvan myyntivaltti. Pelaaja kokee olevansa jossakin muualla, pääsevänsä irtautumaan todellisuudesta ja kokemaan eläytymällä asioita, joiden kokeminen ei oikeassa elämässä ole mahdollista. Vuorelan (2007) mukaan peleissä kokemus on vuorovaikutteisuuden ansiosta paljon voimakkaampi kuin kirjojen tai elokuvien parissa. Haasteet ovat pelin sisällön rakennuspalikoita ja jos pelaajaan eivät pure sen enempää eläytyminen kuin todellisuuspakokaan, hän voi silti kokea koko pelin haasteena, joka täytyy voittaa. (Vuorela 2007, 27–28.) Pelatessa pelaajat kokevat oikeita pelko- ja kiihtymistiloja, sillä he kokevat pelien kuolettavat vaaratilanteet ja rangaistavat teon pelimaailmassa todellisina tapahtumina. Vuorelan (2007) mukaan adrenaliinin erityis lisääntyy räjähdysmäisesti, aineenvaihdunta kiihtyy ja jälkeensä lihaks- ja hermojäännitys voivat purkautua jopa vapinoina ja hysteerisenä käyttäytymisenä. Sokeaa sattumaa käytetään peleissä usein paikkaamaan esimerkiksi pelaajan ja pelihahmon taitojen välisiä eroja tai kuvastamaan olosuhteita ja muuttujia, joihin pelaaja ei voi varautua tai vaikuttaa. (Vuorela 2007, 27–28.)

Juoni ja tarina eivät ole sama asia peleissä. Juoni on suunnitelma, mitä pelaaja kokee pelatessaan, kun taas tarina on se, mitä pelaajalle oikeasti tapahtuu pelatessa. Pelintekijän on mahdollista vaikuttaa juoneen, mutta pelaaja luo itse oman pelikokemuksensa tarinan. Vuorelan (2007) mukaan pelissä on aina tarina, vaikka juonta ei olisikaan. Tarina on pelaajan pääsisäinen kokemus pelin juonesta sellaisena, kuin hän juonen tapahtumat pelasi. (Vuorela 2007, 29.) Pelintekijöiden kannattaa suunnitella pelin pelattavuus fyysisesti miellyttäväksi. Vuorelan (2007) mukaan monet yksinkertaiset videopelit, kuten ilmapallojen poksauttelu hiiren avulla, perustuvat stressipallon puristelun kaltaiseen toimintaan: liikuta kättä, puristele rytmisesti. Lisäksi monille pelaaminen on aggressioiden purkamista. Veriset erikoistehosteet ja näyttävät räjähdykset lisäävät videopelien myyntiä. (Vuorela 2007, 29.) Lisäksi suurimmalla osalla ihmisistä on kilpailuvietti, eli osoittaa paremmuutensa muille. Laumakäyttäytyminen on kuitenkin muutakin, kuin kilpailua. Vuorelan (2007) mukaan massively multiplayer online, eli MMO-pelien virtuaalimaailmoissa tavatuista kansspelaajista muodostuu sosiaalisia ryhmiä, ja ystävyysuhteet voivat ulottua pelin ulkopuolellekin. Tällainen ryhmä auttaa ja suojelee jäseniään sekä järjestää yhteistä toimintaa, ja usein pelaajan sosiaalinen verkosto pitää hänet mukana pelissä senkin jälkeen, kun aihe ja sisältö on kaluttu loppuun. (Vuorela 2007, 30.)

3.2 Tuotantoprosessin vaiheet

Kaupallisen pelin kehitys sisältää yleensä suunnitteluvaiheen, eli esituotannon, jossa keskitytään idean kehittämiseen, pelinkehityksen päävaiheen, eli tuotannon sekä jälkituotannon.

3.2.1 Esituotanto

Vuorelan (2007, 42) mukaan esituotanto alkaa, kun päätös pelin tekemisestä tehdään, ja päättyy, kun pelin rakenteeseen ja sisältöön kohdistuvat vaatimukset ovat selvillä. Esituotannon jälkeen alkaa tuotantovaihe, joka sisältää esimerkiksi kirjoittamista ja koodausta. Vuorelan (2007) mukaan esituotannon ja varsinaisen tuotannon vuorovaikutus jatkuu läpi koko projektin, mutta tuotannon alettua ei kannata tehdä suuria muutoksia peli-ideaan, sillä muuten tuotanto joudutaan joka kerta aloittamaan enemmän tai vähemmän alusta. (Vuorela 2007, 42.)

Konseptointi

Vuorelan (2007) sanoin aluksi on peli-idea, ajatus siitä, millaista peliä ollaan tekemässä ja miltä se näyttäisi, sekä puhdasta haaveilua siitä, millaiselta valmis peli tulee tuntumaan. Tässä vapaa-ajan hankkeet ovat teollisuuteen nähden vahvoilla: harrastajalle kukaan ei tule sanomaan, että idea ei ole tarpeeksi kaupallinen tai että se on liian kokeellinen ja että kannattaisi ennemmin tehdä jotakin tuttua ja turvallista. (Vuorela 2007, 43.) Konseptoinnin aikana päätetään pelityyppi, genre, kohdeyleisö, kirjoitetaan lyhyt kuvaus pelistä ja pelaajan toiminnasta, pelin tärkeimmät koudut sekä pelin nimi tai brändi. Vuorelan (2007) mukaan pelien ja elokuvien takakansitekstit ovat usein hyviä esimerkkejä konseptikuvauksesta. Kun asiakas ottaa tuotteen hyllystä ja kääntää sen ympäri, takakansiteksillä on viisi sekuntia aikaa vakuuttaa hänet siitä, että tuote on paitsi kiinnostava myös parempi kuin mahdolliset kilpailijansa. (Vuorela 2007, 43.)

Lisenssit

Vuorelan (2007) mukaan kaupallinen pelinkehitys on, melkein pä pelityypistä riippumatta, riippuvaista erilaisista lisensseistä. Kun jokin elokuva menestyy, keräilykorttipelifirma voi ostaa sen IP:n oikeudet (Immaterial Property eli yleensä nimi, teema, maailma, henkilöhahmot ja kuvamateriaali) ja tehdä sen pohjalta uuden tuotteen, joka loisi elokuvan luomassa näkyvyydessä mutta toisaalta myös mainostaa elokuvaa senkin jälkeen, kun se on poistunut teattereista. (Vuorela 2007, 45.)

Pelin nimi

Vuorelaa (2007) lainaten, hyvin harvoin löytyy mitään ”täydellistä” nimeä, ja tuntitolkulla asiaa pohdittuaan pelintekijä on jo itsekkin sokea ehdotustensa hyville ja huonoille puolille (Vuorela 2007, 53). Nimi yhdessä kansikuvan kanssa kiinnittää katsojan huomion. Hyvä nimi ei pelasta huonoa peliä, mutta jos hyvällä pelillä on huono nimi joka ei jää mieleen, voi se vaikuttaa pelin myyntiin. Vuorelan (2007) mukaan hyvä nimi on niin lyhyt (tai siinä on tarpeeksi lyhyt ydinosa), että se voidaan muistaa. Sen pitäisi olla yhtä aikaa iskevä ja kuvaava. Murheellisoin vaihe nimen valinnassa on se, kun mielestään täydellisen nimen löydettyään joutuu huomaamaan jonkun muun löytäneen sen ensin. (Vuorela 2007, 53–55.) Nimelle, jota ei vielä ole käytetty, voidaan vielä suorittaa trade-mark-tarkistus.

Tuotespeksi

Vuorelan (2007) mukaan videopelialalla puhutaan Game Design Documentista tai Feature Specificationista, mutta niillä molemmilla on sama tarkoitus: kuvailla tuote niin hyvin, että mahdolliset unohdukset tai henkilöstönvaihdokset eivät johda tahattomiin muutoksiin, sekä varmistaa, että näkemys pelistä ei muutu sen tekemisen aikana. Tuotespeksin laatiminen on selvästi tarpeen, sillä toiseksi yleisin syy siihen, etteivät indie- tai harrastepelit valmistu on se, että pelin tekemisen aikana tulee uusia ideoita. (Vuorela 2007, 57.) Harrastelijatekijä saattaa innostua uusista ideoista ja ottaa niitä jatkuvasti peliin mukaan. Peli muuttuu jatkuvasti ja samat työvaiheet joudutaan tekemään useita kertoja uudestaan. Tämän vuoksi tuotespeksi on tärkeä myös harraste- ja indiepeleissä. Vuorelan (2007) mukaan videopelin tuotespeksi voi olla useita satoja sivuja pitkä, mutta tärkeintä ei ole pituus vaan se, että siitä löytyvät oikeat asiat: mitä pelaaja voi tehdä pelimaailmalle ja mitä pelimaailma voi tehdä pelaajalle? (Vuorela 2007, 57.)

Tehtäväjako

Lopuksi luetaan tuotespeksi läpi ja jaetaan työtehtävät. Vuorelan (2007) mukaan yksinäinen seppä tekee kaiken itse, mutta hänenkin kannattaa tehdä lista siitä, mitä tekee missäkin vaiheessa. Hyvin harvaa peliä tehdään kokonaan yksin, ja jopa harrastukseen roolipelejä kirjoittelevilla pelintekijöillä on yleensä apunaan kuvittaja. (Vuorela 2007, 63.)

3.2.2 Tuotanto

Vuorelan (2007) mukaan videopelin ohjelmointi on kokonaan oma taiteenlajinsa. Tuotannon lopputuloksena ovat kaikki materiaalit siihen peliin tai tuotteeseen, jonka asiakas ostaa. Pelin monistaminen – olipa kyse sitten DVD-levyjen tehtailusta tai kirjapainosta – ei pelin tekemisen kannalta kuulu tuotantovaiheeseen. (Vuorela 2008, 66.) Yleensä suhteessa esituotantoon, tuotantovaihe on kolmesta neljään kertaan pidempi.

Tuotanto- tai työsuunnitelma

Vuorelan (2007) mukaan esituotanto ja tuotanto kohtaavat tuotantosuunnitelmassa, jossa tehtävänjaon aikana syntyneet listat on koottu samaan paperiin ja aikataulutettu pelin tuotannon eri vaiheiden mukaan. Jos pelintekijöitä on vain yksi, käytetään usein termiä työsuunnitelma. Työsuunnitelma tarvitaan esimerkiksi mahdollisten apurahojen hakemiseen valtiolta ja yleishyödyllisiltä yhteisöiltä. (Vuorela 2007, 66–67.)

3.2.3 Roolit

Peliä tehdessä tarvitaan tietyt roolit, jotta pelin työstäminen onnistuisi sujuvasti. Näitä rooleja ovat esimerkiksi tuottaja, julkaisija, kehitystiimi, suunnittelija, graafikko ja video- ja mobiilipeleissä ohjelmoija.

Vuorelan (2007) mukaan pelinkehityksen rooleilla on monta nimeä, ja kun roolia hoitaa useampi, heillä on lisäksi erilaisia osa-alueisiin tai päätösvaltaan liittyviä titteleitä. Kaikissa pelityypeissä ei käytetä kaikkia titteleitä, mutta Vuorelan (2007) mukaan tarvittavat roolit ovat konseptisuunnittelija, pelisuunnittelija, käsikirjoittaja, taittaja, tuottaja, ohjelmoija, taiteilija, graafikko, testaaja ja markkinoija (Vuorela 2007, 15). Määritelmiä ja erilaisia rooleja on kuitenkin lukuisia erilaisia.

Tuottaja

Sen lisäksi, että tuottajat ohjaavat työryhmää, he toimivat tiimin ja pelin edustajina ylemmälle johdolle ja julkaisijoille. He voivat olla joko kehitystiimin sisäisiä tai sen ulkoisia tuottajia. Kehittäjille työskentelevä sisäinen tuottaja hallinnoi esimerkiksi työryhmän aikatauluja, raportoi edistyksestä ja vastaa henkilökunnan palkkaamisesta. Julkaisijoille työskentelevä ulkoinen tuottaja puolestaan pitää huolen projektin edistymisestä ja budjetista.

Julkaisija

Esimerkiksi videopelijulkaisija on yritys, joka julkaisee joko itse tuottamiaan tai toisten yritysten tuottamia pelejä. Julkaisija myös vastaa pelin markkinoinnista ja valmistumisesta ajallaan. Yleensä julkaisija myös pitää huolen esimerkiksi lisenssimaksuista ja pakkausten suunnittelusta. Koska usein julkaisija on myös yksi pelinkehityksen rahoittajista, pitää se yhdessä tuottajien kanssa huolen riskien minimoimisesta. Kyseessä on indie-peli, jos videopelillä ei ole julkaisijaa rahoittajana.

Kehitystiimi

Riippuen projektin laajuudesta, kehitystiimin koko voi vaihdella muutamasta henkilöstä satoihin työntekijöihin. Kehitystiimin jäsenenä voi olla useita rooleja pelinkehityksessä. Suurimpia, kokopäiväisiä rooleja ovat ohjelmoijat, taiteilijat, suunnittelijat ja äänitekniikot. Muita, osa-aikaisia rooleja ovat esimerkiksi testaajat.

Suunnittelija (Designer)

Pelisuunnittelija luo pelille rakenteen ja säännöt. Yleensä kehitystiimiin kuuluu johtava suunnittelija, joka ohjaa muita suunnittelijoita. Suunnittelijat yhdistävät tarinan, hahmot ja asetukset toimivaksi kokonaisuudeksi varmistaen samalla, että peliä on hauska pelata.

Graafikko (Artist)

Peligrääfikko suunnittelee ja luo pelin visuaalisen ilmeen. Kuten suunnittelijoilla, graafikoillakin on usein johtava peligrääfikko, joka päättää ja vastaa pelin yhtenäisestä näkemyksestä. Graafikkotiimin lisäksi johtava peligrääfikko vastaa esimerkiksi aikataulutuksesta ja informoi muuta kehitystiimiä.

Ohjelmoija (Programmer)

Peliohjelmoija, eli ohjelmistoinsinööri kehittää joko pelejä tai kehittämiseen liittyviä ohjelmistoja. Kehitystiimissä on usein vähintään yksi, joskus jopa useita johtavia ohjelmoijia. Ohjelmoijat esimerkiksi tekevät pelin aloituskoodipohjan.

Kenttäsuunnittelija (Level Designer)

Kenttäsuunnittelija kehittää peliin tilan, haasteet ja tehtävät. Ohjelmistot, joita kenttäsuunnittelija käyttää, voivat olla joko kaupallisia 2D- ja 3D-ohjelmistoja tai tarvittaessa juuri kyseiselle pelille kehitettyjä kenttäsuunnitteluohjelmistoja.

Ääniteknikko (Sound Engineer)

Ääniteknikko on vastuussa kaikista pelissä esiintyvistä äänitehosteista.

Testaaja (Tester)

Pelitestaja testaa pelejä selvittääkseen niiden ongelmia ja taatakseen niiden laadun. Testaajalla täytyy olla hyvä teknologinen ymmärrys tietokoneohjelmistoista. Testaajat varmistavat pelin toimivuuden ja viihdyttävyyden, sisältäen esimerkiksi yhteensopivuuden eri alustoille. Testaaminen olisi tarpeellista läpi koko kehitystyön, mutta koska se on kallista, käytetään testaajia lähinnä vasta viimeisiin peliversioihin.

3.2.4 Jälkituotanto

Kun pelitestausta on päättynyt ja sisältö lyöty lukkoon, lyödään lukkoon valmis peli, eli gold-versio. Vuorelan (2007) mukaan jälkituotanto koskee lähinnä esimerkiksi sen pake-tointia, monistamista ja jakelua. Jälkituotannon alettua peliin on erittäin vaikeaa ja usein myös kallista tehdä enää mitään muutoksia, joten päätöstä gold-versioon siirtymisestä ei pitäisi tehdä heppoisin perustein. Ammattimaista videopelinkehitystä vaivaa etenkin PC-puolella kuitenkin keskeneräisten julkaisujen tauti. (Vuorela 2007, 72.) Kun rahoittava taho, esimerkiksi julkaisija päättää lyödä lukkoon gold-version, vaikkei pelin sisältö ole vielä valmis, käy niin että peli laitetaan keskeneräisenä myyntiin. Vuorelan (2007) mukaan peli pääsee näin markkinoille vähän aikaisemmin ja rahavirran suunta alkaa kääntyä. Pelintekijöiden vääntö saman pelin parissa kuitenkin jatkuu, kun siihen on julkaistava yhä uusia päivityksiä. (Vuorela 2007, 72–73.)

3.3 Rahoitus

Pelin tekeminen on kallista. Yksinkertaisenkin pelin valmistus maksaa tuhansia, suurimpien pelien satoja miljoonia. Suurin syy isoille budjeteille on suuri työntekijämäärä, joka vaaditaan pelin toteuttamiseksi. Solatie ja Mäkeläinen (2009) toteavat *teoksessaan Ideasta innovaatioksi: luovuus hyötykäyttöön*, että jos innovointi olisi helppoa, kaikki tekisivät sitä. Helppoa se ei kuitenkaan ole ja suuret yritykset hukkaavat jatkuvasti miljoonia, jopa miljardeja, tehdessään vääriä tulevaisuutta koskevia ratkaisuja. Mikä pahempaa, vielä suurempia summia menee hukkaan, kun ei oivalleta kaikkia olemassa olevia mahdollisuuksia. Yritys saa paremmin rahoitusta, mikäli sen tulevaisuuteen uskotaan, perustuvathan osakemarkkinat pitkälti juuri tulevaisuuden odotuksiin. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 18–22.)

Virtasen (2016a) mukaan useimmiten tarvittavat rahat tuo pöytään julkaisija, joka myös hoitaa markkinoinnin ja jakelun. Pahimmassa tapauksessa julkaisija voi kuitenkin pitää itsellään suurimman osan voitoista ja päästä vaikuttamaan projektin kehittämiseen jopa niin paljon, että julkaisijan ja kehittäjän näkemykset pelistä ovat ristiriidassa. (Virtanen 2016a.) Viimeisen kymmenen vuoden aikana on myös yleistynyt uusi rahoitusmuoto, joukkorahoitus.

Joukkorahoitusprojekteilta vaaditaan usein runsaasti läpinäkyvyyttä, jotta ostajat tietävät, mihin rahat menevät. Osallistujille saatetaan myös antaa mahdollisuus vaikuttaa pelin evoluutioon vaikkapa antamalla heidän pelata varhaisia kehitysversioita. Palautteen pohjalta pelistudio voi luotsata hengenluomustaan fanien haluamaan suuntaan tai ainakin keskittyä korjaamaan ja luomaan niitä asioita, joita varhaisen vaiheen pelaajat eniten toivovat. (Virtanen 2016a.)

Virtanen (2016b) kirjoittaa Mikrobitti-lehden artikkelissa *Free-to-play: näin toimii ilmaispelien logiikka*, että on myös kolmas vaihtoehto, niin sanottu free-to-play eli ilmainen pelaaminen, jossa itse pelin hankkiminen ei maksa mitään, vaan tulot kerätään myy-

mällä pelin sisällä jotakin. Virtasen (2016b) mukaan free-to-play on houkutteleva bisnesmalli, sillä ilmaispeleissä ei ole maksukattoa toisin kuin kerran ostettavassa pelissä. (Virtanen 2016b.) Ilmaispeleiden kautta on mahdollista tahkoa paljonkin rahaa, sillä innostuneet pelaajat saattavat muutamien kymmenien eurojen sijaan kuluttaa jopa tuhansia euroja. Virtasen (2016b) mukaan free-to-play-peleissä kilpailu on kuitenkin erittäin kovaa. Uusia pelejä syntyy kuin sieniä sateella, sillä kaikki haluavat osansa houkuttelevista miljardituotoista. Oman luomuksen saaminen pinnalle on äärimmäisen vaikeaa jo pelkän runsaudenpulaan hukkumisen vuoksi. (Virtanen, 2016b.)

Esimerkiksi *Digital Expressin* peli *Warframe* on ilmaispelejä. Youtube-kanava Noclipin Danny O'Dwyer mainitsee videollaan *Warframe Documentary* (2018) *Warframen* ohjaaja Steve Sinclair, joka kertoo, että pelin kehitysvaiheessa heille sanottiin, että koska *Warframe* on parhaan näköinen ilmaispelejä, jota on koskaan tehty, se tulee epäonnistumaan. He olivat tuolloin työstäneet *Warframea* yhdeksän kuukauden ajan ja lopulta onnistuivat välttämään sudenkuopat. (Noclip 2018). *Warframe* on nyt yksi suosituimmista ja väitetysti myös parhaista ilmaispeleistä, joita markkinoilta löytyy. Virtasen (2016b) mukaan ilmaispeleiden onnistuminen vaatii pelimekaniikan, joka ei pakota pelaajaa heti maksamaan, vaan aluksi koukuttaa pelaajan. Ilmaispeleissä kannattaa panostaa pelikokemukseen, joka palkitsee sekä siihen, että peli on riittävän selkeä ja yksinkertainen, panostetaan pelattaviin hahmoihin, jotta pelaaja kiintyy niihin. (Virtanen, 2016b.) Pitkä myyntiaika on peleille ensisijaisen tärkeä, jonka vuoksi peleissä panostetaan julkaisun jälkeiseen kehitystyöhön, markkinointiin ja pitkäaikaisiin pelaajiin.

4 PELATTAVUUS

Vuorelan (2007) mukaan pelikokemus tulee pelaajan eläytymisestä, joten roolipelaaminen on ennen kaikkea pelaajan näkökulmasta tapahtuvaa toimintaa. Sääntökirja antaa toiminnalle yhteiset pelisäännöt, olivatpa ne miten löyhät tahansa. Pelaamisella saavutetut urotyöt tai kerätyt aarteet eivät heijastu mitenkään todellisuuteen, joten kyseessä ei voi olla muuta kuin ajanvietteeksi tarkoitettua tuottamatonta toimintaa. (Vuorela 2007, 17.)

Virtasen (2016a) mukaan pelaajat usein toivovat voivansa vaeltaa mailla ja mannuilla vapaasti, sekä enemmän mahdollisuuksia räveltää kentissä olevien esineiden kanssa, mutta sillä on peliä tehtäessä iso hinta. Avoimempi maailma lisää pelin vetovoimaa ja kestoja, mutta myös kasvattaa kehitystyöhön kuluvaan aikaa ja budjettia moninkertaisesti. (Virtanen 2016a.) Uusi osa-alue, josta on tullut elintärkeä osa pelejä, on niiden sosiaalinen puoli. Erityisesti verkkopeleissä pelaajat ovat tottuneet odottamaan ihmisen vastaan ihmisen -osiota ja sen puuttuminen onkin pelille huono asia. On eri asia pelata toista ihmistä vastaan, kuin tekoälyä joka ei kehity ja jonka liikkeet oppii ennakoimaan.

Virtanen (2016c) mainitsee Mikrobitti-lehden artikkelissa *Pelinkehityksen opas: sosiaalisuudesta on tullut elintärkeä osa pelejä*, että sosiaaliset kanavat koukuttavat, kun rakennetaan pidemmälle kestävä eli persistenttiä pelikokemusta. Pelaaja näkee laajankin yksinpelin koko sisällön nopeasti, mutta sosiaalisuus sitoo hänet moninpelattavaan tuotteeseen pidemmäksi aikaa. Muita pelaajia vastaan pelaaminen kasvattaa yhteisöllisyyden tunnetta. (Virtanen 2016c.) Vastustajan voittaminen ryhmän kanssa tuntuu paremmalta kuin vastustajan voittaminen yksin. Virtasen (2016c) mukaan saavutus luo onnistumisen ja yhteenkuuluvuuden kokemuksia. Sama pätee omien puolustamiseen. Hädässä ystävä tunnetaan, jos joku uhkaa hyökätä vaikka kauniiseen fantasiakaupunkiin, jonka rakentamiseen on uhrannut tunteja. (Virtanen, 2016c.)

Yhteisöllisyyden lisäksi peleissä koukuttaa saavutukset. Suorituksilla tai vaikka tyylikkäällä ulkonäöllä pelaajat saavat muilta pelaajilta huomiota ja hyväksyntää. Etenkin yksinpeleissä myös interaktiivisuudella on puolensa. Esimerkiksi *BioWare*n ja *Demiurge Studiosin* kehittämä ja *Microsoft Game Studiosin* ja *Electronic Artsin* julkaisema toimintaroolipeli *Mass Effect* sisältää keskustelujärjestelmän, jossa pelaaja päättää pelinkulun valitsemalla, mitä hänen Shepard-hahmonsa sanoo. Valituilla puheilla ja reaktioilla on

yleensä jokin vaikutus pelin maailmaan ja tarinan kulkuun. Videopelilehti *Game Informer* (2017) mukaan *Mass Effect* sai yleisesti hyvän vastaanoton, esimerkiksi *Game Informer* antoi pelille 9,75 pistettä kymmenestä kommentoiden ”pelin olevan iso scifi-peli, joka otti suuren harppauksen eteenpäin” ja että se ”aloittaa uuden interaktiivisen tarinan-kerronnan”. (*Game Informer*, 2017.) *Mass Effect* sai kuitenkin kritiikkiä sekä kriitikoilta että pelaajilta erityisesti balanssista ja tekoälyn toimimattomuudesta taistelutilanteissa. Tämän pohjalta voidaan päätellä, että vaikka peli tarjoaisi pelaajilleen jotakin uutta, on silti tärkeintä, että pelimekaniikka on kunnossa.

5 CASE: ELGOM

Elgom on suunnittelemani brändi, joka rakentuu kuudesta erillisestä tuotteesta: lauta-, mobiili-, kortti- ja keräilykorttipeli, käsikirjoitus ja kirja sekä elokuva. Olen suunnitellut kaikkien näiden valmistuvan kymmenen vuoden sisällä. Ensimmäiset askeleet on jo otettu ja korttipeli ja lautapeli ovat jo prototyypivaiheessa.

Lähtökohtani pelinkehittäjänä on ensisijaisesti tehdä vuorovaikutteisia pelejä kuluttajalähtöisesti. Chatfieldin (2010, 95) mukaan kompromissi ei ole niin kauhistuttava kuin mitä voisi odottaa, kun otetaan huomioon interaktiivista mediaa varten kirjoittamisen vaatimukset. Olen kuitenkin erimieltä Chatfieldin kanssa, sillä nimenomaan kompromissit ovat useimmiten syypäänä minkä tahansa tuotteen epäonnistumiseen. Rahoittajan on tärkeää pystyä luottamaan pelinkehittäjään, pelinkehittäjälle taas täytyy antaa tilaa ja vapautta luoda peli. Kaiken kaikkiaan tärkeintä ovat kuitenkin kuluttajat, eli pelaajat. Kun asiakaskunta on tyytyväinen, ovat pelin menestysmahdollisuudet automaattisesti paremmat. *Elgomia* tehdessä ja yhteistyökumppaneita etsiessä olen pyrkinyt pitämään tämän mielessä. Samalla olen käytännössä kokenut, kuinka paljon alalla on kilpailua.

Virtasen (2016a) mukaan pelialalle pääsemiseksi voi hyvin riittää, että hallitsee oman alansa ja osaa soveltaa osaamistaan projektin kaipaamalla tavalla. Kuitenkin, kuten Ko-oPee Hiltunen Ylen (2014) haastattelussa mainitsi, allekirjoitan myös, että pelialalla on niin monia, jotka sinne tavoittelevat, että vain parhaat erottuvat. *Elgom* on vaatinut kovaa työtä ja tarkkaa suunnittelua ja silti olen huomannut, että ainut tapa jolla koen pystyväni viemään *Elgomia* eteenpäin, on oman yrityksen kautta. Vastaan tulee kuitenkin rahoitus, jota alankin seuraavaksi suunnitella. Tässä luvussa selvitän, miten *Elgom* rakentui ideasta brändiksi, mitä sen eteen on jo tehty ja mitä vielä tullaan tekemään.

5.1 Peli-idean lähtökohdat

Sain idean *Elgomille* alun perin syksyllä 2014. Tuolloin pelin työnimi oli vielä *Codex*. Halusin tehdä mobiilipelin, joka toimisi viivakoodiskannauksen periaatteella. Tarkoitus oli, että esimerkiksi tuotteiden viivakoodeja skannaamalla pelaajat keräisivät erilaisia hiviöhahmoja. Innoittajanani toimi *Radica Gamesin Skannerz*-niminen peli, jossa hyödynnettiin viivakoodeja interaktiivisen taistelupelin luomiseksi. Peli ei kuitenkaan saanut

suurta suosiota ja uskoin, että hyvällä pelinkehityksellä *Codexista* olisi ollut mahdollista luoda päivitetty, toimiva pelikokonaisuus (kuva 1). *Codexin* lisäksi muita nimivaihtoehtoja olivat *Golems* ja *Soul Forge* (kuvat 2 & 3).



KUVA 1. Codexin ensimmäinen logo (Plehandzic, 2015)



KUVA 2. Golems (Kuva: Jukka Auer 2015)



KUVA 3. Soulforge (Plehandzic, 2015)

Olen aina pitänyt peleistä, jotka haastavat pelaajaa ja joissa keräillään jotakin. Yhdistämällä nämä osa-alueet uskoin, että pystyisin luomaan jotakin uutta. Tarkoituksena oli luoda peli, joka koukuttaa minua ja sitä kautta muita. Halusin luoda itseäni kiinnostavan pelin.

5.2 Ideasta toiminnaksi

Saatuani idean mobiilipelille, otin yhteyttä siskoni aviomieheen Timo Salokkaaseen. Salokas kutsui koolle joukon alalla työskenteleviä kavereitaan, joille pitsasin ensimmäistä kertaa *Codexin* (kuva 4).



KUVA 4. Codexin pitsaus (Plehandzic, 2015)

Salokkaan kaverit innostuivat *Codexista* ja lähdimme yhdessä suunnittelemaan peliä. Mietimme, mitkä ovat pelin tavoitteet ja millainen sen pelattavuus olisi. Referensseinä käytimme aiemmin mainitsemani *Skannerzin* lisäksi *Pókemonia*, *Shakkia* ja *Pokeria*. Työskentelimme aluksi ryhmässä. Kuitenkin pian huomasimme, että kokemattomuus-

temme vuoksi projekti ei edennyt toivomallamme tavalla. Havainnoin, että olimme läheneet toteuttamaan peliä nurinkurisesti. Suunnittelimme heti aluksi pelin ulkokuorta, kun olisimme tarvinneet aluksi toimivan rungon.

Tämän huomattuamme tiimiimme liittyi graafikko. Uusi graafikko toi peliin paljon uusia, hyviä ideoita. Samalla kutsuin ystäväni Teemu Suontakan suunnittelemaan pelimekaniikkaa kanssani. Jatkoimme näin useita kuukausia. Haimme myös apurahaa muutaman kerran, päätösten ollessa kuitenkin aina hylättyjä. Huomasinkin, että muutamat ryhmän jäsenet halusivat eri asioita, jonka seurauksena päädyimme yhteisymmärryksessä siihen, että aloin kehittää pelin ideaa ja tarkoitusta, jotta tietäisimme vielä tarkemmin mitä olisimme tekemässä. Projekti ei edennyt ja samalla ryhmän kesken alkoi jo syntyä idea uudelle, erilaiselle pelille. En kuitenkaan halunnut luopua *Codexista*, sillä näin siinä valtavasti potentiaalia.

Joulukuussa 2015 pitsasin päivitetyn idean työryhmälle, jolloin myös löytyi ensiaskeleita siihen suuntaan, mihin *Elgom* on nyt kehittynyt. Työryhmä piti päivitetystä ideasta, mutta toinen projekti oli jo edennyt pitkälle ja ryhmäläiset halusivat jatkaa sen parissa. Minä vetäydyin jatkamaan *Elgomia* toivoen, että jos saan kaikki osa-alueet valmiiksi ja selkeäksi, pääsisimme vihdoinkin työstämään sitä, mitä alunperin lähdimme tekemään.

Vuorelan (2007) mukaan useimmat harrastushankkeet (ja jotkin kaupallisetkin hankkeet) kaatuvat siihen, että on yritetty haukata liian isoa palaa. Pahimmassa tapauksessa ei edes tiedetä, mitä yritettiin haukata, jolloin projekti ei ala päätöksestä ”tehdäänpä peli”, vaan päätöstä edeltää pari esivaihetta. Pelintekijän täytyy tietää omat ja muiden mahdollisten mukanaolijoiden kyvyt ja rajat, sillä pieni koodaajaporukkin saattaa ryhtyä tekemään videopeliä, vaikka jokainen ryhmään kuuluva hallitsee vain ohjelmoinnin ja on kiinnostunut pelkästään siitä. (Vuorela 2007, 36–37.) Tiimillämme kävi juuri kuten Vuorela mainitsee. Osaamisemme ja kiinnostuksen kohteemme olivat yksipuoleisia ja meiltä puuttui esimerkiksi tuottaja, joka olisi vienyt projektia eteenpäin ja pitänyt huolta aikatauluista. Huomattuani tämän päätin aloittaa pelin kehittämisen tekemällä sen ensin fyysiseen muotoon. Lähdin tekemään testiversiota korttipelimuodossa. Uskoin, että jos pelin pystyy pelaamaan korttipelinä, niin varmasti sen pystyy pelaamaan mobiilipelinäkin.

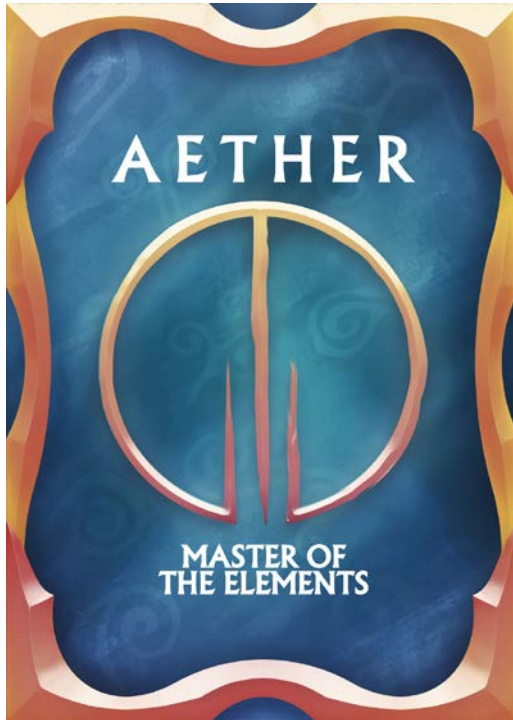
Vuorelan (2007) mukaan vapaa-ajan hankkeissa on muitakin pulmia: Siinä missä 40 tunnin työpanos syntyy oikeissa töissä viikossa, iltaisin kaljoittelun lomassa puoli tuntia parkertavalta harrastelijalta kuluu samaan hommaan kymmenen viikkoa. Ennen kuin edes alkaa miettiä peli-ideaa, kannattaa ottaa työkalut esiin ja kirjoittaa aiheesta pieni tarkistuslista. Työkaluja tarkistettaessa ei välttämättä vielä tiedetä, mikä pelin konsepti on, mutta myöhemmin, kun vastaan tulee tehtävä, jota et kerta kaikkiaan osaa, vaihtoehtoja on neljä: pyydä apuun joku, joka osaa, tutki, olisiko valmista aineistoa jossakin saatavilla, mieti, voisiko jokin työkalu tehdä tehtävän puolestasi tai muuta konseptia niin, ettei tehtävää tarvita. (Vuorela 2007, 37.)

Vuorelan (2007, 22–23) mukaan pelintekijän kannattaa tutkia suosikkipeliensä interaktiivisuutta. Jälkeenpäin katsottuna tarkastelin kyllä minua innoittaneiden pelien interaktiivisuutta, mutten kirjoittanut näitä mihinkään ylös. Lisäksi minulta puuttui esimerkiksi tuotanto- ja työsuunnitelma, joista olisi voinut olla paljonkin apua projektin etenemisen kannalta. Toisin sanoen, *Elgomilta* puuttui tuottaja.

5.3 Elgomin kehitysvaiheet

5.3.1 Korttipeli

Syksyllä 2015 sain mobiilipelin kehittelyn pohjalta idean korttipelistä. Tavoitteenani oli tehdä mahdollisimman yksinkertainen peli, jota on helppo kantaa mukana ja pelata missä tahansa. Päätin, että teen erillisen korttipelin oheistuotteeksi mobiilipelille. Korttipelin työnimi oli tässä vaiheessa vielä *Aether - Master Of The Elements (MOTE)* (kuva 5). Jouluna 2015 ensimmäinen prototyyppi syntyi. Leikkasin käsin 18 tuntia, 114 korttia ja testasimme avopuolisoni Saara Leutolan kanssa joulun yli pelimekaniikkoja. Selvitimme, mikä toimii ja mikä kaipaa vielä lisätyöstöä (kuva 6). Havaitsin ensimmäisen pelikerran jälkeen, että elementtikorttien aktivoimiseen tarvittiin liikaa riimukortteja, jonka vuoksi pelin kesto venyi yli tuntiin. Tavoitteenani oli pitää pelit noin 15 minuutissa. Myös grafiikat olivat hieman epäselvät ja kortteihin kaipasi merkinnät elementistä, jolle kortti häviää ja elementistä, jonka kortti voittaa. Muutin elementtikortteja siten, että poistin sanoista yhden riimun (kuva 7).



KUVA 5. Viimeisin versio *Aether – MOTE* -korttipelin korttien takapuolesta, ennen nimenmuutosta (Plehandzic, 2016)



KUVA 6. *Aether – MOTE* -korttipelin kortit (Plehandzic, 2016)



KUVA 7. *Aether – MOTE* -korttipelin riimukorttien muutokset (Plehandzic, 2016)

Entisen kolmen riimun sijaan, nyt tarvittiin vain kaksi riimua. Samalla tasapainotin riimujen määrän vastaamaan elementtien määrää siten, että jokaista riimua tarvittiin yhtä paljon pelin aikana. Tämä nopeutti pelin kestoa huomattavasti. Samalla ohjekortti sai uuden, yksinkertaisemman ulkonäön. Korjasin, tulostin ja leikkasin uudet versiot korteista neljä kertaa seuraavan viikon aikana. Testasimme peliä välissä ja palautteiden pohjalta muokkasin peliä aina eteenpäin. Pääsin myös testaamaan peliä maksimipelaajamäärällä, eli kuudella pelaajalla kahdesti, joka osoittautui hyvin tärkeäksi testiksi, sillä pääsin näkemään, että peli toimi myös maksimipelaajamäärällä. Ongelmana oli vain edelleen graafinen puoli. Jotta pelattavuus pysyisi helppona, täytyi pelikortteista saada riittävän selkeät. Seuraavien kuukausien aikana pelimekaniikka pysyi samana, mutta kehitin pelin grafiikoita (kuva 8).



KUVA 8. *Aether – MOTE* -korttipelin grafiikoiden kehitys (Plehandzic, 2017)

Syyskuussa 2016 otin yhteyttä peliyhtiö *Tacticiin*. Peliesittelyn yhteydessä lähetin heille samalla myyntiflyerin. (Liite 1, sivu 52.) Lähetettyäni flyerin kuitenkin huomasin, ettei flyerin perusteella saanut riittävää kokonaiskuvaa pelistä. Havainnon pohjalta tein uuden, visuaalisen ohjekirjan. (Liite 2, sivu 53.) Havaitsin tässä vaiheessa, miten vaikea korttipelin ohjeet oli ilmaista yksinkertaisesti uusille pelaajille. Kuukautta myöhemmin sain *Tacticilta* vastauksen, etteivät he tee korttipelejä, vaan ovat enemmän kiinnostuneita lautapeleistä. Sovittiin, että jos teen tulevaisuudessa lautapelin, voin ottaa heihin yhteyttä uudelleen.

Otin seuraavaksi yhteyttä *Lautapelit.fi:hin*. Heille lähetin suoraan ohjekirjan ja myyntiflyerin. Sain heiltä vastauksen melko nopeasti ja sain kutsun paikan päälle esittelemään peliä. Menin pääkonttorille ja testasimme peliä. Huomasin, ettei peli ollut aivan sitä, mitä ohjekirja antoi olettaa. Ohjeeni eivät siis kertoneet riittävän selkeästi kaikkea olennaista. Pelimekaniikassa osa pelin kulusta, esimerkiksi fuusioelementit, vaikuttivat ohjekirjassa suuremmalta, kuin miltä ne itsessään tuntuivat peliä pelatessa. Sain myös palautetta, että

pele tuntuu liian sattumanvaraiselta. Myöskin muutamia graafisia ongelmia oli edelleen. Lähdin työstämään ongelmia. Seuraavan vuoden sisällä pidimme useita palavereja ja tein muokkauksia ja korjauksia palavereissa esille nousseiden asioiden pohjalta. Isoin muokaus oli graafinen ulkoilme. Se täytyi selkeyttää ja lopulta onnistuinkin siinä. Samalla myös pelin nimi vaihtui *Aetherista Elgomiksi* (kuva 9).



KUVA 9. *Elgom* – *MOTE* -korttipelin lopullinen ulkoasu (Plehandzic, 2017)

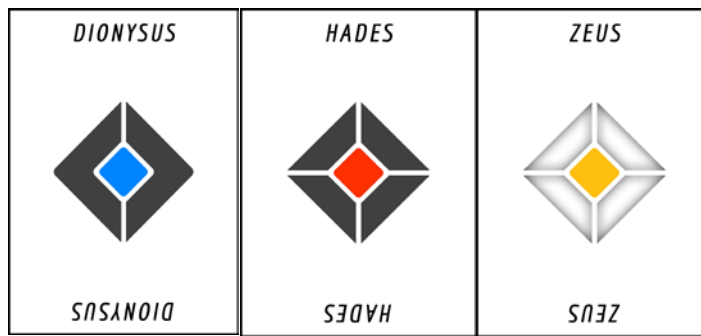
5.3.2 Korttipelin hyllytys

Vein korttipelin sovitusti *Lautapelit.fi:lle* testattavaksi toukokuussa 2017. Sovimme, että otan yhteyttä kuukauden päästä heidän tarkastettuaan pelin ja päätettyä, ovatko he kiinnostuneita siitä. Kului kuukausia, kunnes elokuun 2017 loppupuolella *Lautapelit.fi* oli viimein testannut pelin. He eivät olleet kiinnostuneita, vaikkakin kehuivat pelin grafiikoita. He antoivat palautetta, että vaikka muutimme pelimekaniikkaa, se oli edelleen liian sattumanvarainen. Peli ei tuntunut reilulta heidän mielestään. Aloin kyseenalaistaa itseäni ja mietin, mikä pelissä meni pieleen. Aloin etsiä ratkaisuja pelin pelastamiseksi ja uskoin, että vaikka *Lautapelit.fi* ja *Tactic* ei ollutkaan kiinnostunut, voisin vielä pelastaa pelin.

Havaitsin lopulta kuitenkin palautteiden ja testipelien pohjalta, että korttipelini oli liian vaikea tavallisille pelaajille, mutta liian sattumanvarainen ammattipelaajille. Toisinsanoen, kohderyhmää ei ollut olemassa. Tajusin, että tämä korttipeli ei voi mitenkään olla brändin rakentaja. Päätin, että kun mobiilipeli kasvaa ja saa fanikuntansa, voin tehdä korttipelistä yksinomaisen tapahtuman tai kilpailun, jossa julkaisen korttipelin raakana sellaisenaan faneille. Toistaiseksi kuitenkin päätin hyllyttää korttipelin ja jatkaa lauta- ja mobiilipelin parissa.

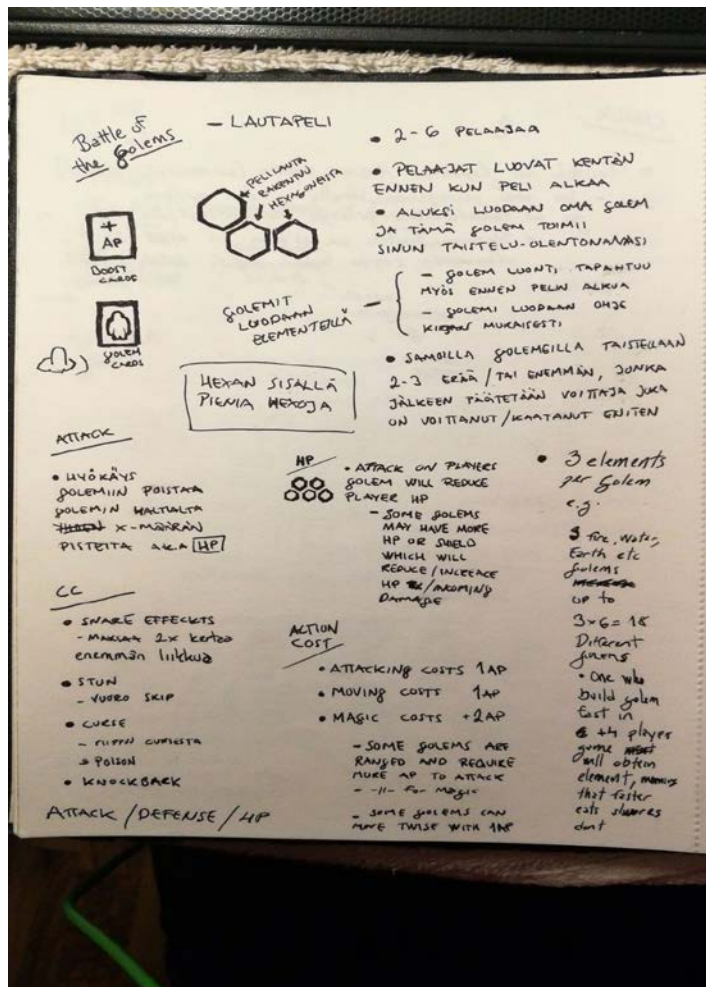
5.3.3 Lautapeli

Samaan aikaan, kun työstin vielä korttipeliä, olin alkanut suunnitella jo seuraavaa projektia. Tässä vaiheessa uusikin peli oli vielä korttipeli. Koska korttipeli eteni hitaasti, minulla oli aikaa alkaa tehdä uutta peliä. Aluksi ajattelin, että olisin tehnyt kolmen korttipelin sarjan: *Master Of The Elements*, *Battle Of The Gods* ja *Reign Of The Kings*. Kuitenkin, tehtyäni uutta korttipeliä kuukausia, huomasin prototyyppien myötä, ettei uusi korttipeli ollut toimiva (kuva 10).

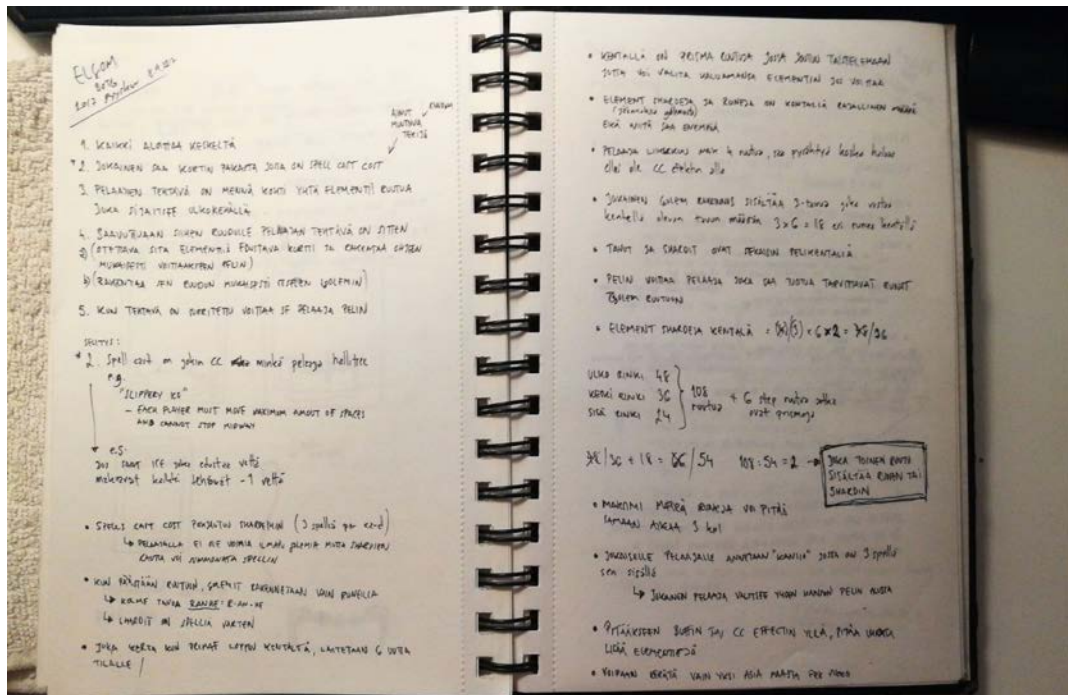


KUVA 10. Uusi korttipeli (Plehandzic, 2016)

Teemu Suontaka ja Saara Leutola kysyivät minulta tässä vaiheessa, että miksen tee lautapeliä. Tämän pohjalta syntyi tunnin suunnittelun sisällä lautapelin ensimmäinen versio. Aloin työstää lautapelin pelimekaniikkaa ja ulkoasua. Syyskuussa 2017 syntyi versio, josta alkoi muotoutua nykyinen versio lautapelistä (kuvat 11 & 12).



KUVA 11. Lautapelin pelimekaniikan ensimmäinen versio (Plehandzic, 2017)



KUVA 12. Lautapelin pelimekaniikan ensimmäinen versio (Plehandzic, 2017)

Tästä ideasta syntyi varsinainen lautapeli, *Elgom - Battle Over Golems*. Lautapelin kohdeyleisö on nuoret, jotka eivät vielä tiedä paljon roolipelaamisesta. *Elgom*-lautapeli on aloittelijoille suunnattu roolilautapeli, eli helppo pelata, vaikea hallita. Peli palkitsee viisaat pelaajat ja se tarjoaa joka pelikerralla jotakin uutta. Pelin kesto on kahdella pelaajalla 10-15 minuuttia ja kestoja tulee 10 minuuttia lisää jokaista lisäpelaajaa kohden. Kuudella pelaajalla peli kestää enimmillään puolitoista tuntia.

Huhtikuussa 2018 otin uudelleen yhteyttä *Tacticiin* lautapelin osalta, mutta vaikka he pitivät pelin ulkoasusta, he näkivät, että pelin kohderyhmä on liian rajattu, jonka vuoksi se olisi vaikea myydä. Sain *Tacticiilta* hyvää, rakentavaa palautetta. Tulen ottamaan yhteyttä vielä muihin peliyhtiöihin, mutta samalla päätin, vien lautapeliä kuitenkin eteenpäin oman yrityksen kautta, osana *Elgom*-perhettä.

5.4 Aspido

Kortti- ja lautapeliä kehittäessä syntyi samalla Saara Leutolan kanssa yhteistyössä tarina koko brändin taustalle.

Golemin, savesta rakennetun suojelijan luominen on sallittua vain täysi-ikäisille. Sen vuoksi golemeista suuresti kiinnostunut autistinen poika SOL LEON, 14, voi vain haaveilla omasta golemista.

Sol asuu vanhempiensa kanssa Terraminen kaupungissa, Clay Islandin lahdenpoukamassa. Hän kokee olevansa ulkopuolinen ja pakenee usein omaan rauhaan Anima Hillille, jonka huipulla on suuri muinainen kivikehä. Joka kymmenes vuosi Anima Hillin kivikehässä voidaan luoda uusia, vahvempia golemeita. Paikka vetää Solia puoleensa ja uuden luomispäivän koittaessa, yön pimeydessä Sol käy luomassa oman golemiin. Golemin nimeäminen on ennenkuulumatonta, mutta Sol antaa golemilleen nimen ASPIDO, jonka seurauksena heidän suhteensa syvenee.

Autismin vuoksi Sol käyttäytyy välillä tahtomattaan ilkeästi, eikä hän ymmärrä omia tunteitaan. Golemeita pidetään käskyläisinä, palvelijoina ja orjina eikä niillä yleisen tiedon mukaan ole omaa tahtoa. Kuitenkin Aspido päättää lopulta vapaasta tahdostaan antaa oman sielunsa Solille. Sillä hetkellä Sol muistaa, kuinka hän neljävuotiaana juoksi Anima Hillin kivikehän keskelle, kun siellä luotiin golemia. Solin sielu pirstaloitui tuolloin ja sen vuoksi hänestä tuli autistinen. Sielunpalanen jäi odottamaan kivikehälle, kunnes Sol loi kymmenen vuoden päästä oman golemiin, Aspidon ja pirstaloitunut sielun palanen tarttui siihen.

Solin palatessa muistosta hän ei ole enää autistinen. Mutta Aspido on kadonnut.

Tätä tarinaa on tarkoitus hyödyntää kaikkien pelien taustalla ja varsinainen kirja ja käsikirjoitus tulee pohjautumaan tähän tarinaan.

5.5 Pelien esittely ja palaute



KUVA 13. Korttipeli, *Elgom - Master Of The Elements* sekä lautapeli, *Elgom - Battle Over Golems* (Plehandzic, 2017)

5.5.1 Korttipelin säännöt

Pelissä on kolme erilaista korttityyppiä: riimu-, elementti- ja kilpikortit. Elementtikortit ovat pelin tärkeimmät, niillä hyökätään muiden vastustajien kilpikortteja vastaan. Jotta voi käyttää elementtikortteja, täytyy kerätä riimukortteja, joilla voi aktivoida elementin. Näitä kortteja pelaajat nostavat vuorotellen pakasta. Kaikille pelaajille annetaan kolme kilpikorttia, joilla on tarkoitus puolustautua muiden pelaajien hyökkäyksiltä ja niitä voi myös vahvistaa. Se, jolta ovat kaikki kilpikortit loppuneet, tippuu pelistä. Voittaja on se, jolla on viimeisenä kilpikortteja jäljellä.

5.6 Lautapelin säännöt

Pelaajamäärä on 2-6 hlöä. Pelaajat aloittavat pelilaudan keskeltä ja ensimmäiseksi tavoittelevat haluamaansa ulointa värilaattaa, eli pesää. Kun pelaaja pääsee haluamalleen pesälaatalle, pelaaja muuttuu väriä vastaavaksi elementiksi. Hän saa itselleen kolme taikaa ja

piirteen, joilla voi vahvistaa itseään tai estää muita pelaajia pelin aikana. Saatuaan itselleen väriään vastaavan elementin pelaajan tavoitteena on kerätä kentältä oman elementtinsä riimut. Voittaja on se, joka kerättyään riimunsa palaa ensimmäisenä omalle pesälle.

6 VISUAALINEN ILME JA TUOTANTO

Korttipelin ensimmäinen graafinen ulkoasu oli tyylini mukaisesti hyvin minimalistinen. Ongelmaksi muodostui, että muut pelaajat eivät ymmärtäneet yksinkertaisista merkeistä, mikä tarkoitti mitään ja pelin säännöt oli hyvin vaikea ilmaista. Grafiikoissa innoittajina on toiminut *World Of Warcraft* ja *Heartstone*. Vaikken kumpaakaan pelaa, niin tykästyin heidän karkkimaisiin, viikinkiaikaa mukaileviin grafiikoihin. Tämän vuoksi grafiikoista on myös pidetty, ne ovat selkeät ja vetoavat sekä vanhempiin että nuorempiin pelaajiin (kuva 14).



KUVA 14. *Elgom – Battle Over Golems* -lautapelin golemeita ja pelilautaa (Plehandzic, 2017)

Hyödynsin heidän käytännön kokemustaan ja totesin tyylin toimivaksi. Hyperrealistiset grafiikat vanhenevat nopeasti eivätkä miellytä nuorempia sukupolvia, liian karkkimainen tyyli puolestaan ei miellytä vanhempia. Tämän vuoksi päädyin puoliväliin.

6.1 Brändi

Gallacas Games on oma yritykseni, jonka kautta aion rakentaa *Elgomin*. Olen sitä mieltä, että Suomessa kulttuuriala junnaa hieman paikallaan. *Gallacas Gamesin* isoin suunnitelma on, että *Elgom* menestyisi ja alkaisin sen seurauksena rahoittaa esimerkiksi suomalaisia elokuvia ja pelejä.

6.2 Tuotanto

Aluksi halusin tuottaa pelit toisen, suuremman firman alla. Ajatuksena oli, että minä teen, myyn ja otan tekijänoikeusmaksut korttipelistä, jonka kautta hankkisin pääomaa mobiilipeliä varten. Kuitenkin, kun *Tactic* ja *Lautapelit.fi* eivät innostuneet korttipelistä, aloin suunnitella perustavani oman yrityksen ja tuottaa koko tuoteperheen sitä kautta. Otin selvää, kuinka paljon korttipelin tekeminen maksaisi ja aloin soitella ja kysellä, mistä saisin mahdollisimman paljon mahdollisimman halvalla. Tavoittelin 96 kortin pakan tuotantohinnaksi noin kahta euroa, jolloin olisin voinut asettaa pelille kappalehinnaksi noin 17 euroa.

Suurin osa suomalaisista yrityksistä ei ollut valmis tulostamaan niin suuria määriä, jotta hinta per pakka olisi saatu kahden euron luokkaan. Esimerkiksi *Grano*, jolla tulostutin prototyypin, olisi pystynyt tulostamaan kyllä pakkoja, mutta hinta olisi ollut niin kallis, että pelin myyntihinta olisi noussut liian korkeaksi. *Lautapelit.fi* suositteli ottamaan Saksaan yhteyttä, heiltä olisi mahdollisesti saanut tietoa miten tulostaa suuria määriä halvalla. Otin myös selvää, miten *alibaba.comin* kautta olisi Kiinasta saanut tulostettua halvalla. Kun huomasin, että 96 korttia on melko suuri määrä halvalla tuotettavaksi, päädyin siihen, ettei korttipelini ollut sen arvoinen. Peli ei ollut riittävän hyvä aloittamaan *Elgom*-brändiä enkä halunnut itsekään sijoittaa siihen tuhansia euroa. Ymmärsin samalla, miksei *Lautapelit.fi* ja *Tactic* kiinnostunut pelistä. Jos pelattavuus olisi ollut viimeisen päälle toimiva, olisin ollut valmis sijoittamaan peliin, mutta koska pelimekaniikka oli vääränlainen suunnatulle kohdeyleisölle, päätin hyllyttää korttipelin toistaiseksi.

Päätettyäni jättää korttipelin sivuun, tein *Elgom*-brändille tuotantosuunnitelman lähitulevaisuuteen. Päätin aloittaa myynnin lautapelillä ja rakentaa sitä kautta mobiilipeliä pik-

kuhiljaa. Lautapelillä en hae vielä voittoa, haen vain levitystä. Samalla kun teen lautapelejä, olen suunnitellut mobiilipelin pitsausta joukkorahoitus-puolelle. Tavoitteena on, että joukkorahoituksen kautta saisin työllistettyä noin viisi henkilöä puoleksi vuodeksi, eli joukkorahoituksen budjetiksi olen arvioinut alustavasti 150 000 - 200 000 euroa. Budjetti sisältää markkinoinnin, työntekijöiden palkat ja muut yritysmenot. Suurin tukimuoto sisältää kirjan, jossa on koko *Elgomin* sisällön raakaversiot suunnitelmiseen alusta asti. Tämä paketti on arvoltaan 100 000e ja tätä tukimuotoa on saatavilla vain yksi kappale. Tämän on tarkoitus olla esillä vain niin sanotusti hivin vuoksi. En siis oleta, että kukaan sijoittaisi tuota summaa, mutta jos sijoittaa niin se on vain plussaa.

Noclipin (2018) mukaan *Digital Extremes* halusi luoda oman, massiivisen scifi- ja toiminta-moninpelin nimeltä *Dark Sector*. *Digital Extremes* laittoi kaiken energiansa tähän projektiin toivoen, että se olisi uusi aikakausi studiolla, jollainen se olikin, muttei sellainen jota he toivoivat. Heidän tekemänsä demo olikin vain työkalu saada vuokratöitä muille projekteille. (Noclip 2018.) *Warframe Documentary* (2018) haastattelee *Warframen* ohjaaja Steve Sinclairia, joka kertoo, että kun he pitsasivat *Dark Sectoria*, he elivät matkalaukun kanssa puoli vuotta, esitellen pelidemoa pienellä tietokoneella isoille julkaisijoille. Suuret julkaisijat sanoivat, että ihan hieno peli, mutta mitä jos tekisittekin sen sijaan meidän peliin jatko-osan. Sinclairin mukaan se, että he suostuivat, oli luovan sielun tuhoamista. He olivat laittaneet kaiken energiansa *Dark Sectoriin*, mutta saivatkin palkkioksi vain vuokratöitä. *Warframe Documentary* (2018) sisältää myös haastattelun, jossa *Digital Expressin* perustaja James Schmalz väittää, että paras tuote tulee sitä kautta, että pääsee itse rahoittamaan omaa projektia. (Noclip, 2018.) Jaan ajatukseni Schmalzin kanssa. Paras lopputulos syntyy, kun tekijät saavat luoda juuri sellaisen tuotteen kuin haluavat. Jos paine tuotteen ulkonäöstä, rakenteesta tai sisällöstä tulee ulkopuolelta, aletaan tehdä kompromisseja, jotka hyvin harvoin tuottavat mieleenpainuvia asioita.

Jos joukkorahoitus ei lähde kunnolla liikkeelle, on toisena suunnitelmana pitsata *Elgom* kanadalaiselle pelituotantoyhtiö *Digital Extremesille*. Olen tykännyt ja seurannut heidän toimintaansa jo muutaman vuoden ja pidän heidän maanläheisyydestään. Tuntuu, että heillä olisi tilaa uudelle pelille, joka ei kilpailisi heidän nykyisen pelinsä kanssa. Uskon, että vaikka he eivät suoraan olisi heti kiinnostuneita, pystyisin oikein pitsaamalla saada heidät kiinnostuneeksi *Elgomista*. Tällä hetkellä minulta puuttuu tieto, miten hakea apurahaa Suomesta ja muistakin maista sekä keino löytää erilaisia tukimuotoja ja tapahtumia. Mielessäni on käynyt myös etsiä enkelirahoittajia.

6.3 Keskeiset haasteet ja onnistumiset

Elgom nimenä on herättänyt joillakin kysymyksiä. Graafisesta ilmeestä on tullut kehuja, mutta pelattavuudesta on tullut kommentteja, etteivät ne mene massalle. Ne ovat hieman liian vaikeita tavallisille pelaajille, mutta toisaalta kun pelin jujun ymmärtää, pelaajat haluavat pelata uudelleen. Testipelaajat ovat sanoneet, että pelistä löytää joka kerralla uusia ulottuvuuksia, joka on ollut tavoitteeni *Elgomia* rakentaessa. Koko brändin pitäisi rakentua sen ympärille, että pelaaminen ei jäisi vain yhteen kertaan, vaan peliä haluaisi aina pelata uudelleen. Esimerkiksi lautapelille on jo suunnitteilla kaksi lisäosaa, jotta heti kun pelaajasta tuntuu siltä, että pelistä loppuu tekeminen, on peliin mahdollista tuoda mukaan lisäelementtejä.

Moni yhtiö pitää kokemukseni perusteella pelaajia tyhmempinä kuin he ovat. Pelit tehdään liian yksinkertaisiksi, kun oman kokemukseni perusteella pelaajat kaipaisivat enemmän haastetta. Omissa peleissäni haluan tuoda hieman lisää haastetta, kuitenkin niin, että peli pysyy tasapainossa. Tämä on haasteellinen yhdistelmä ja välillä tulevaisuuden suunnitelmilleni onkin naurettu, koska vaikka peleistäni on toisaalta pidetty, ovat tavoitteeni korkealla. Aloittaessani pelinkehittämisen olin tietoinen, ettei minulla ollut tarpeeksi tietoa ja kokemusta tehdä kokonaista peliä yksin. Minulta puuttui 3D- ja koodausosaaminen sekä ymmärrys siitä, miten peli tehdään. Kun ryhmä löytyi, tuntui siltä, että pystyisimme saavuttamaan mitä tahansa ja motivaationi kasvoi. Hyvinä puolina huomasin, että sovituumme tekevämme jotakin, se myös tapahtui. Asiat eivät jääneet roikkumaan niin kauan, kun oli innostusta. Ryhmässä syntyi myös monia hyviä ideoita, joita pystyttiin eheyttämään. Vaikka syntyi myös paljon ideoita, joita ei koskaan hyödynnetty, pystyttiin joistakin ideoista ottamaan osia mukaan kehittelyyn ja saimme eheytettyä peliä nopealla tahdilla. Kuitenkin, kun innostus alkoi lopulta kadota, myös tekeminen alkoi hidastua.

Havaitsin myös, että varsinkin jos tehdään ilmaistyövoimalla, kaikkien ryhmän jäsenten täytyy olla yhtä mieltä asiasta, jotta se toteutuisi. Palkkatyöläisten kohdalla asia varmasti on eri, sillä tällöin jokaisella on oma rooli ja jokainen vastaa omasta tekemisestään. Palkan myötä syntyy hierarkia, jota ei palkatta oikeastaan synny. Siinä on sekä hyviä että huonoja puolia, mutta jos halutaan kehittää jotakin ideaa, saattaa etenkin suuren ryhmän kanssa työskentely, jossa ei ole yhtä selkeää johtajaa, myös hidastaa projektin etenemistä.

Yksin työskentelyssä puolestaan on hyvää se, että kun saa idean, sitä voi heti kokeilla kysymättä ensin muiden mielipidettä. Yksin työskennellessä myös kehittyy nopeammin, tajuaa mitä ei halua tehdä, missä tarvitsee apua ja on myös vapaa deadlineista. Myös visuaalisen ilmeen päättäminen on helpompaa itse tehdessä. Kun teen yksin, tiedän mitä haluan ja se on sillä selvä. Ryhmätyöskentelyssä, jos esimerkiksi graafikon näkemys eroaa omastani, syntyy helposti kompromissi, joka ei tällaisessa tilanteessa ole aina hyvä asia.

Huonoa yksin tehdessä on se, että palautteen saaminen on hankalampaa ja vähäisempää. Kaipaen omasta, tehdystä työstäni säännöllisesti palautetta, mutta ympärilläni ei ole kovin montaa ihmistä, joilta saisin rakentavaa kritiikkiä. Peli toimii minulle, mutta koska olen tehnyt pelimekaniikan yksin minua myös huolestuttaa, että toimiiko se muille. Eri-tyisesti pelimekaniikan kehittämisessä ryhmätyöskentelystä on hyötyä, jolloin ideoita ja mekaniikan toimivuutta pääsee testaamaan säännöllisesti.

Yleisesti sanottuna yksintyöskentelyssä on vapaat kädet, ryhmätyöskentely puolestaan synnyttää enemmän ideoita nopeammin. Yksin työskennellessä ei tarvitse vakuuttaa ensin muita, voi vain kokeilla, kun taas ryhmätyöskentelyssä täytyy vakuuttaa ensin muut ryhmän jäsenet, ennen kuin voi kokeilla jotakin haluamaansa. Kokemukseni pohjalta, jos olisin ryhmässä, olisin luova ohjaaja, joka päättäisi mihin suuntaan projekti menee. Mahdollisesti olisin myös taiteellinen ohjaaja, joka on päävastuussa ulkoasun kehittämisestä. Ihannetilanteessa työskentelin ryhmässä, jossa muut työryhmän jäsenet heittelisivät minulle ideoita, ja tekisin lopulliset päätökset siitä, mitä valitaan *Elgom*-brändin kehittämiseen.

Matkan varrella on ollut sekä haasteita että onnistumisia. Yksin tekeminen on aina hidasta ja vaivalloista. Alun perin graafinen osaamiseni ei ollut sillä tasolla mitä halusin, jolloin jouduin kuluttamaan kuukausia itseopiskeluun ennen kuin sain toisen version näyttämään siltä, että sen voisi käydä esittelemässä tuotantoyhtiöille. Ensimmäinen ja kaikkein vaikein haaste oli myös graafinen ilmaisu. Miten kerron mahdollisimman yksinkertaisesti mitä mikäkin pelin mekaniikka on, ja miten sitä pelataan oikein. Muita haasteita matkan varrella on ollut esimerkiksi, miten saan pelin olemaan reilu niin, että se ei tunnu liian sattumapeliltä, vaan enemmänkin taitopeliltä sekä miten ilmaisen pelin ohjeet niin yksin-

kertaisesti, että kuka tahansa voi pelata ilman, että tarvitsee lukea ohjekirjaa. Onnistumiseksi puolestaan näen sen, että opin mitä ei kannata tehdä. Virheiden kautta olen löytänyt sen suunnan, johon pelini ovat nyt kehittyneet. Esimerkiksi koin suureksi onnistumiseksi päätettyäni kesällä 2017 hyllyttää korttipelin, jota olin tehnyt puolitoista vuotta. Tämän puolentoista vuoden aikana koetut asiat ja ongelmat auttoivat *Elgomia* kehittämään brändinä aivan valtavasti. Tällä hetkellä isoin haasteeni on, että ohjekirjani ovat liian monimutkaisia, joko tiivistän liikaa tai liian vähän.

7 POHDINTA

Opinnäytetyötäni kirjoittaessa huomasin, että aiheesta on pääosin vanhentunutta kirjallisuutta. Peliala menee niin valtavan nopeasti eteenpäin, että vajaa kymmenen vuotta sitten kirjoitetussa teoksessakin on jo vanhentunutta tietoa. Havaitsin kuitenkin, että pelintekijät ovat poikkeuksetta kuluttajalähtöisen pelinkehityksen puolella. Ongelmat tuntuvatkin painottuvan peliyhtiöiden ja rahoittajien päähän.

Tämän opinnäytetyön ja pelibrändini *Elgomin* myötä olen tullut siihen tulokseen, että pelaajat ovat pelialan tärkein osa-alue. He ovat asiakkaita ja etenkin videopelimaailmassa he luovat varsinaisen pelin. Meidän pelinkehittäjien on tarkoitus luoda peleille raamit ja säännöt, joita pelaajat pääsevät pelaamaan ja kokemaan haluamallaan tavalla.

Matkan varrella on ollut paljon sekä hyvää että huonoa. Ryhmätyön epäonnistuminen oli tärkeä vaihe pelinkehityksen kasvun kannalta, sain hyvää palautetta josta lähteä työstämään, mutta samalla löysin oman suuntani ja sen, miten haluan edetä pelin kanssa. Olen havainnut, että minulla on tapana tehdä grafiikat ennen, kuin teen varsinaisen pelimekaniikan. Referoiden automallia, josta mainitsin aiemmin, lähdän tekemään projektia nurinkurisesti: aloitan maalipinnasta, kun helpompi tie olisi lähteä rungosta.

Olen kuitenkin huomannut, että saan visuaalisuuden kautta parhaiten uusia ideoita. Luon siis pelimekaniikankin visuaalisen kautta. Olen havainnut monen vuoden aikana, että minun on helpompi työstää materiaalia, kun se on silmiäni edessä jo sen näköisenä, jollaiseksi haluan lopputuloksenkin muodostuvan. Jos työstän projektia vain mielessäni, minun on vaikeampi havainnollistaa miltä asiat oikeasti näyttävät ja tuntuvat ja miten peli käytännössä menisi. Käytännössä tämä kuitenkin tarkoittaa sitä, että teen kaksinkertaisen työn. Kun saan tehtyä visuaalisen ilmeen, pääsen testaamaan. Tässä vaiheessa huomaan, että pelimekaniikka ei toimi ja joudun käytännössä tekemään grafiikat uudelleen.

Olen havainnut, että olen eheyttäjä, en luoja. Minun täytyy nähdä niin sanotusti valmis tulos ennen, kuin pystyn tekemään eheytyksen. Olen todella kärsimätön, vaikka tietyllä tavalla samalla kärsivällinen, ja haluaisin päästä suoraan eheytysvaiheeseen. Tämän vuoksi olen havainnut, että olen enemmän ryhmätyöskentelijä kuin yksin tekijä. Tämän opinnäytteen tutkivan osuuden myötä olenkin tullut siihen tulokseen, että olen pelinkehittäjä ja pelintekijä ja tarvitsisin ympärilläni ihmisiä luomaan ideoita, joiden pohjalta

pääsisin eheyttämään ne yhdeksi kokonaisuudeksi. En näe tätä kuitenkaan huonona puolenani. Se on minun tapani työskennellä ja olen tehnyt siitä omassa työmenetelmässäni tehokkaan. Toisaalta pystyn tekemään myös muiden roolien, kuten graafikon töitä ja olenkin viime aikoina oppinut, että voin tehdä grafiikan vain puolivalmiiksi, sekin riittää hahmottamaan pelimekaniikkaa.

Tällä hetkellä en ole vielä täysin tyytyväinen *Elgomiin* brändinä, koska tiedän, että siinä on potentiaalia vielä pidemmälle. *Elgom* kaipaa tällä hetkellä muidenkin kuin itseni panostusta, jotta siitä saadaan paras mahdollinen tulos irti. Korttipeli näyttää hienolta, mutta on muuten epäonnistunut pelimekaniikaltaan. Lautapeli etenee hyvää vauhtia, kaivaten kuitenkin vielä paljon testaamista, sillä muutama mekaniikka on vielä vähän keskeneräinen. Ulkoasu on tämän hetkiselällä taitotasollani niin hyvä kuin mitä osaan tehdä. Jos haluan parempaa, minun täytyy mennä joko taidekouluun tai palkata graafikko ja taiteilija. Minulla on palava halu tehdä jo mobiilipeliä, mutta samalla tiedostan, ettei se ole vielä pitkään aikaan mahdollista. Syynä tähän on pääasiassa se, ettei minulla ole riittävästi tietoa ja taitoa lähteä tekemään sitä yksin, vaan tarvitsen ympärilleni työryhmän ja rahoitusta, joiden löytyminen taas vie aikaa.

Kokonaisuudessaan koen, että olen kasvanut aivan valtavasti sekä pelintekijänä ja -kehittäjänä että graafikkona. Toivoisin kuitenkin, että olisin ottanut asioista selvää aiemmin, että olisin vain mennyt festivaaleille ja tapahtumiin ja kysellyt palautetta pelinkehittäjiltä. Aluksi uskoin osaavani jo kaiken, mutta matkan varrella olen huomannut, ettei asia ole ihan niin. Ylipäänsä kaikessa tekemisessä pätee se sääntö, kun aloitan jonkin projektin, olen alussa vielä täysin noviisi. Kokemus, kova työ ja erityisesti epäonnistuminen ovat ne ydinasiat, jotka tekevät meistä hyviä tekijöitä.

Toivon, että tästä opinnäytteestä on apua muille pelinkehittäjille, jotka ovat kiinnostuneet pelien kehittämisestä pelaajia ajatellen. Työni kokoaa myös yhteen tietoa siitä, miten pelituotanto etenee ja millaisia kompastuskiviä sekä harrastelijamainen että ammattimainen pelinkehitys voi tuoda mukanaan.

LÄHTEET

Kirjallisuus:

Chatfield, T. 2010. Hupi Oy: miten pelaaminen mullisti viihdeteollisuuden. Virgin Books.

Solatie, J. & Mäkeläinen, M. 2009. Ideasta innovaatioksi: luovuus hyötykäyttöön. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Vuorela, V. 2007. Pelintekijän käsikirja. Helsinki: BTJ Finland Oy.

Vuorela, V. 2009. Elämäpeli: pelintekijän maailmat. Helsinki: BTJ Finland Oy.

Internet-lähteet:

Game Informer. 2017. Mass Effect: Andromeda - Adapting To Harsh Frontiers. Luettu 21.5.2018. http://www.gameinformer.com/games/mass_effect_andromeda/b/playstation4/archive/2017/03/20/mass-effect-andromeda-review-game-informer.aspx

Virtanen, J. 2016a. Miljoonahitin synty: näin pelinkehitys etenee ideasta valmiiksi tuotteeksi. Mikrobitti. Luettu 23.4.2018. <https://www.mikrobitti.fi/2016/12/peliluola-pelinkehitys-opas-nain-se-toimii-pelit/>

Virtanen, J. 2016b. Free-To-Play: näin toimii ilmaispelien logiikka. Mikrobitti. Luettu 23.4.2018. <https://www.mikrobitti.fi/2016/12/free-to-play-nain-toimii-ilmaispelien-logiikka/>

Virtanen, J. 2016c. Pelinkehityksen opas: sosiaalisuudesta on tullut elintärkeä osa pelejä. Mikrobitti. Luettu 23.4.2018. <https://www.mikrobitti.fi/2016/12/pelinkehitys-opas-sosiaalisuus-verkkopelit/>

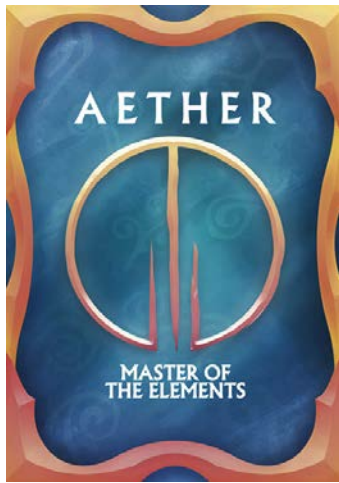
MTV. 2010. Peliteollisuus voi olla seuraava Nokia – mutta vain verotusta muuttamalla. Luettu 20.4.2018. <https://www.mtv.fi/uutiset/talous/artikkeli/peliteollisuus-voi-olla-seuraava-nokia-mutta-vain-verotusta-muuttamalla/2083154#gs.ouGVPvk>

Neogames. 2018. Tietoa toimialasta. Luettu 19.4.2018. <https://www.neogames.fi/tietoa-toimialasta/>

Noclip. 2018. Warframe Documentary. Katsottu 20.4.2018. <https://youtu.be/UOE6528pwFc>

Yle. 2014. Peliteollisuus on jo miljardibisnestä Suomessa. Luettu 20.4.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-7169571>

Liite 2. Ohjekirja



INSTRUCTIONS MASTER OF THE ELEMENTS

COUNT OF CARDS

AETHER - MASTER OF THE ELEMENTS GAME HAS 214 CARDS:

- 18 • double sided SHIELD CARDS
- 24 • Element cards (four (4) each element type)
- 72 • Rune cards (twelve (12) each rune type)

**MINIMUM AMOUNT OF PLAYERS IS TWO (2)
MAXIMUM AMOUNT OF PLAYERS IS SIX (6)**

Playtime for two (2) players is 15-minutes, increasing by 10-minutes for each participating player, up to one (1) hour of playtime

ELEMENTS & RUNES

BASIC ELEMENTS
Basic elements are stronger and weaker against other elements.
(E.g. Water weak to Fire)
Each opposite element can be fused with each other to create Fusion element
(Water and Fire fuse elements will create Fusion element FOREST)

FUSION ELEMENTS
Fusion elements are as their name says fused from basic elements.
Fusion elements are stronger than basic elements.

RUNES
Runes are formed from syllables.
Each rune paired with other can create a word which can be used to require to activate Element cards.
(E.g. TH + AN = THAN will activate element card FIRE)

SHIELD CARDS

Players only defend against other players are SHIELD cards. There is two (2) types of shield cards, BASIC and FUSION. Basic shield card can be upgraded to fusion shield via active element cards (read FUSION CARDS below).

BASIC SHIELD
ELEMENT COLOR (Basic shield has light element color)
ELEMENT SYMBOL (Basic shield has light elemental value)
FUSION GUIDE (Instructions how to create fusion shield with this shield card (in this case you need active TREE element card to upgrade to fusion shield FOREST))

FUSION SHIELD
ELEMENT COLOR (Fusion shield has dark element color)
ELEMENT SYMBOL (Fusion shield has dark elemental value)
STRONG AGAINST (Fusion shield card can only attack another fusion shield card (in this case FOREST will defeat STORM fusion shield card))

RUNE CARD

Players need rune card to activate element cards. There is six (6) different rune cards in the game. Rune cards are based on syllables which are needed in order to create words and thus activating element cards.

RUNE SYLLABLE
With this card you can create words which element cards use. (You will always need two (2) syllables to create a word)

RUNE SYMBOL

ACTIVE ELEMENT CARD
To have active element card you need to have matching word with rune syllables (in this case rune syllables AN and ER)

ELEMENT CARD

Element card is main important card in game. With active element card player can attack other players, upgrade your basic shield cards to fusion cards and also defend your fusion shield card from enemy attack.

RUNE WORD
Two (2) different rune cards are needed to activate this element card (in this case AN + ER = ANER)

FUSION REQUIREMENT
Only when element is needed to combine with, in order to create fusion element (in this case WATER + FIRE creates FOREST fusion)

VICTORY ICON
This element card will defeat elements below (in this case basic elements fire and fusion element storm)

DEFEAT ICON
This element card will be defeated by element below (in this case lightning)

ELEMENT NAME
ELEMENT ICON
IS COLOR

Tip from game developer **Important to remember**

FIRST THREE STEPS

FIRST STEP
Shuffle basic/forest shield cards and randomly give each player three (3) shield cards.

All players should have three (3) BASIC shield cards facing upwards and FUSION shield card side should face downwards.

SECOND STEP
Shuffle the deck and randomly deal to all players five (5) cards.

THIRD STEP
There is only one thing left to do and that is to choose who starts the game.

Play the game clockwise.

Choose who starts the game with ROCK, PAPER, SCISSORS.

7

Tip from game developer **Important to remember**

PLAYER TURN

Player who has turn shall take three (3) cards from deck before doing anything else.

If there is no more cards left, shuffle those pit cards, and create new deck.

Player can hold unlimited amount of cards.

On beginning of your turn try to make a habit of drawing cards before doing any action.

PLAYER ACTIONS

When it's one of the players turn, this player can do one (1) of these five (5) actions:

1. Attack
2. Upgrade / defend
3. Choose unwanted cards with deck
4. Pass the turn
5. Change cards with other players

IMPORTANT: PLAYER CAN DO ONLY ONE (1) OF THESE ACTIONS PER TURN. CHOOSE WISELY.

8

Tip from game developer **Important to remember**

1. ATTACK

Player can attack opponents basic and fusion shield cards.

Player can also attack with their SHIELD cards, but in that case both player's and opponent's shield card are destroyed.

BASIC SHIELD cards need only one (1) attack to be destroyed, while fusion need two (2) attacks.

When player has destroyed his opponents shield card, player must put used cards in to show pit and also remove opponents destroyed shield card out of playfield.

Need one more active element card to defeat fusion shield FOREST!

9

Tip from game developer **Important to remember**

2. UPGRADE / DEFEND

Player will need suitable active element card in order to upgrade BASIC shield card to FUSION shield card.

In this case active element card BARK can upgrade BASIC shield card FIRE to FUSION shield LANA.

When upgrading, flip BASIC shield card such way that it faces downwards while FUSION shield card faces upwards.

When players are attacked to their FUSION shield card, players can defend themselves with active element cards suitable for destroying attacking element card.

If player has successfully defended attack, depending player must remove all used cards to through.

10

Tip from game developer **Important to remember**

3. EXCHANGE WITH DECK

Player can exchange up to three (3) unwanted cards with the deck, using so, amount of unwanted cards must match the drawn spots.

Choose 1 - 3 unwanted cards from your hand, put them in to show pit and draw new cards matching drawn cards amount.

4. PASS THE TURN

Player can also pass the turn, but it must be done before any other action. Player must still draw three (3) cards from the deck before passing the turn.

Player has an option to exchange one (1) card with the any player at any given time.

Exchange must happen without revealing cards in hand.

Can be done multiple times, but one card at the time.

This action will not change player's turn and it can be also done if it is not player's turn.

11

Tip from game developer **Important to remember**

HOW TO WIN

There is two (2) different ways to win the game:

1. Winning player must be the last one who has shield card on playfield
2. Player who has four (4) same type of element cards in his/her hand

2. FOUR OF SAME TYPE

Player needs to have four (4) same type of element cards in hand. These cards have to be specific cards which are needed to defeat holding player's shield card.

VICTORY

12