

Opinnäytetyö (AMK) / (YAMK)

Viestintä

Digital arts

2011

Moira Åkerman

KASUAALIPELITTV-SARJAN MAINOKSINA

– Jotain rajaa!-pelin suunnittelu ja
toteutus



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

Turun ammattikorkeakoulu

Viestintä | Digital arts

21.04.2011 | 40

Ohjaaja(t): Merja Puustinen

Moira Åkerman

KASUAALIPELIT TV-SARJAN MAINOKSINA JOTAIN RAJAA!- PELIEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Kasuaalipeleillä viitataan usein peleihin, joita on helppo pelata, ovat halpoja sekä soveltuvat hyvin satunnaiseen pelaamiseen. Ne ovat nykyään suuressa suosiossa, ja monet yritykset käyttävätkin niitä sisäänheittopalveluina tai mainoksina nettisivuillaan.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia kasuaalipelien ja mainospelien laatutekijöitä ja soveltaa niitä Tv- sarja Jotain rajaa!- pelien luomisprosessiin.

Työssä tarkasteltiin myös kyseiseen pelisuunnitteluun soveltuvaa visuaalista suunnittelua, käyttöliittymäsuunnittelua ja typografiaa.

Mitkä osatekijät vaikuttavat pelien viihdyttävyyteen? Mikä tekee hyvän mainospelin? Pelisuunnittelua käsittelevässä luvussa kerrottiin Jotain rajaa!- pelien luomisprosessista kohderyhmäanalyysin kautta. Jokainen peli esiteltiin ja analysoitiin tarkkaan. Taustatukimuksien pohjalta tultiin johtopäätökseen siitä miten projektissa oli onnistuttu.

ASIASANAT:

Digitaaliset pelit, verkkopelit, typografia.

Moira Åkerman

CASUAL GAMES AS ADVERGAMES PLANNING AND CREATION OF THE RESPECT!- GAMES

Casual games usually refers to a type of game that is easy to play, are cheap and suitable for occasional gaming. These type of games are very popular these days and many companies also use them as advertisement for their brand or product.

The purpose of this thesis was to examine the entertainment qualities of both casual and advertisement games and adapt them on the creation process of the games for the Tv- series Respect!. The essay also went through visual design, user interface design and typography for game design.

What makes a game entertaining? What makes a good advergame?

In the chapter about game design it was told about the planning and creation process of the Respect! games through analysis of target group. All the games were presented and analyzed thoroughly. In the end it was analyzed how successful the project was according to these examinations.

KEYWORDS:

Digital games, online games, typography.

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO

2 KASUAALIPELIT	7
2.1 Historia	8
2.2 Kasuaalipelit mainospeleinä	9
2.3 Mainospelien historia	9

3 MAINOSPELIKOKEILUT	11
3.1 United Airlines: Linejump hero	11
3.2 Coke zero/Coca cola: It's possible	11
3.3 Yhteenveto	12

4 SELAINKÄYTTÖISTEN SOVELLUSTEN KÄYTTÖLIITTYMÄSUUNNITTELU	15
4.1 Typografia	16

5 JOTAIN RAJAA!- SARJAN ESITTELY	18
5.1 Keskeiset henkilöhahmot	19

6 PELISUUNNITTELU	21
6.1 Kohderyhmäanalyysi	22
6.2 Sanaattori	25
6.3 Vetopeto	27
6.4 Mosh it	29
6.5 Rokkikukko	31
6.6 MOP	33

7 YHTEENVETO	36
---------------------	-----------

LÄHDELUETTELO

1 JOHDANTO

Olen noin vuoden ajan työskennellyt multimedia- projektin parissa nimeltä Jotain rajaa!, Av- yhtiö Valoauringon kanssa. Jotain rajaa! On lasten ja nuorten TV- sarja, joka käsittelee aikuisten muistoja koulukiusaamisesta ja nykypävän lasten kiusaamistilanteita.

Sarjaan kuuluu myös nettisivut, joissa olisi tarkoitus muun muassa käydä keskusteluja koulukiusaamisesta. Käytännön opinnäytetyöni on ollut kehittää ja toteuttaa sivuille pieniä kasuaalipelejä, jotka liittyvät sarjaan ja sen hahmoihin ja toimisivat ikäänkuin tv-sarjan mainoksina. Tarkoituksena oli kehittää 10 pientä peliä, yksi peli jokaiselle sarjan hahmoista. Opinnäytetyöhöni kuuluu ajanpuutteen takia 5 näistä peleistä.

Pelien on tarkoitus olla väkivallattomia, ja eettisyys sekä toisten auttaminen on niiden pääteema. Jokaisella sarjan hahmoista on omat kiinnostuksen kohteensa ja oma tyyliensä, joten halusin kehittää jokaiselle hahmolle oman pelin, joka sopii yhteen kyseisen persoonan kanssa.

Halusin kehittää mahdollisimman yksinkertaisia pelejä, rajoittuneiden ohjelmointitaitojeni sekä resurssien puutteen takia. Mielestäni pelin ei tarvitse olla teknisesti monimutkainen ollakseen hauska ja koukuttava, ja halusin kompensoida teknisen yksinkertaisuuden muilla tavoin. Pelien tarkoitus on myös tukea koko Jotain rajaa- konseptia, joten niiden on oltava yhteensopivia tämän kanssa. Tämän takia on myös tarkoituksenmukaista että pelit ovat yksinkertaisia, koska ne eivät esitä konseptin pääosaa, vaan toimivat konseptin tukijana ja osana nettisivuja.

Tämän kirjallisen työn tarkoituksena on toimia tukena käytännön opinnäytetyölleni. Kasuaalipelit ovat nykypäivänä suuressa suosiossa, ja niitä käytetään usein myös mainospeleinä tai sisäänheittopalveluina yrityksille ja tuotteille. Aion oman projektini näkökulmasta tutkia mikä tekee kasuaalipelaamisesta hauskaa? Miten kasuaalipelaaminen eroaa muusta pelaamisesta? Miten luodaan hyvä mainospeli Tv-sarjalle? Aion myös tutkia verkkosovelluksien visuaalista suunnittelua. En aio tässä työssä käsitellä

ohjelmointiasioita. Aion tutkia miten digitaalisiin sisältöihin valitaan värejä, fontteja ja miten käyttöliittymä suunnitellaan. Tarkoitukseni on tutkia muita flash pelejä, miltä ne näyttävät, sekä lukea alan kirjallisuutta. Näiden taustatutkimuksien sekä kohderyhmäanalyysin kautta aion tutkia omaa taiteellista työtäni.

2 KASUAALIPELIT

Kasuaalipeleillä (eng. "casual games") viitataan usein peleihin, joita on helppo pelata ja, jotka ovat mahdollisemman laajan yleisön tavoitettavissa. Ne soveltuvat hyvin lyhytaikaiseen ja satunnaiseen pelaamiseen, eivätkä vaadi ajallista tai rahallista sitoutumista. Pelin säännöt eivät yleensä ole kovin monimutkaisia, ja ne eivät edellytä aiempaa kokemusta pelaamisesta. Pelimekaniikka ja genre voi vaihdella hyvin paljon. Kasuaalipelit, tai ajanvietepelit, pikkupelit ja pulmapelit, ovat hyvin halpoja tai toisinaan ilmaisia, sekä helppoja asentaa. Pelinkehittäjille niiden tuottaminen on myös hyvin edullista. Viime vuosina ne ovat yleistyneet paljon myös pelikonsoleille lanseerattujen lataupalveluiden myötä. Tällaiset pelit voivat matalien tuotantokustannustensa takia myös toimia hyvin niin sanottuina mainospelienä tai sisäänheittopalveluina yrityksen nettisivuilla, houkutellessa täten tehokkaasti pelaamisesta kiinnostuneita ihmisiä palveluiden pariin. (Kultima, A. 2009)

Nykyisin haetaan uusiin kasuaalipeleihin paljon vaikutteita 80- 90- luvun peleistä, vaikka termi "Kasuaalipeli" lanseerattiin vasta 2000- luvulla. On tavallista että otetaan vaikutteita vanhoista klassikkopeleistä, mutta lisätään niihin uusia toiminnallisuksia ja elementtejä. (Eskelinen, Petri. 2009, 13)



Kuva1.Mahjong



Kuva2. Plants vs zombies

2.1 Historia

Tunnetuimpia kasuaalipelejä kautta aikojen ovat Microsoftin Pasiassi ja miinaharava. Nämä ovat suosittuja ajanvietepelejä työpaikoilla ja kotona, mutta niitä pelaavat henkilöt eivät useinkaan miellä itseään varsinaisiksi peliharrastajiksi. Ne ovat ajanvietepelejä jotka eivät vaadi erillistä asennusta, aikaresursseja tai muitakaan ylimääräisiä kustannuksia. Yhtenä pelihistorian merkittävämpänä kasuaalipeliksiintönä voidaan pitää **Alexey Pajitnovin kehittämää Tetris- peliä**, joka valmistui jo vuonna 1985. Pelin suosion takana on sen yksinkertaisuus sekä koukuttava ja haasteellinen pelimekaniikka. Vielä kauemmas pelihistoriaan katsoessa voi todeta että ensimmäiset korttipelit syntyivät jo pian paperin keksimisen jälkeen vuoden 105 paikkeilla. Mahjongin historia on vielä varhaisempaa, siihen aikaan käytettiin pelinappuloita, jotka muotoiltiin luusta ja kivistä. (Kultima, A. 2009)

2.2 Kasuaalipelit mainospeleinä

Kasuaalipelit toimivat hyvin mainospeleinä, sillä ne ovat tehokkaita ja innostavia markkinointikeinoja. Ne auttavat vahvistamaan brändiä ja auttavat antamaan edustavan kuvan tuotteesta. Pelin avulla nettisivut saavat enemmän kävijöitä ja asiakas muistaa tuotteen paremmin. Koukuttava peli saa myös ihmiset palaamaan takaisin palvelun pariin. Mainospeli on kustannustehokas mainonnan väline, joka on aina asiakkaan saavutettavissa. Se on vuorovaikutteinen toisin kuin esimerkiksi Tv- ja lehtimainokset, joissa viestintä on yksisuuntaista. (Happywise Oy 2006-2008)

Mainospelit ovat vuorovaikutteisia, voivat olla yksilöllisiä sekä mieltä aktivoivia. Käyttäjä saa vapaaehtoisesti viettää aikaa brändin parissa, joten se jää myös kokonaisvaltaisemmin käyttäjän mieleen. Mainospelit ovat usein yksinkertaisia, koska ne eivät saa viedä liikaa huomiota itse tuotteelta. Graafisen tyylin pitää olla yhdenmukainen muun brändin visuaalisen tyylin kanssa. (Eskelinen, P. 2009, 20)

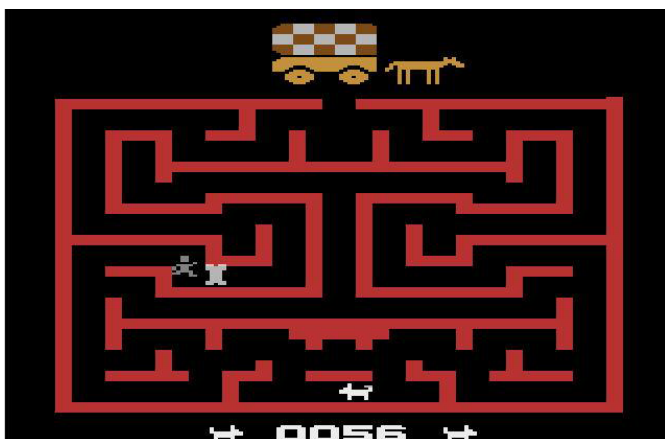
2.3 Mainospelien Historia

Ensimmäiset varsinaiset mainospelit julkaistiin Yhdysvalloissa vuonna 1983. Spectravisoinin tekemä **Chase the Chuck Wagon**-tuotettiin Purina-koiranruokakampanjan yhteydessä. Pelissä piti ohjata koiraa sokkelon läpi ja kerätä polulle ripoteltuja luita, samalla varoen ilkeää rankkuria, johon osuessa peli päättyy. Kun sokkelon oli päässyt läpi, pääsi bonuskenttään jossa kerättiin koiranruokakuppeja lisäpisteitä saadakseen. Pelin sai tilata koiranruokapaketin oston yhteydessä saadun kupongin avulla. (Eskelinen, P. 2009, 20)

Ensimmäinen suomalainen mainospeli, **Painterboy**, julkaistiin vuonna 1986 Commodore 64:lle. Se oli Tikkurilan maalauspele, jossa seikkaili Isä ja poika. He toteuttivat erilaisia maalaustöitä, joita kaupunkilaiset heiltä tilasivat. Pelissä täytyi valita sopiva Tikkurilan maali kyseiseen taloon, ja sitten ajaa talon luokse ohjeiden mukaan. Jos poika valitsi vääränlaisen värin, sai hän isältä nuhteita. Ajomatalla saattoi auto romuttua, tai maalari hutiloida ja maalaata jotain muuta kuin itse taloa, esimerkiksi linnun, koiran, isän tai naapurintytön, jolloin peli päättyy. Painterboy maksoi 67 markkaa kasettiversiona, 69 markkaa diskettinä. Pelin sai tilata postimyyntinä suoraan tekijältä, helsinkiläiseltä Chart Top Designilta. (Eskelinen, P. 2009, 20)



Kuva 3. Painterboy



Kuva 4. Chase the chuck wagon

3 MAINOSPELIKOEILUT

Analysoin tässä kahta mainospeliä, joita olen testannut, United Airlines:in **Linejump hero** ja Coke Zero/Coca cola:n **It's possible**- peliä.

3.1 United Airlines: Linejump hero

United airlinesilla on viisi lentämiseen liittyvää pikkupeliä joista yksi on **Linejump hero**. Siinä matkustajalla on kiire päästä check-in:in läpi turvatarkastukseen ja sieltä lentokoneeseen. Tarkoitus on hypätä jonojen yli niin pitkälle kuin mahdollista. Pelissä liidetään matkalaukun päällä ja lisävauhtia saa painamalla oikeita nuolinäppäimiä. Kun matkustaja pääsee jonon luo, on siellä hyppyri jonka korkeutta voi säätää. Tämän avulla pääsee hyppäämään korkealle ilmaan. Ilmassa on erilaisia kuplia joita keräämällä saa lisävauhtia ja erilaisia ominaisuuksia. Pisteet määräytyvät sen mukaan kuinka pitkälle on pystynyt lentämään.

Pelaaminen on helppoa, ja käyttöliittymä sekä pelimekaniikka ovat sopivan yksinkertaiset. Pelissä on hauskat ja sarjakuvamaiset grafiikat sekä humoristinen idea. Tämä antaa muuten vakavamielisestä yhtiöstä huumorintajuisemman kuvan. Lentäminen ja sen tunne on tehty hauskaksi, ja peli sopii kaikenikäisille ja sekä pojille että tytöille. Siinä on myös sopivasti haastetta ja edistymisen mahdollisuus. Pelaajalla kokee lentämisen positiivisena asiana, mikä omalta osaltaan luo lentoyhtiöstä positiivisen kuvan ilman että logoa tai tuotetta on yritetty väkisin tyrkyttää. Mainospelinä se on mielestäni hyvin onnistunut.

3.2 Coke Zero/Coca cola: It's possible

Coke Zero/Coca cola:n **It's possible**- pelissä on käytävä läpi kolme treffiä kolmen tytön kanssa yhdessä illassa ja samassa rakennuksessa.

Pelaajan täytyy samanaikaisesti hallita kolmea taitopeliä pitääkseen tytöt tyytyväisinä. Nämä pelit ovat niin sanottuja ”ajoituspelejä”, ja samankaltaisia kuin esimerkiksi Guitar hero. Pelit ovat yksinkertaisia, hyvin suunniteltuja ja hauskoja. Peliin on selkeästi käytetty paljon resursseja, siinä on 3D grafiikat ja laadukkaat video intro ja välipätkät. Peli seuraa samaa massiivista Coke Zero kampanjaa, joilla on yritetty luoda mielikuvaa nuorista aikuisista miehistä, jotka haaveilevat vapaudesta, naisista ja hauskanpidosta. Kampanjan ideaa voi pitää yksiulotteisena mutta se on tiettävästi ollut hyvin tehokas. Ihmiset saattavat kokea mainokset ehkä hiukan provosoivina mikä luo tuotteesta hyvin vahvan mielikuvan, oli se sitten negatiivinen tai positiivinen.

Pelin latausajat ovat hyvin pitkät, ja kestää kauan ennenkuin pääsee itse peliin. Videointro oli myös mielestäni liian pitkä. Pelin tyyli ja idea sopii hyvin kyseiseen brändiin, ja on tarkoituksenmukaista käyttää 3d- grafiikkaa ja realistista tyyliä kohderyhmänkin takia. Tutkimukset osoittavat että nuoret miehet suosivat usein realistista grafiikkaa sarjakuvamaisen sijaan. Latausaikoja huomioon ottamatta peli toimii hyvin oman brändinsä tehostajana.

3.3 Yhteenveto

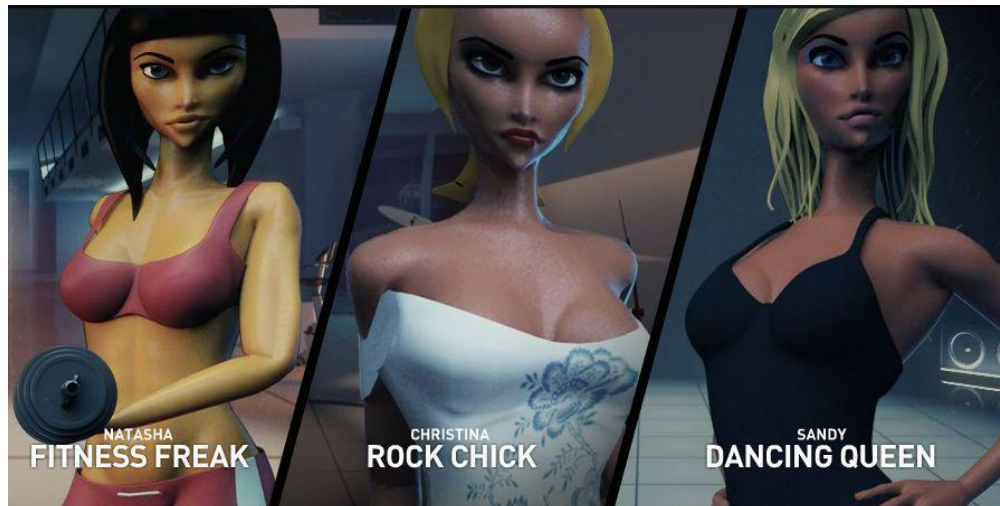
Mainospelin ei tarvitse olla monimutkainen tai sisältää paljon tehosteita tai 3D-grafiikkaa ollakseen mukaansatempaava ja koukuttava. Mutta joskus se on tarkoituksenmukaista yrityksen tai brändin konseptista riippuen. Tosin raskaat grafiikat ja pitkät videopätkät yleensä hidastavat pelaamiseen pääsyä ja turhauttaa pelaajaat. Tämä on siis teknisesti ongelmallista, sillä mainospeli toimii parhaiten kun pelaaja pääsee nopeasti sen pariin. Sen pitää myös olla yksinkertainen, helposti pelattava, omata helpot kontrollit ja yksinkertaiset mutta hauskat grafiikat. On myös tyypillistä että mainospelit ovat lyhyitä, ja niitä pelataan vain rajoitetun ajan ja satunnaisesti. Tärkeää yrityksen tai brändin kannalta on että peli korostaa sen keskeisiä ominaisuuksia. Pelaajalle pitää tulla myönteinen kuva yrityksen tuotteesta tai brändistä pelaamisen jälkeen. On myös hyvä jos pelit voidaan kohdentaa mahdollisen laajalle yleisölle. Pelin

täytyy kuitenkin seurata yrityksen tai brändin konseptia, ja jokainen valinta tehdään sen mukaan. Yrityksen tuotteen pitää aina olla pääasiassa, ei pelin. Testauksessa huomasin että monet mainospelit ovat hyvin laadukkaita, innovatiivisia ja koukuttavia. Hyvä mainospeli on niin viihdyttävä että pelaaja unohtaa sen olevan osana mainoskampanjaa.

Mainospeli eroaa siis tavallisesta kasuaalipelistä siten että mainospelit ovat usein lyhyempiä, ja ne ovat tietyn konseptin eli lakien alaisia, eli niiden tarkoitus on mainostaa tuotetta tai brändiä. Tavallisen pelin suunnittelu on tässä mielessä paljon vapaampaa.



Kuva 5. Linejump hero



Kuva 6. It's possible

4 SELAINKÄYTTÖISTEN SOVELLUSTEN KÄYTTÖLIITTYMÄSUUNNITTELU

Selainkäyttöisten käyttöliittymien suunnittelussa on hyvä noudattaa tiettyjä perusperiaatteita hyvän lopputuloksen saavuttamiseksi. Tätä voi soveltaa myös kasuaalipelien käyttöliittymien suunnittelussa.

Käyttöliittymän suunnittelussa on aina muistettava että muoto seuraa funktiota, eikä päinvastoin. Vaikka kaunis ulkoasu on merkki onnistuneesta käyttöliittymästä, on aina tärkeintä muistaa että tarkoituksen palveleminen on tärkeintä. Käyttöliittymän eri elementtien täytyy olla helposti löydettävissä, loogisessa järjestyksessä ja niiden ulkonäön on paljastettava miten ne toimii. Kaikki mikä ei ole tarpeellista tulee jättää pois, ”yksinkertainen on kaunista”-periaatteella. Tiedot ja eri elementit on sijoitettava loogiseen järjestykseen, ja kaiken turhan tiedon esittämistä on vältettävä. Graafisia elementtejä kannattaa käyttää tekstien sijaan. Verkkomaailmassa on olemassa vakiintuneita symboleja, jotka ovat yleisessä tiedossa, esimerkiksi talo- ikoni, tai nuoli, joten on tehokkaampaa ja tarkoituksenmukaisempaa käyttää näitä symboleja tekstin sijaan. Tiedot käyttöliittymät opitaan jo lapsuudessa, kuten että nappeja painetaan, vipuja väännetään ja katkaisinta käännetään. Liikkuvia tai välkkyviä elementtejä on syytä välttää, ellei niiden käyttö ole hyvin perusteltua (Näsänen, R. 2007, 19). Myös kontrollien sijainnilla on merkitystä. On parempi sijoittaa hiirellä klikattavat objektit reunoihin kuin keskelle. Tämä sen takia että käyttäjä voi liikuttaa hiirtä nopeasti, tietäen että se jossain vaiheessa pysähtyy näytön reunalle. Jos linkki on keskellä joutuu käyttäjä kohdistamaan ja hidastamaan liikettä. Isoihin objekteihin on luonnollisesti helpompi osua kuin pieniin.

Yhtenäisyys on myös tärkeä asia käyttöliittymää suunnitellessa. Samat asiat täytyy pystyä suorittamaan samalla tavalla kaikkialla sovelluksessa, ja elementtien ulkoasun on pysyttävä samana. Käyttäjälle ei saa antaa mahdollisuutta

tehdä virheitä, tai ne on pystyttävä helposti korjaamaan. Tiedon sijoittelun on oltava selkeää ja sivun kokonaiskuva on oltava havaittavissa yhdellä silmäyksellä. (Jouhtimäki, K. 2009, 18)

4.1 Typografia

Verkkotypografian ohjeistuksia voidaan mielestäni soveltaa myös selainkäyttöisten pelien typografian suunnittelussa. Tärkeintä typografiassa on huomioida lukija, eli tekstin on oltava helposti luettavaa. Värejä ja kontrasteja on otettava huomioon, esimerkiksi vaaleanpunainen teksti vaaleansinisellä pohjalla voi näyttää hyvältä t-paidan printissä, mutta ei verkkoselaimelta luettaessa. Hyvä tapa tarkistaa onko tekstin ja taustan välillä tarpeeksi kontrastia on muuttaa kuva harmaansävyiseksi, jolloin se on helposti havaittavissa. Valkoista tekstiä mustalla pohjalla voi olla väsyttävää lukea, ja tyyli soveltuu parhaiten lyhyisiin tekstinpätkiin. On muistettava pitää kirjainkoko tarpeeksi isona, isompana kuin mikä tuntuisi tarpeelliselta. Tekstikoon on oltava vähintään 10-12pt, mieluiten sitä isompia, 16pt on yleisesti käytetty selaimen tekstikoko.

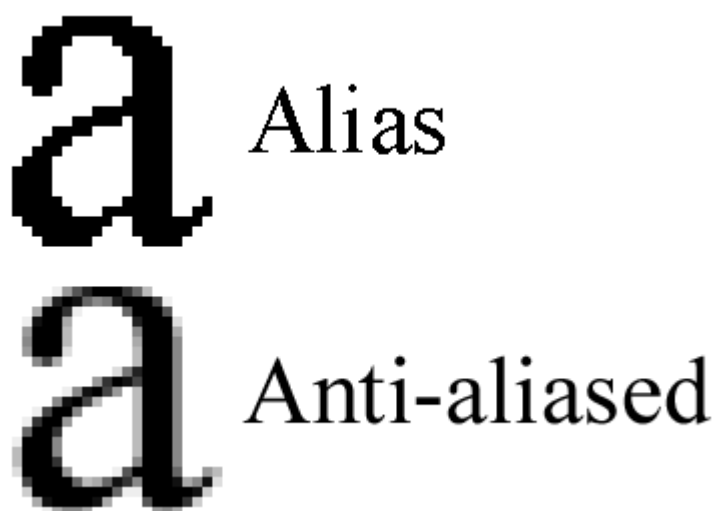
Varioimalla fonttien kokoa tekstissä voidaan luoda eri elementtejä, ja painottaa eri sisältöjä. Tällöin lukija voi kiireessä nopeasti poimia tekstistä hänelle kiinnostavimmat asiat. Erilaisia hierarkioita voidaan myös luoda fonttityyleillä, esimerkiksi käyttämällä suuraakkosia, kursiivia alaotsikoissa ja päätteellisiä sekä päätteettömiä fontteja keskenään. Typografiassa on myös muistettava antaa tekstin hengittää ja huomioida sen väliin jäävää tyhjää tilaa. Rivienvälit on myös muistettava pitää tarpeeksi korkeina, niiden kuuluisi olla vähintään 140% tekstin koosta. Typografisia elementtejä suunniteltaessa on siis muistettava kolme sanaa: **kontrasti – koko – hierarkia, ja tila.**

Parhaitenkaan suunnitellut fontit eivät sovi joka tilanteeseen. Siksi on hyvin tärkeää harkita tarkkaan missä yhteydessä kutakin fonttia käyttää, ja muistaa kunnioittaa tekstin sisältöä. Jotkut fontit eivät yksinkertaisesti sovi verkkoselaimiin ja toiset, kuten Georgia ja Verdana, jotka on suunniteltu

digitaaliseen käyttöön, eivät sovi paperille. Verkkotypografiassa fontin valinta on helpompaa sillä vaihtoehtoja on vähemmän. Tämä asia on tosin pikkuhiljaa muuttumaan päin, sillä uusia verkossa käytettäviä fontteja luodaan kokoajan.

(I love Typography 2008)

Kirjoitettaessa olisi hyvä muistaa pitää anti-aliasing toiminto päällä, se pehmentää kirjainten reunoja ja tekevät näytöltä lukemisen mieluisammaksi. Ylläoleva kirjain ei ole tehty anti-aliasing toiminnolla ja sen reunat ovat kovat ja sahalaitaiset. Sen lukeminen näytöltä on raskaampaa kuin alemman, reunoilta pehmenneen version. (Rotko, J. 2010, 11)



Kuva 7. Anti-aliased

On hyvä muistaa minkätyyppiset ihmiset tulevat lukemaan tekstiä. Historialliset ja koristeelliset fontit eivät välttämättä sovi ala-asteikäisille lapsille, eivätkä sarjakuvamaiset fontit liikemiehille. On myös hyvä olla käyttämättä enemmän kuin korkeintaan kahta fonttia samalla sivulla, jotta yhtenäisyys säilyisi.



Kuva 8. Consider your audience

Verkkotypografiassa tekstin laatua olisi hyvä kokeilla sekä mac:in että pc:n käyttöjärjestelmissä, ja erilaisilla resoluutioilla parhaan tuloksen saavuttamiseksi. Tosiasia kuitenkin on että selaintyyppit vaihtelevat todella paljon, käyttöjärjestelmät muuttuvat ja kehittyvät todella nopeasti ja tietokoneet paranevat. Täten on mahdotonta suunnitella kaikille 100 prosenttisesti yhteensopivia verkkopalveluita. Tärkeintä olisi suunnitella palveluita jotka ovat helppolukuisia ja sopivat mahdollisimman monelle, ja jotka toimivat suurinpiirtein samoin kaikilla laitteilla.

(I love Typography 2008)

Jotain rajaa!- peleissä on aika vähän tekstiä. Sitä on alkuvalikossa pelin ohjeistuksessa, sekä yksittäisissä sanoissa, kuten pelin otsikoissa ja linkeissä sekä palautteessa ja pisteruuduissa. On kuitenkin hyödyllistä tutkia verkon typografian ohjeistuksia pelien grafiikka tehdessään, jotta typografinen laatu olisi paras mahdollinen. Olen lähinnä keskittynyt fonttien eri luonteeseen, koska olen halunnut luoda jokaiseen peliin oman graafisen tyylinsä. Jokaisessa pelissä on oma yhtenäinen fontti- ja värimaailmansa. Olen käyttänyt sarjakuvamaisia fontteja ja värejä jotka soveltuvat parhaiten kohderyhmääni. Leipätekstinä olen käyttänyt Arnold 2.1, joka mielestäni sopii kyseiseen tarkoitukseen. Sitä on helppo lukea lyhyinä tekstinpätkinä ja se on samalla hauskan sarjakuvamaisen näköinen.

5 JOTAIN RAJAA!- SARJAN ESITTELY

Sarjassa on 10 lasta, joista jokainen vuorollaan toimii kyseisen jakson päähahmona. Sarjan tarkoituksena onkin välttää eri henkilöiden leimaantuminen kiusaajaksi tai kiusatuksi, ja herättää yleistä keskustelua koulukiusaamisesta.

Sarjan tapahtumat keskittyvät tavallisen keskikokoisen kaupungin tavalliseen keskikokoiseen kouluun ja sen viidenteen luokkaan. Joka jaksossa käsitellään yksi kiusaamistilanne tai sosiaalisen vallankäytön teema. Sarjan alussa esitetään kyseisen jakson päähenkilöt pelivalikon tapaan. Jakson aikana lasten ajatuksia tuodaan esiin niin sanottujen Avatarien muodossa, jotka ovat piirrosversioita jokaisesta hahmosta. Ne kertovat yksityisiä tunteita ja ajatuksia joita lapsi ei uskalla sanoa ääneen. Kiusaamistilanteet ovat yleensä monimutkaisia, joten lopussa ei ole tarkoitus että tilanteet ratkeaisivat aivan täysin, vaan keskustelua olisi jatkettava esimerkiksi netissä. Kiusatun tilanne on kuitenkin lopussa aina parempi kuin mitä se oli alussa.



Kuva 9. Jotain rajaa! henkilöhahmot

5.1 Sarjan keskeiset henkilöhahmot

Oppilaat

MIRO

Harrastaa piirtämistä. Erityinen osaamisen alue mangasarjakuvassa. Fiksu ja terävä. Ujo kohtaamaan uusia ihmisiä. Haluaa olla rohkeampi ja saada ystäviä.

VEETI

Hyvä urheilussa, pelaa futista ja jääkiekkoa.

Suosittu, fiksu ja monien ihailema.

Käyttää vahvaa asemaansa vahvasti.

JOONA

Hevidiggari.

Vahva matematiikassa. Veetin paras ystävä. Halu: Olla yhtä suosittu kuin Veeti, oppia soittamaan.

JUFE (YUSSUF)

Perhe muuttanut katastrofialueelta Suomeen. Isoveli vastaa paljon koulunkäynnistä, äiti ei osaa ollenkaan Suomea. Rap-jäbä.

RASMUS

Oma bändi ja oma tyyli. Musiikki on Rasmuksen kieli. Oman tien kulkija.

ROSA

Rosaa on aiemmin kiusattu. Harrastaa videokuvausta. Keskierto koulussa. Ujo.

FASU (FATIMA)

Perhe Iranin kurdeja. Harrastaa tanssia ja on hyvä liikunnassa. Isosisko, kaksi pikkusiskoa ja yksi pikkuveli. Haluaisi poptähdeksi Kovaääninen ja suorasuinen.

AINO

Verbaalisesti lahjakas, vähän kaikessa lahjakas. Osallisena teattereissa ja kaikenmoisessa taidetoiminnassa.

ANASTASIA

Hiljainen, vetäytyy usein syrjään. Harrastaa: pianonsoittoa ja diggaa Nightwishä. Venäläis-inkerinsuomalainen perhe.

SUSKI

Aina iloinen, pyrkii olemaan kaikille mukava. Opettajien suosikki, useimmat oppilaatkin pitävät hänestä. On hiukan liiankin tunnollinen, haluaa olla kaikkien ystävä ja hyvä koulussa.

6 PELISUUNNITTELU

Jotain rajaa!- sarjan lapset ovat iältään 11-12 vuotiaita, joten tarkoituksenani on suunnata pelit ensisijaisesti tähän kohderyhmään. Myös aikuiset ja opettajat ovat yksi kohderyhmä. Opettajat voisivat käyttää pelejä esimerkiksi erilaisilla elämänhallinta- kursseilla oppilailleen. Vanhemmat voivat osaltaan houkutella lapsia sivustolle, jolla on positiivinen ja rakentava teema. Koska TV-sarjassa käsitellään koulukiusaamista, oli tarkoituksena että pääteemana olisi toisten auttaminen, ja väkivallattomuus. Alunperin oli tarkoitus tehdä yksi iso opettavainen seikkailupeli, joka käsittelisi kiusaamistilanteita ja niiden ratkomista, mutta lopulta päädyimme tekemään jotain viihteellisempää. Emme halunneet että pelit olisivat ensisijaisesti opettavaisia, vaan että mahdollinen oppiminen tapahtuisi pelaamisen ohessa, mutta ei olisi sen pääasia. Koska nykyään pelaaminen on iso osa lasten arkielämää, ja monelle tapa kuluttaa aikaa, emme halunneet tehdä jotain liian vakavaa. Ajattelimme myös että pelit olisivat hyvä tapa mainostaa Jotain Rajaa!- Tv- sarjaa sekä Pau Norontaus: in piirtämiä Jotain Rajaa!- sarjakuvia.

Sarjassa on 10 lasta, joille jokaiselle tehtäisiin hänen persoonallisuuteen ja kiinnostuksen kohteisiinsa liittyvä peli. Tarkoituksena oli että jokaisella pelillä on oma taustatarinansa, jossa päähahmoa pitää auttaa jollain tavalla. Joissakin peleissä auttaminen on enemmän perusteltua kuin toisissa, mutta teemaa on yritetty jollain tavalla upottaa jokaiseen peliin.

Aluksi mietittiin Valoauringon kanssa, minkälaiset pelit olisivat hauskoja, sopisivat kyseiseen teemaan ja olisivat teknisesti helposti toteutettavissa. Päädyimme toteuttamaan 10 peliä, joista 5 kuuluvat taiteelliseen lopputyöhöni. Kaikki Jotain Rajaa!- pelit ovat klassisia kasuaalipelejä, joista olen halunnut tehdä uudenlaiset versiot kyseiseen konseptiin sopiviksi. Jotain rajaa!- projektiin kuuluu myös Pau Norontaus: in piirtämät sarjakuvat, joten pelien lapsihahmot ovat hänen piirtämiään.

6.1 Kohderyhmäanalyysi

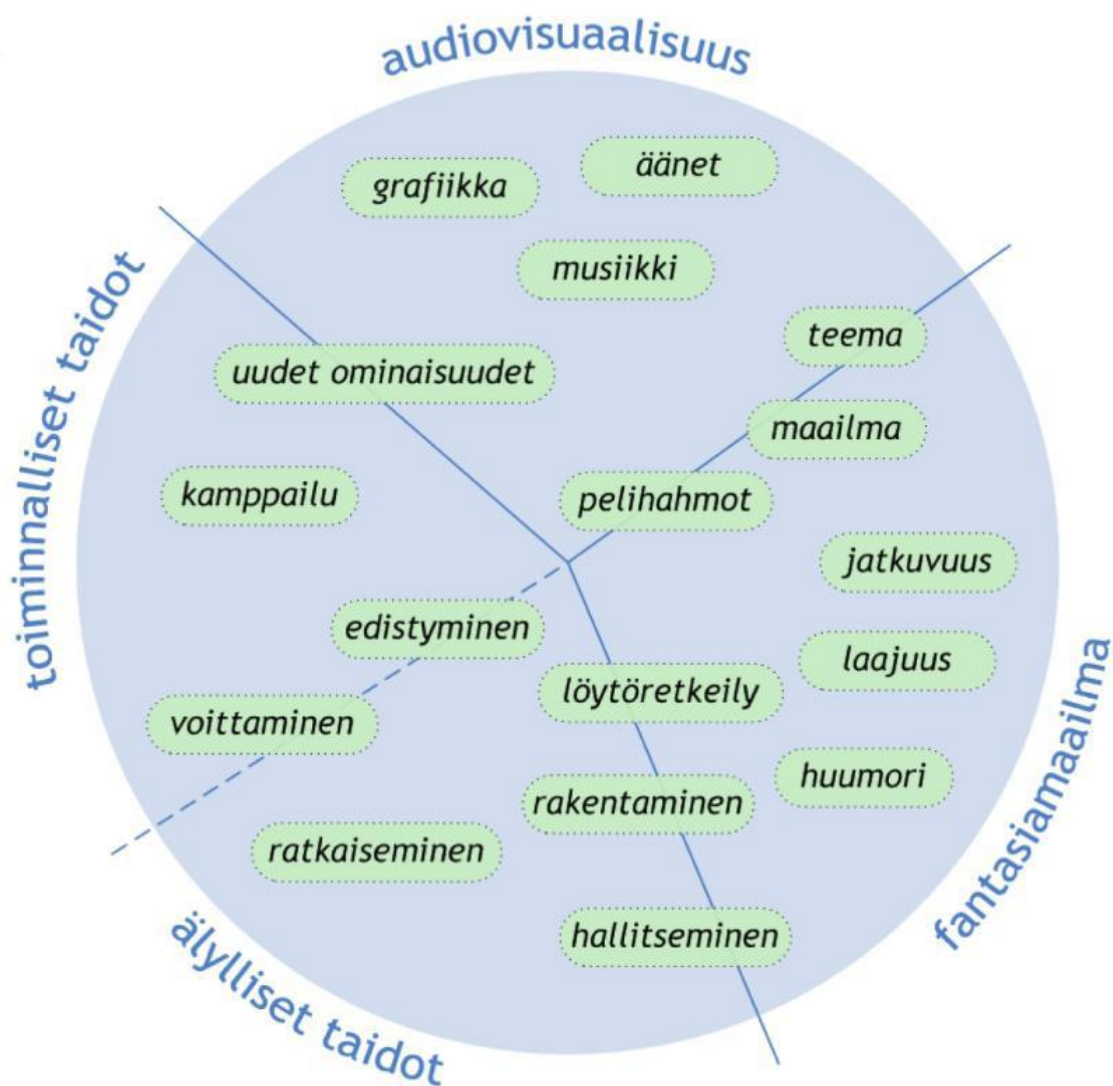
Tutkimuksien mukaan lasten pelaamisen kiinnostavuutta ylläpitävät tekijät ovat muun muassa sopivat haasteet, helpot kontrollit, palaute, edistyminen, sosiaaliset aspektit, immersio, hauskat grafiikat ja huumori. (Ermi & Mäyrä 2004, 78)

Pelien ei lasten mielestä tarvitse olla väkivaltaisia ollakseen hauskoja ja kaikkien näiden osa-alueiden ei tarvitse pelissä täyttyä sen ollakseen viihdyttävä kokemus. (Makkonen, A. 2008, 2)

Lasten keskuudessa ovat suosittuja erilaiset isot pelimaailmat, joihin voi palata takaisin ja tutkia uudelleen. Esimerkiksi Sims- pelit ja muut rakennussimulaatiopelit ovat hyvin suosittuja. Puhtaat ongelmanratkaisupelit eivät olleet yhtä suosittuja, paitsi jos olivat osana isompaa tarinaa.(Ermi & Mäyrä 2004, 79)

Immersio(ts.voimakas eläytyminen median sisältöön) luodaan kun pelimaailma on niin uskottava että pelaaja uppoutuu siihen siinä määrin että tuntuu kuin itse olisi osallisena pelissä. Tätä kutsutaan myös immersioiksi. Immersion luomiseksi tarvitaan uskottava peligrafiikka ja toimiva pelimekaaniikka. Jos kontrollit ovat liian vaikeat, tai peli muuten liian vaikeasti pelattavissa, turhautuu pelaaja nopeasti. Nykyään on tarjolla niin paljon pelejä että harva pelaaja jaksaa kovin

pitkään jumittaa toimimattoman pelin parissa. Myös grafiikalla on suuri merkitys immersion luomisessa, riippumatta siitä, onko se realistista vai sarjakuvamaista grafiikkaa. Tässä asiassa lapset olivat eri mieltä, jotkut suosivat värikästä fantasiamaailmaa, ja jotkut oikeaa elämää kuvastavaa grafiikkaa. Mutta grafiikoiden on oltava laadukkaita ja uskottavat kyseisen konseptin sisäpuolella. Pelaamisessa on hauskaa myös mahdollisuus eläytyä erilaisiin maailmoihin ja paikkoihin, ja tehdä siellä asioita joita oikeassa elämässä ei pysty, tai saa tehdä. Myös huumori oli tärkeä osatekijä peleissä, hassut hahmot ja tapahtumat viihdyttivät pelaajia. (Ermi & Mäyrä 2004, 80)



Kuvio 10. Lasten mainitsemat viihtyvyyden osatekijät tietokonepeleissä.

6.2 Sanaattori

Pelin ideana on että Suskia pitää auttaa lukemaan uhanalaisia eläimiä biologian kokeeseen. Peli on hirsipuu, jossa vastauksina ovat uhanalaiset eläimet. Kun pelaaja vastaa oikein, ilmestyy ruudulle kyseisen eläimen kuva. Ruudulla on myös kuva Suskista, ja kun pelaaja vastaa väärin, muuttuu hänen ilmeensä apeammaksi. Kun pelaaja on vastannut väärin 7 keerta purskahtaa Suski lopulta itkuun, ja peli hävitty. Pelin voittaa kun oikea eläin on arvattu.

Pelaaja valitsee aakkosista yhden kirjaimen hiirellä klikkaamalla. Kun kirjain on valittu, häviää kyseinen kirjain ruudulta. Peli eroaa siinä mielessä muista näkemistäni hirsipuupeleistä, että siinä on taustalla tarina (Suskin auttaminen) ja että vastaukset ovat uhanalaisia eläimiä. Hirsipuupeleissa on yleensä, nimeen viitaten, ukko joka roikkuu hirsipuussa kun on vastattu tarpeeksi monta kertaa väärin. Projektin eettisten arvojen takia halusin hirttämisen sijaan käyttää jotain muuta elementtiä, ja tässä tapauksessa Suskin naamaa ja kasvonilmeitä antaakseen peliin jännitystä ja huumoria. Oikeat vastaukset tulevat esille kuvin ja äänin, joten peli on myös opettavainen. Peliin voisi sisällyttää monta eri aihealuetta, ja sitä voisi hyödyntää vaikka opetuskäyttöön ala-asteella. Olenkin halunnut upottaa jokaiseen peliin oppimismahdollisuuden jos se sopii kyseiseen peliin. Pelin soveltuu lapsille jotka ovat jo oppineet lukemaan ja kirjoittamaan, koska siinä on osattava muodostaa sanoja. Vastaukset voivat myös olla aika pitkiä ja eläinlajit monelle tuntemattomia, joten olettaisin että peli soveltuu parhaiten noin 7-14 vuotiaille. On kuitenkin hauskaa ja opettavaista että eläinlajit ovat harvinaisia ja monelle tuntemattomia. Pojat perinteisesti suosivat toiminnallisempia pelejä, joten uskon hirsipuun olevan enemmän tyttöjen suosiossa.

Pelin käyttöliittymä on hyvin yksinkertainen. Alussa Suski kertoo että hän ei ole ehtinyt lukea bilsan kokeeseen, ja kysyy voisitko auttaa häntä. Pelin pääsee aloittamaan klikkaamalla pelaa- painiketta. Olen valinnut olla ohjeistamatta pelaajaa sen enempää, koska pelityyppi on tuttu monille. Pelissä on vasemmalla yläkulmassa Suskin naama, keskelle ruutua tulevat vastaukset ja

niiden alapuolella ovat kirjaimet joita pitää klikata. Eläimen kuva tulee keskelle vastausviivojen yläpuolelle. Kun peli on hävitty tulee ”pelaa uudestaan”- linkki, jota painamalla voi aloittaa pelin alusta. Pelistä pääsee aina takaisin päävalikkoon painamalla oikeassa yläreunassa olevaa nuolta. Värit olen halunnut pitää maanläheisinä, joten olen käyttänyt paljon murrettua vihreää ja ruskeaa sävyä, ylläpitääkseni metsäisen luontotunnelman. Linkit olen halunnut tehdä värikkäiksi, joka toisi enemmän kontrastia. Suski- hahmo on Pau Norontaus: in piirtämää sarjakuvaa, kuten muissakin peleissä, jotta konsepti pysyisi visuaalisesti yhtenäisenä. Olisin halunnut animoida eläinhahmot liikkumaan, sekä eläinääniä ja muuttuvia taustoja peliin. Ajanpuutteen takia en näitä ehtinyt tekemään. Kyseinen peli on kuitenkin helposti pelattavissa, jokainen voi ymmärtää säännöt ja mekaniikan. Peli on suomenkielinen, joten suomenkielen luku- ja kirjoitustaito on odotettavaa. Uskon että kyseistä peliä pelataan noin korkeintaan puoli tuntia kerralla mutta, sen pariin voi aina palata takaisin, sillä vastausvaihtehtoja on monia. Niitä voi myös laajentaa loputtomasti, jolloin aina on jokin uusi sana arvattavana.



Kuva 11. Sanaattori



Kuva 12. Sanaattorin valikko

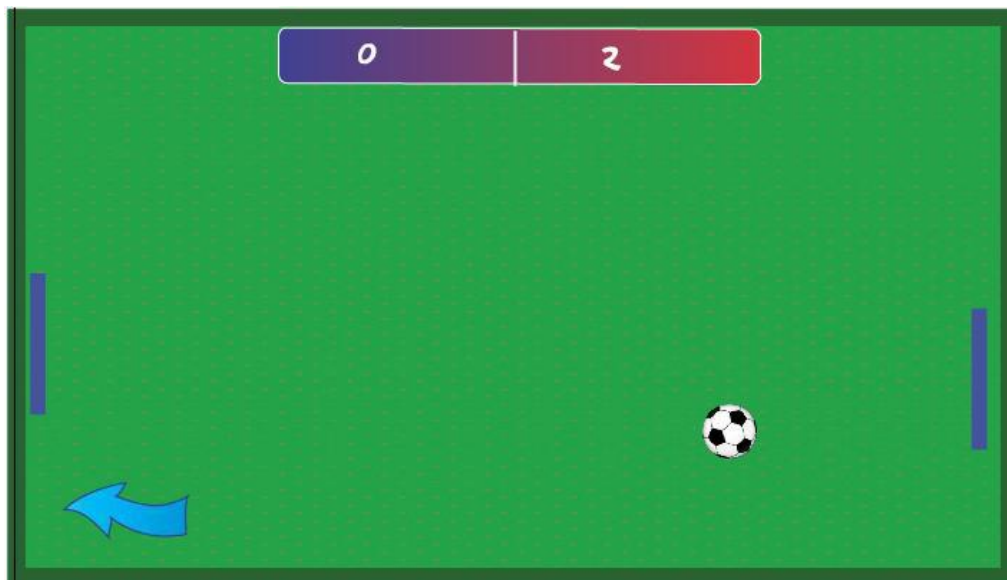
6.3 Vetopeto

Toinen peli on Veeti nimiselle hahmolle tarkoitettu ping pong- peli. Veeti harrastaa jalkapalloa vapaa aikana, joten ajattelin ping pong- pelin sopivan hänelle hyvin. Pelin tarkoituksena on auttaa Veeti voittamaan rinnakkaisluokkalaiset, ja se joka ensimmäisenä saa 20 maalia, voittaa. Pelissä on myös kaksinpelaajan mahdollisuus, jolloin vastapelaaja saa haastaa Veetin. Pelaaja saa Veetiltä lopussa palautteen, jossa hän omalla tyylillään kertoo oletko hävinnyt tai voittanut pelin.

Vetopeto on uusi versio klassisesta ping pong- pelistä, joka keksittiin jo vuonna -72, jolloin siitä tuli iso hitti (wikipedia). Siinä testataan pelaajan nopeutta ja reaktiokykyä. Pallo pomppa kerran seinää pitkin ja pelaajan on mailalla osuttava siihen. Mailaa liikutetaan näppäimillä ylös ja alas. On varottava pallon pääsyä omaan maaliin. Aluksi halusin tehdä jalkapallopelin, jossa on yksi pelaaja, jonka on tehtävä mahdollisimman monta maalia voittaakseen. Maalin edessä olisi maalivahti torjumassa. Päädyin kuitenkin tekemään ping pong pelin, koska ajattelin sen

olevan hausempi ja koukuttavampi, ja ajattelin että sen parissa pelaaja jaksaisi viettää enemmän aikaa. Peliä voi myös pelata kahdestaan kaverin kanssa, ja tämä tuo siihen sosiaalisen aspektin. Olen ajatellut että peli sopii sekä tytöille että pojille ilman ikärajoituksia. Perinteinen ping pong on hyvin minimalistinen, joten halusin tuoda siihen enemmän elementtejä kuin perinteisessä versiossa ja hauskaa värikästä grafiikkaa.

Jokaisella pelaajalla on mahdollisuus voittaa vaikka olisi monta maalia häviöllä, sillä peli päättyy kun 20 maalia on saavutettu. Tällöin on pelaaja joko onnistunut tehtävässään tai ei, mutta peli ei jatku loputtomiin kuten alkuperäinen versio. Uusi maali ei ole näkyvissä pelkästään maalitaulussa, vaan peli ilmoittaa erikseen jokaisesta maalista. Halusin että pelikenttä olisi jalkapallokentän näköinen, ja grafiikka seuraisi muutenkin urheilu- ja jalkapalloteemaa sarjakuvamaisella tyyllillä.



Kuva 13. Vetopeto



Kuva 14. Vetopeton valikko

6.4 Mosh it

Joona pitää heavy- musiikista joten hänen pelinsä on näpytyspeli. Joonaa pitää auttaa pääsemään tunnelmaan rokki konsertissa ja pelaajan on painettava hiiren nappia niin nopeasti kuin pystyy, samalla kun Joona jammailee. Pelissä on aika ja laskuri joka laskee näpytysten lukumäärän. Pelin lopussa saa palautteen siitä kuinka nopea on ollut.

Mosh it:issä testataan sorminäppäryyttä ja koordinaatioita ja sen hauskuus perustuu kilpailuun ja haasteeseen. Pelaajat voivat haastaa muita pelaajia ja he voivat vertailla tuloksia keskenään. Pelissä on myös kehityksen mahdollisuus, joka saa pelaajan haluamaan yrittää uudestaan. Voi myös olla hauska katsella Joonan moshausta, joka on hiukan hullunkurisen näköistä.

Lopussa pelaaja saa palutetta tyyliin: ”sä rokkaat”, tai ”oot luuseri”. Hyvä tulos ja kehitys voi tuoda lapselle onnistumisen tunteita ja kokemuksen siitä että hän on erityinen, koska on esimerkiksi sormistaan näppärä. Uskon tämän pelin

toimivan sekä tytöille että pojille, vaikka luulen sen olevan enemmän poikien suosiossa fyysisen haasteensa ja ”poikamaisten” väriensä takia. Vanhemmat lapset pärjäävät luultavasti paremmin tässä pelissä kuin nuoremmat, joiden koordinaatio ei ole vielä yhtä kehittynyt. Nopeusklikkauspelejä on monenlaisia, sillä tätä helppoa mekaniikka voi soveltaa monenlaisiin ympäristöihin ja monenlaisiin tarkoituksiin. Joonan moshauspelissä halusin käyttää heavy-musiikki tyylisiä fontteja. Värit menevät sinisestä harmaaseen mustaan ja keltaiseen.



Kuva 15. Mosh it:in valikko



Kuva 16. Moshit

6.5 Rokkikukko

Tarinan mukaan Rasmuksen on ehdittävä rokkikeikalle menevään bussiin, eikä hän osaa päättää mitä pukea päällensä. Pelaajalle näytetään eri vaatekokonaisuuksia, jotka hänen on löydettävä ja puettava Rasmuksen ylle mahdollisimman nopeasti. Lopussa saa palautteen onko ehtinyt ajoissa bussiin vai ei.

Pukeutumispelit mielletään yksinomaan tyttöjen peleiksi, koska heitä kiinnostavat yleensä muoti ja pukeutuminen enemmän kuin poikia. Vaikka hahmo on poika, luulen että tämä peli kiinnostaa enemmän tyttöjä iältään noin 2-12 vuotta. Lisähaaste aikaraja ja vaateyhdistelmien löytäminen saattaa houkutella myös tiettyjä poikia ja vanhempia tyttöjä pelaamaan.

Pukeutumispelit ovat hyviä lasten kehityksen kannalta, koska ne on sanottu kehittävän mielikuvitusta, oppimista ja kannustavan itseilmaisuun(wikipedia). Mielikuvituksen kehittäminen on hyvin tärkeä asia lapsen kehityksen kannalta ja

pukeutumispeleissä lapsi saa harjoitella väriyhdistelmiä ja sommitteluja. Valitut vaatekokonaisuudet voivat kertoa jotain pelaajan persoonasta tai siitä millainen hän haluaisi olla aikuisena. Pukeutumispelit ovat myös tietynlaisia roolipelejä, jossa saa tavallaan esiintyä jonakuna toisena.

Pukeutumispelejä ja niille varattuja nettisivuja on nykyään lukuisia. Joillakin sivuilla tytöt voivat myös chattailla keskenään ja saada uusia ystäviä samalla kun he tuunailevat virtuaalinukkejaan. Hahmot voivat olla mitä tahansa, kuten keijuja tai merenneitoja, tai oikeita julkisuuden henkilöitä kuten Justin Bieber tai Johnny Depp. Erityylisiä nukkeja on paljon, kuten goottityttöjä, punktyttöjä, hippejä, hiphoppareita ja klassisia, joten jokainen löytää kyllä itselleen oman tyyლისensä nukan.

Rokkikukossa pelaaminen toimii, kuten monessa muussakin pukeutumispelissä, hiirellä vetämällä. Vaatteet loksahdavat automaattisesti paikoilleen kun ne ovat tarpeeksi lähellä kohdetta. Rasmuksen yläpuolelle ilmestyy ajatuskupla joka näyttää hänen ajattelevan tiettyä vaateyhdistelmää, ja pelaajan on nopeasti löydettävä ja puettava kyseiset vaatteet Rasmuksen ylle. Kokonaisuus sisältää hatun, paidan, housut ja kengät. Kun pelaaja on onnistunut löytämään tarpeeksi monta yhdistelmää aikarajan sisällä, on peli voitettu. Jos aika loppuu kesken, peli päättyy ja pelaaja voi aloittaa alusta.



Kuva 17. Rokkikukon valikko



Kuva 18. Rokkikukko

6.6 MOP – Master of piano

Viides peli on Anastasialle, joka soittaa pianoa. Alussa hän kertoo että häntä pitäisi auttaa harjoittelemaan pianonsoittoa koulumusikaalia varten. Peli alkaa melodialla, joka pitää toistaa soittamalla samoja koskettimia samaan järjestykseen. Melodiat nopeutuvat ja vaikenevat pelin edetessä.

Pelissä haastetaan pelaajan muistia ja reaktiokykyä. Ruudun keskellä on piano jossa ovat eriväriset pianonkoskettimet. Oikeassa yläkulmassa on laskuri joka kertoo koska seuraava melodia alkaa, joten pelaaja ehtii valmistautua tulevaan tehtäväänsä. Koskettimet muuttavat väriä kyseisen soinnun soidessa, ja ne on

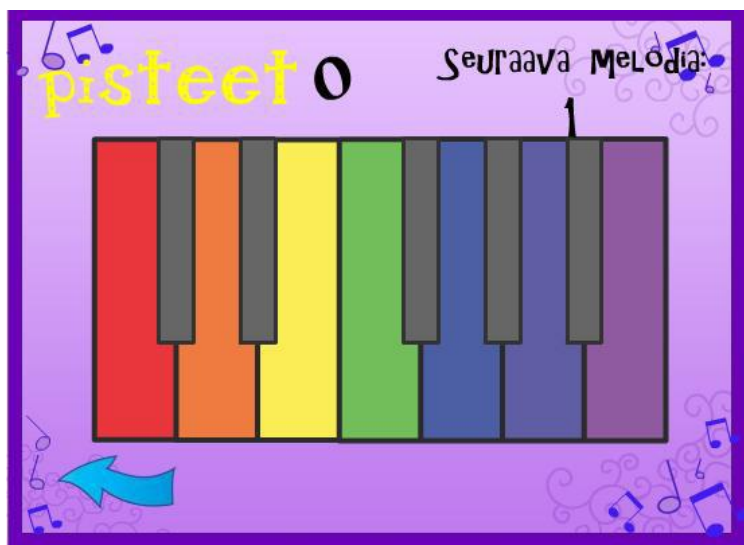
tehty helposti havaittaviksi ja toistettaviksi hiirellä klikkaamalla. Halusin tehdä koskettimista kirkkaan väriset jotta ne erottuisivat hyvin ja tekisi pelaamisesta mieluuisampaa.

MOP on hyvin haastava koska melodiat nopeutuvat ja monimutkaistuvat nopeasti. Kun pelaaja soittaa oikein, hän saa yhden pisteen. Melodioiden toistamisessa ei ole aikarajaa, joten niitä voi toistaa omassa tahdissa. MOP voi kehittää pelaajan muistia ja reaktiokykyä, ja pelaaminen helpottuu sen mukaan kun melodiat tulevat tutummiksi. Tämä peli vetoaa luultavasti tyttöihin jotka pitävät musiikista ja muistipeleistä.

Alunperin ajattelin että koskettimet olisivat esimerkiksi erivärisiä isoja ympyröitä, ja että niitä olisi noin neljä kappaletta, ja että ne toistaisivat esimerkiksi eläinten ääniä. Päädyin kuitenkin nykyiseen lopputulokseen, koska se sopi paremmin pianonsoitto- ja koulumusikaaliteemaan. Haasteellisempi peli houkuttaa myös paremmin vanhempia pelaajia, ja luulen että alkuperäinen suunnitelma olisi liian lapsellinen kyseisellä kohderyhmällä. Halusin tehdä grafiikat hauskoiksi ja värikkäiksi, mutta pitää koskettimet yksinkertaisina.



Kuva 19. Mop valikko



Kuva 20. Mop

7 YHTEENVETO

Peleissä pitää olla sopivasti haastetta ja niitä antavat muun muassa aikarajat, nopeutuva tahti, toinen pelaaja, ongelmanratkaisu ja koordinaatio.

Olen halunnut kehittää Jotain rajaa!- pelejä näiden tutkittujen osa-alueiden kautta. Kontrollit ovat todella helpot, ne on helppo oppia ja käyttöliittymä on yksinkertainen, joten pelin sisälle pääsee heti. Tässä projektissa ei luonnollisesti ollut kyse ison pelimaailman kehittämisestä, vaan pelien tarkoitus on vahvistaa Jotain rajaa!- konseptia ja saada lapset viihtymään Jotain rajaa!- sivustolla kauemmin hauskan tekemisen kautta, ja toivon mukaan palaamaan takaisin.

Jokaisessa pelissä annetaan palaute siitä miten pelaaja on pärjännyt ja mahdollisuus edistymiseen ja voittamiseen on myös olemassa. Tämä tuo toivon mukaan onnistumisen tunteen joka vuorostaan tuo pelaajalle mielihyvää, mikä on tärkeää pelin viihdyttävyyden kannalta. Peleillä voi olla myös eheyttävä vaikutus lapsiin jotka ehkä oikeassa elämässä eivät pysty kokemaan onnistumisen tunteita. Sosiaaliset aspektit ovat läsnä kun pelaajat voivat pelata toisiaan vastaan ja vertailla tuloksia keskenään. Yhdessä pelaaminen ja peleistä keskusteleminen tuo lapsille yhteenkuuluvuuden tunnetta.

Jotain rajaa!- peleissä olen halunnut myös tuoda esille huumorin yhtenä osatekijänä. Hassut hahmot ja värikäs, sarjakuvamainen grafiikka sopii hyvin lasten peleihin ja kyseiseen teemaan. Halusin kuitenkin että pelit eivät tuntuisi liian lapsellisilta, ja että ne sisältäisivät tietynlaista särmää joka toimisi varhaisteinienkin keskuudessa. Pelien kohderyhmä on kuitenkin hiukan häilyvä, koska uskon niiden soveltuvan nuoremmille pelaajille kuin oli tarkoitus.

Jotain rajaa!- pelit ovat kasuaalipelejä, joiden luonne on sellainen että niitä pelataan satunnaisesti lyhyitä aikoja. Päämääräni ei siis ole pidempiaikaisessa pelaamisessa, vaan siinä että pelit olisivat hauskoja, jokainen lapsi voisi löytää itselleen sopivan pelin ja viihtyisi sen parissa edes hetken. Siksi olen valinnut

tehdä viisi peliä, jotka olisivat kaikki erilaisia, eri ominaisuuksineen. Halusin houkutella eri kiinnostuksen kohteita omaavia lapsia pelien pariin.

Haasteena oli suunnitella ja toteuttaa kaikki nämä pelit samaan aikaan, aikatauluttaa ja koordinoida projekti. Aluksi tein pelimoottorit valmiiksi, ja sen jälkeen suunnittelin pelin sisäiset grafiikat ja käyttöliittymän. Viimeiseksi tein pelin alku- ja loppuvalikot. Haasteena oli myös kehittää yhtenäiset grafiikat koska tein ne eri aikoihin. Ongelmana oli myös ajan loppuminen ja se että pelejä ei oltu suunniteltu tarpeeksi huolellisesti ennen toteuttamista.

Opin että pelejä tehdessä tulee uusia ideoita ja alkuperäiset ideat voivat muuttua. Alusta pitäen on kuitenkin hyvä tehdä itselleen selväksi perusasiat, Mitä? Miksi? Kenelle? Miten? Näitä asioita emme käyneet tarpeeksi huolellisesti läpi suunnitteluvaiheessa, jonka vuoksi tekeminen oli ajoittain haasteellista ja jouduin välillä harhateille. Opin myös että mainospeljä tehdessä on tunnettava konsepti ja oltava sille uskollinen. Mainospelit eroavat tavallisesta kasuaalipelistä vain kestoaltaan ja konseptiltaan. Viihteen laadun osatekijät ovat muuten samat.

Mielestäni projektilla on hyvä ja todella ajankohtainen teema. Työryhmäni oli myös kokoajan hyvin tyytyväinen työhöni sekä lopputulokseen. Oli mielenkiintoista tehdä klassikkopelejä ja suunnitella niille uusia ominaisuuksia ja grafiikoita, ja tehdä ne Jotain rajaa!- konseptiin sopiviksi. Ongelmana oli kommunikaation puutos työryhmäni kanssa, jonka kanssa oli vähän tapaamisia ,mutta paljon yksin puurtamista. Minusta onnistuin tekemään hauskoja ja viihdyttäviä pelejä kaikesta huolimatta. Ne ovat kaikki erilaisia ja ne sopivat monelle erityyppisille ihmisille. Siinä on pelejä jotka soveltuvat sekä tytöille että pojille, jotkut sisältävät enemmän fyysistä haastetta ja jotkut pulmanratkaisua. Pelit antavat koko konseptille uuden ulottuvuuden ja tekevät siitä rikkaamman ja kiinnostavamman. Niissä ei yritetä suoraan mainostaa mitään, vaan tarkoitus olisi viihdyttää hyväntahtoisessa ja eettisessä hengessä

LÄHTEET

ELEKTRONISET AINEISTOT:

Ermi, L.; Heliö, S. & Mäyrä, F. 2004. Pelien voima ja pelaamisen hallinta: Lapset ja nuoret pelikulttuurien toimijoina. Tampere: Tampereen Yliopisto.

Eskelinen, P. 2009. Mainospelit ja mainokset peleissä. Tutkintotyö. Viestinnän koulutusohjelma. Tampere: Tampereen ammattikorkeakoulu.

Isotalo, M.; Syrjä, J. 2008. Kasuaalit arkipelit: Uuden pelityypin nousu vai vanhan uudelleenbrändäys. Opinnäytetyö. Viestinnän koulutusohjelma. Tampere: Tampereen ammattikorkeakoulu.

Jouhtimäki, K. 2009. Selainkäyttöisten sovellusten käyttöliittymäsuunnittelu ja käytettävyys. Opinnäytetyö. Viestinnän koulutusohjelma. Tampere: Tampereen ammattikorkeakoulu

Makkonen, A. 2008. Viihteen laatu nykytietokonepeleissä. Pro gradu -tutkielma. Informaatioteknologian laitos. Turku: Turun yliopisto.

Näsänen, R. 2007. Visuaalisen käytettävyyden opas. Helsinki: Työterveyslaitos.

Rotko, J. 2010. Typografia verkossa: mitä verkkoprojekteissa tulisi tietää typografiasta. Opinnäytetyö. Viestinnän koulutusohjelma. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.

NETTISIVUT:

Kultima, A. 2009. Ongelmanratkaisua ja ajanvietettä: kasuaalipelien ja -pelaamisen piirteitä. Viitattu 11.04.2011 <http://pelitieto.net/ongelmanratkaisua-ja-ajanvietetta/>.

Happywise Oy 2006-2008. Herätä asiakkaasi kiinnostus pelin avulla. Viitattu 15.04.2011

<http://www.happywise.com/fi/games/advergames>.

I love Typography 2008. A guide to Web typography. Viitattu 17.04.2011

<http://ilovetypography.com/2008/02/28/a-guide-to-web-typography/>.

I love Typography 2008. On choosing type. Viitattu 17.04.2011

<http://ilovetypography.com/2008/04/04/on-choosing-type/>

MAINOSPELIKOEILUT:

Advergames.com. Viitattu 15.04.2011 <http://advergames.com/>.

KUVAT

Kuva 1. Mahjong. Viitattu 17.04.2011 <http://pc-games4free.com/Mahjong-Games/Luxor-Mahjong.html>

Kuva 2. Plants vs. Zombies.

Viitattu 17.04.201 http://game-space.net/en/review/plants_vs_zombies/review.html

Kuva 3. Painterboy.

Viitattu 17.04.2011

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/fi/6/68/Tikkurilan_Painterboy-mainospeli.gif

Kuva 4. Chase the chuck wagon.

Viitattu 17.04.2011 <http://www.armagideon-time.com/?m=200908>

Kuva 5. Linejump hero.

Viitattu 18.04.2011 <http://www.iphonelife.com/blog/97/news-tidbits>

Kuva 6. It's possible.

Viitattu 18.04.201 <http://digital-marketeer.com/2009/06/28/coke-zero-the-impossible-made-possible/>

Kuva 7. Anti- aliased.

Viitattu 19.04.2011 http://www.snowbound.com/tech_tips/m_alias.html

Kuva 8. Consider your audience.

Viitattu 19.04.2011 <http://ilovetypography.com/2008/04/04/on-choosing-type/>

Kuva 9. Jotain rajaa! henkilöhahmot

Viitattu 15.04.2011 <http://www.valoaurinko.net/sivu2.html>

Kuvio10. Lasten mainitsevat viihtyvyyden osatekijät tietokonepeleissä.

Ermi, L.; Heliö, S. & Mäyrä, F. 2004. Pelien voima ja pelaamisen hallinta: Lapset ja nuoret pelikulttuurien toimijoina. Tampere: Tampereen Yliopisto.

Kuva 11. Sanaattori

Kuva 12. Sanaattorin valikko

Kuva 13. Vetopeto

Kuva 14. Vetopeton valikko

Kuva 15. Mosh it:in valikko

Kuva 16. Mosh it

Kuva 17. Rokkikukon valikko

Kuva 18. Rokkikukko

Kuva 19. Mop valikko

Kuva 20. Mop

