

Artikkeli



VERTAISARVIOITU
KOLLEGIALT GRANSKAD
PEER-REVIEWED
www.tsv.fi/tunnus

Demoryhmästä pörssiyhtiöksi

Remedyn menestystarinan kehystys sanoma- ja pelilehdistössä 1997–2019

Artikkeli tarkastelee Remedyn pelijulkaisujen käsittelyä sanoma- ja pelilehdissä vuosina 1997–2019. Analyysin kohteena ovat yhtiön *Death Rally*, *Max Payne*, *Alan Wake*, *Quantum Break* ja *Control* -pelit. Käymme läpi, miten lehtikirjoittelussa käytetyillä mediakehyksillä on rakennettu Remedyn menestystarinaa osana suomalaisen peliteollisuuden kehitystä. Kiinnitämme huomiota näiden rakenteiden kulttuuriseen jatkumoon eli siihen, miten kyseiset mediakehykset ovat muuttuneet kolmen vuosikymmenen aikana. Tarkastelemme myös, miten pelijournalismi määrittelee menestyksen, miten Remedyn yrityskuva on kehittynyt vuosien saatossa ja miten peliteollisuutta verrataan muihin kulttuuriteollisuuden aloihin.

AVAINSANAT: Remedy, peliteollisuus, pelijournalismi, kehysanalyysi

Suomalainen tietokone-, konsoli- ja mobiilipeliteollisuus – josta jatkossa käytämme nimitystä digipeliteollisuus – kasvoi miljardiluokan bisnekseksi 2000-luvun lopussa. Liikevaihdon kasvu nosti alaa kohtaan kohtuuttomia odotuksia ja sitä kutsuttiin jopa uudeksi Nokiaksi (Lappalainen 2015). Tämän retoriikan avulla peliala sidottiin osaksi pidempää informaatioteollista jatkumoa. Ensi askeliana digipeliteollisuus otti Suomessa jo 1980-luvun puolivälissä, mutta kaatui tuolloin kotimaisten pelimarkkinoiden pienuuteen, resurssien puutteeseen sekä ohjelmistopiratismiin (Pasanen ja Suominen 2018).

Kotimaisen kaupallisen pelituotannon varsinainen ensimmäinen aalto käynnistyi 1990-luvun puolivälissä. Vuonna 1995 perustettu espoolainen Remedy Entertainment Oyj oli yksi tämän aikakauden yrityksistä. Verrattuna 1980-luvun yksilölähtöiseen harrastuspohjaiseen toimintaan pelinkehitys oli muuttunut taloudellisia resursseja ja erityisosaamista vaativaksi ryhmätyöskentelyksi. Kotimaisen peliteollisuuden kehitys ei ole suinkaan ollut katkeamatonta voittokulkua. Internet-kuplan puhkeaminen 2000-luvun alussa ajoi alan investointilamaan, joka lähes pysäytti suomalaisen pelinkehityksen. Lama lisäsi toimialan mobiilisuuntauuneisuutta, kun yhä useampi yritys alkoi tehdä tuotteitaan kännyköillä ja myöhemmin älypuhelimilla pelattaviksi. Vuosikymmenen puolivälissä peliteollisuus lähti jälleen nou-

suun. Yksi merkittävin tekijä uuden kasvun takana oli digitaalisen jakelun tuoma mullistus (Hiltunen ja Latva 2013, 14–22). Niin kutsutun hyperkasvun aikana (2013–2016) kotimaisen peliteollisuuden liikevaihto nousi 800 miljoonasta eurosta 2,5 miljardiin euroon.¹

Digitaalista pelaamista koskeva tieteellinen tutkimus lisääntyi ja monipuolistui 2000-luvun vaihteesta eteenpäin, kun pelien kulttuurinen merkitys sekä niiden saama julkinen huomio kasvoivat. Pelien ohella myös pelijournalismista – tai laajemmin pelejä koskevasta uutisoinnista ja lehtikirjoittelusta – kiinnostuttiin tutkimuskohteena. Tämä mielenkiinto on kohdistunut ennen kaikkea tietokone- ja pelilehtiin sekä erilaisiin verkkojulkaisuihin. Tutkimuksen kohteena ovat olleet esimerkiksi peliarvostelut, yhtäältä taidekriittikin ja toisaalta teknisen tuotearvioinnin kontekstissa (Zagal, Ladd ja Johnson 2009; Suominen 2011; Kirkpatrick 2017). Toinen, jopa tyypillisempi tutkimustapa, on ollut käyttää pelilehtiä lähteinä tutkittaessa erilaisia peleihin ja pelaajiin liittyviä representaatioita (ks. esim. Fisher 2015), mutta tällöin pelijournalistiset käytänteet eivät ole yleensä olleet tutkimuksen keskiössä. Lisäksi pelilehtiä on käytetty pelien ja pelikulttuurin historiaan liittyvissä tutkimuksissa lähteinä, koska ne muodostavat pitkiä aikasarjoja ja niillä on ollut suuri merkitys pelikulttuurien muovaamisessa etenkin 1980–1990-luvuilla. Näiden tutkimuksien fokus ei kuitenkaan ole ollut usein pelijournalismissa itsessään (ks. esim. Saarikoski 2004; Kirkpatrick 2012).

Pelijournalismin muodonmuutokset on mahdollista jakaa kotimaisessa kontekstissa useaan, osittain päällekkäiseen kehitysvaiheeseen. Niin sanotussa ensimmäisessä aallossa 1970-luvun lopulta 1980-luvun lopulle pelejä koskeva kirjoittelu tapahtui pääasiassa tietokoneharrastajille suunnatuissa aikakauslehdissä, joista levikiltään suurin oli vuonna 1984 perustettu *MikroBitti*. Pelijournalismin toinen aalto lähti liikkeelle pelaamiseen keskittyneiden erikoisjulkaisujen perustamisen myötä 1990-luvun alussa. Näistä merkittävin oli *Pelit*-lehti (1992). Myös television kaupallisille kanaville ilmestyi pelaamista käsitteleviä makasiiniohjelmiä. Kolmannessa aallossa 1990-luvun lopulta eteenpäin valtamedian kiinnostus pelejä kohtaan lisääntyi. Niistä oli uutisoitu jo ennen tätä esimerkiksi yksittäisten kohujen yhteydessä, mutta digitaalisen pelaamisen yleistymisen toi pelejä koskevaa kirjoittelu erityisesti sanomalehtien viikkoliitteisiin, jotka oli suunnattu nuorelle lukijakunnalle. Samoihin aikoihin pelejä ja peliteollisuutta alettiin käsitellä myös lehtien muilla osastoilla, kuten taloussivuilla, mutta tämä uutisointi yleistyi vasta seuraavan vuosikymmenen kuluessa. 2000-luvun neljännessä aallossa pelijournalismi siirtyi entistä voimakkaammin internetiin. Vakiintuneilla pelilehdillä on edelleen oma roolinsa, mutta niiden merkitys on vähentynyt. Tämä on näkynyt erityisesti lehtien levikkien laskuna. Verkkopelilehtien lisäksi pelejä koskevan aineiston takana ovat yksittäiset sisällöntuottajat, jotka jakavat materiaaliaan erilaisten video- ja suoratoistopalvelujen kautta. Sanomalehdissä aihepiirin käsittely on puolestaan integroitunut yhä enemmän osaksi muuta uutisointia ja raportointia.

Sanomalehtien pelijournalismia on tutkittu hyvin vähän verrattuna alan erikoislehtiin. Yhtäältä sanomalehtikirjoittelua on pidetty merkitykseltään vähäisempänä ja toisaalta siinä itse pelit eivät ole olleet keskiössä, vaan ne ovat asettuneet talous-, teknologia- ja kulttuurijournalismin viitekehukseen. Tavoilla, joilla pelejä käsitellään, on yhtymäkohtia myös urheilujournalismiin, sillä molemmissa aihealueen glorifointi hämärtää ajoittain kohteen objektiivista käsittelyä (ks. Laine ja Turtiainen 2018, 283). Edellä mainittujen journalismin osa-alueiden tutkimuksessa peliteemoja ei ole kuitenkaan juuri huomioitu, vaikka niiden välillä on selkeitä sidoksia. Pelijournalismin arvoa on yleisellä tasolla kritisoitu, sillä eten-

kin erikoislehdistön pelijournalismia on pidetty lähinnä peliteollisuuden ja jälleenmyyjien äänitorvena (ks. esim. Nieborg ja Sihvonen 2009). Niin sanotun GamerGate kohun (2014) jälkeen – kohussa yhdistyivät pelijournalismin kritiikki, verkkohäirintä sekä identiteettipolitiikka – pelijournalismi on pyrkinyt kytkeytymään perinteisen journalismin konventioihin jättääkseen taakseen edellä mainitun mielikuvan (Perreault ja Vos 2020, 562–563).

Tässä artikkelissa perehdymme suomalaisen pelijournalismin ennen kaikkea sanoma-lehtikirjoittelun kautta. Koska aihepiiri on varsin laaja, rajaamme analyysimme tapausesimerkkiin, Remedyn pelijulkaisujen käsittelyyn *Helsingin Sanomissa*, *Ilta-Sanomissa*, *Taloussanomissa*, *M-Brain* -palvelussa sekä *Pelit*-lehdessä vuosina 1997–2019. Tarkastelun kohteena ovat yhtiön *Death Rally* (Apogee/3D Realms 1996), *Max Payne* (Gathering of Developers 2001), *Alan Wake* (Microsoft Game Studios 2010), *Quantum Break* (Microsoft Studios 2016) sekä *Control* (505 Games 2019) -pelit. Perusteena rajaukselle toimii Remedyn asema suomalaisen pelinkehityksen yhtenä pitkäaikaisimpana lippulaivana: yhtiön projektit ovat tuoneet alalle runsaasti kansainvälistä uskottavuutta sekä julkista huomiota. Remedy kuuluu myös yhä harvenemaan joukkoon itsenäisiä AAA-pelistudioita.² Tarkastelemme erityisesti sitä, miten lehtikirjoittelussa käytetyt mediakehykset ovat rakentaneet Remedyn menestystarinaa osana suomalaisen peliteollisuuden kehitystä. Kiinnitämme huomiota myös näiden rakenteiden kulttuuriseen jatkumoon eli siihen, miten kyseiset kehykset ovat muuttuneet kolmen vuosikymmenen aikana.

Artikkelin lähestymistapa on kehysanalyttinen ja sen tutkimuskysymykset ovat seuraavat: miten lehtikirjoittelussa käytetyt mediakehykset ovat rakentuneet ja muuttuneet, miten pelijournalismi määrittelee menestyksen, miten Remedyn yrityskuva on kehittynyt vuosien saatossa sekä miten peliteollisuutta verrataan muihin kulttuuriteollisuuden aloihin?

Tutkimuksemme jakautuu johdannon jälkeen osiin, joissa tarkastelemme artikkelin teoreettista viitekehystä, tutkimusaineistoa sekä menetelmiä. Varsinainen analyysiosio on jaettu kuuteen alakappaleeseen, joissa paneudumme yksityiskohtaisesti eri mediakehysten rajauksiin ja ominaispiirteisiin.

Mediahistoriallinen kehysanalyysi teoreettisena viitekehysenä

Suomalaisen digipeliteollisuuden synty ja kasvu voidaan määritellä menestystarinaksi. Tämä ajatus nousee esiin erityisesti silloin, kun sen kehityskaarta kuvataan liiketoiminnan näkökulmasta. Tätä menestystarinaa on rakennettu alaan liittyvällä myönteisellä lehtikirjoittelulla, joka on tihentynyt tiettyjen pelijulkaisujen, yritysten ja henkilöiden ympärille. Tutkijan on suhtauduttava tarinoiniin kriittisesti. Teknologiahistorioitsija David E. Nye (1997, 6) on todennut, että tapahtumakulkujen esitysten eli narratiivien avulla teknologille toiminnalle annetaan järkipäristävä selitys. Tutkija ei voi kuitenkaan vain luoda jonkinlaista yhtä vallitsevaa narratiivia käyttämällä erilaisia tarinoita lähteinään, vaan hänen on annettava tilaa moniäänisyydelle, uudelleentulkinnolle sekä pystyttävä analysoimaan tarinoita ja niiden osien roolia myös teknologian sosiaalisessa rakentumisessa. Tässä artikkelissa emme käytä narratiivia analyttisenä käsitteenä, mutta tarkastelemme tutkimuskohdettamme, Remedyn menestystarinan rakentamista, Nyen teknologiahistorian kontekstissa. Nye (1997, 75–91) itse on analysoinut esimerkiksi yhdysvaltalaisia energianarratiiveja historianfilosofi

Hayden Whiten metahistoriallisen mallin pohjalta. Nyen luokittelemista energianarratiiveista suomalaista digipeliteollisuutta koskeva lehtikirjoittelu asettuu vahvimmin kategoriaan, jota hän kutsuu inhimillisen nerouden narratiiviksi. Siinä sankarilliset keksijät luovat yltäkyläisyyttä vähäisistä lähtökohdista. Narratiivisen analyysin sijaan lähestymme tutkimuskohdettamme tekemällä laadullista aineistoanalyysiä ja hyödyntämällä kehysanalyysin työkaluja. Tutkimuksemme keskeistä on ajallisen muutoksen, jatkuvuuksien sekä kontekstien tarkastelu (vrt. Dooley 2015).

Ajallisuudet ja asiayhteydet näkyvät siinä, miten Remedyn menestys suomalaisen peliteollisuuden kehityksessä rakentuu uutisoinnin ja lehtikirjoittelun kautta. Peliteollisuus on hittivetoinen toimiala ja sen menestystä mitataan pääsääntöisesti taloudellisilla mittareilla, kuten myyntiluvuilla, tuotolla ja markkinoiden laajenemisella sekä alan palkinnoilla, joita saavat myynti- ja arvostelumenestykset. Menestys muodostuu toki myös muista osatekijöistä, mutta kaiken kaikkiaan hittivetoisuuden tarinallisuus näkyy siitä, miten artikkeleissa uusien tuotteiden myyntilukuja verrataan kilpailijoiden vastaaviin, miten tulevalle spekuloidaan tai miten alan kehitystä läpikäytäessä palataan aiempiin saavutuksiin. Tarinallisuus tulee selvästi esiin myös kuvattaessa Remedyn kasvua yrityksenä. Lisäksi aiheeseen kuuluvat ajoittaiset vastoinkäymiset, jotka menestystarinoille tyypilliseen tapaan käännetään voitoiksi.

Kehys on kulttuurinen merkitysrakenne ja kehystäminen on merkityksellistämistä (Reese 2011). Kehykset ovat tarkoituksella rakennettuja malleja, jotka organisoivat sosiaalista todellisuutta. Ne auttavat tulkitsemaan ja jäsentämään tiedon, toiminnan, tilanteiden ja ilmiöiden suhdetta toisiinsa (Kuypers 2009, 181–203). Goffman (1974, 21) kutsui kehyksiä tulkintaskemoiksi. Jäsentäjinä toimivat muun muassa journalistit, yleisöt tai tutkijat. Kehykset eivät ole staattisia vaan jatkuvassa muutostilassa. Niiden rakentaminen perustuu valikoinnille ja korostamiselle (Entman 1993, 52–53). Kirjoittaja valitsee tekstilleen oleellisen informaation ja korostaa sen merkitystä toisten näkökulmien sijaan, esimerkiksi toiston kautta tai yhdistämällä valitsemansa ytimen vakiintuneisiin kulttuurisiin konventioihin.

Kehysanalyttinen tutkimus voidaan jakaa induktiiviseen ja deduktiiviseen lähestymistapaan. Induktiivisessa tavassa kehyksiä ei määritetä ennalta vaan tutkija nostaa niitä esiin aineistosta analyysinsä kautta. Deduktiivisessa lähestymistavassa kehykset on määritelty jo ennen varsinaista aineistoanalyysiä esimerkiksi aiemman tutkimuksen perusteella ja niitä sovelletaan uuden aineiston tulkinnassa (Semetko ja Valkenburg 2000, 94–96).

Kehysanalyysiä on hyödennetty monipuolisesti viestinnän tutkimuksessa (ks. esim. Rönkä 2011; Herkman 2015; Harju ja Karvonen 2016; Ikäheimo ja Seuri 2020). Tässä artikkelissa keskitymme mediakehysten tutkimukseen eli mediassa käytettyjen merkitysrakenteiden tarkasteluun, emme yleisökehyksiin eli yleisöjen tekemiin tulkintoihin artikkelien sisällöistä (ks. Herkman 2015, 78–79). Myös Remedyn oma rooli kehysten rakentamisessa on syytä huomioida. Yritys on vaikuttanut niiden muodostumiseen esimerkiksi haastattelujen ja tiedotusstrategiansa kautta. Kehykset eivät ole myöskään syntyneet kulttuurisessa tyhjiössä, vaan ne peilaavat laajemmin yhteiskunnallista keskustelua tai eri alakulttuurien juurtuneita käsityksiä (Van Gorp 2010, 86–88).

Näkökulmamme eroaa aiemmasta tutkimuksesta historiallistavalla otteella sekä sillä, että tutkimuskohteenamme ovat digitaaliset pelit. Mediahistoria tutkii mediamuodoissa ja niiden käytössä tapahtuneita muutoksia, joita selitetään esimerkiksi äkillisten käännteiden

tai hitaampien muodonmuutosten avulla (esim. Railo ja Oinonen 2012; Kortti 2016). Kun kehysanalyysi yhdistyy mediahistoriaan, huomioimme kehyksissä tapahtuneita muutoksia sekä pyrimme selittämään ja kontekstualisoimaan niitä. Mediahistoriallinen tarkastelu näkyy tässä artikkelissa kahdella tasolla. Yhtäältä artikkeli sivuaa digitaalisten pelien media-muotoon liittyviä kehityspiirteitä, joita kuvattaessa on muistettava median kaksoisartikkulaatio (Silverstone, Hirsch ja Morley 1992, 21): pelit mediamuotona koostuvat pelilaitteiden ja -alustojen ohella niissä käytettävistä peliohjelmista. Toiseksi lähestymme digipelejä niitä koskevan lehtikirjoittelun muutoksen kautta. Tässäkin tapauksessa näkyy, miten mediamuodon teknisen ja sisällöllisen kehityksen ympärillä käydään paljon visioivaa, spekulatiivista ja jopa ”hypettävää” keskustelua. Keskustelussa sekoittuvat vallankumouksellisuus ja katkoksellisuus, mutta toisaalta myös sopeutuvaa ja evolutiivista muutosta korostavat ainekset (ks. esim. Kortti 2016, 16–31). Uusi mediamuoto erottuu aiemmista, mutta toisaalta siitä löytyy myös yhtymäkohtia. Aiemmassa tutkimuksessa on huomattu, miten digipelien ja pelaamisen muutoksen uutisoinnissa, markkinoinnissa ja muussa kirjoittelussa korostuvat usein – osin virheellisesti – tekniseen edistykseen, kuten niin sanottuihin pelilaitesukupolviin liittyvät ajattelutavat ja oletukset (ks. esim. Therrien ja Picard 2016). Sama edistys- ja tekniikkakeskeinen esitystapa näkyy meidänkin aineistossamme.

Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Tutkimusaineisto muodostuu *Helsingin Sanomissa* (HS), *Ilta-Sanomissa* (IS), *Taloussanomissa*, mediaseuranatapalvelu M-Brainissa sekä *Pelit*-lehdessä julkaistusta Remedyä käsittelevästä kirjoittelusta. Sanoma- ja iltapäivälehdistä kerätty aineisto koostuu pääasiallisesti kotimaa-, viihde-, kulttuuri-, tietotekniikka-, ura- ja talousosastoilla julkaistuista uutisartikkeleista, arvosteluista, kolumneista, henkilökuvista sekä haastatteluista. Nämä artikkelit poimittiin Sanoman Oyj:n sähköisestä arkistosta. Täten analyysin kohteena ovat ainoastaan artikkelien tekstit, sillä arkiston artikkelit eivät olleet samassa formaatissa kuin painetuissa lehdissä tai digilehdissä. Aineisto käsitti yhteensä 177 artikkelia. Ne löytyivät Sanoma-arkistosta lisäämällä hakusanaan ”Remedy” yksittäisten pelijulkaisujen nimet. Emme ottaneet mukaan jokaista hakutulosta, sillä tietyt pelikohtaiset haut sisälsivät samoja artikkeleita.

Keskittymisellä Sanoman julkaisuihin on kaksi pääsyttä. Sanoma on Suomen suurin mediakonserni.³ Yhtiön julkaisema *Helsingin Sanomat* on levikiltään ja kokonaistavoittavuudeltaan suurin kotimainen sanomalehti. Peliuutisoinnissa lehteä ei voi pitää erityisenä edelläkävijänä, mutta levikkinsä ja monipuolisuutensa vuoksi lehden peliaiheiset artikkelit ovat levinneet laajalle. Lehden tekemät toimituspoliittiset ratkaisut heijastuvat myös sen kilpailijoihin. Kulttuurisivujensa lisäksi *Helsingin Sanomat* on käsitellyt pelejä ja pelaamista myös NYT-viikkoliitteessään. *Ilta-Sanomilla* on taas korkein kokonaistavoittavuus kotimaisista iltapäivälehdistä. Se on myös maamme luetuin digitaalinen media.

Täydensimme Sanoman arkistoaineistoa *Pelit*-lehden vuosikerroilla (1997–2001, 2005–2010, 2014–2019). *Pelit* on Suomen vanhin ja laajalevikkisin peleihin keskittynyt erikois-aikakauslehti. Lehden kustantaminen siirtyi Sanomalta Fokus Media Finland Oy:lle vuonna 2014. *Pelit*-lehden aineisto koostui pääasiallisesti pääkirjoituksista, erikoisartikkeleista, arvosteluista, haastatteluista sekä ennako- ja uutisartikkeleista. Aineistoa täydennettiin

myös tarkennetulla verkkohaulla, joka kohdistettiin yksinomaan internetissä julkaistuihin artikkeleihin. Tämä oli perusteltua, sillä nykypäivän päivittäisessä pelijournalismissa verkko painottuu yhä enemmän julkaisualustana. Lisäksi *Taloussanomien* muuttui verkkolehdeksi vuonna 2007, ennen kuin se liitettiin osaksi *Ilta-Sanomien* verkkoversiota vuonna 2009.

Sanomalehdissä ei ole ollut varsinaisia pelitoimittajia, vaan peleistä ovat kirjoittaneet esimerkiksi tietotekniikkaan tai digitaaliseen kulttuuriin erikoistuneet toimittajat, joilla on kokemusta peleistä esimerkiksi harrastustensa tai muiden töiden kautta. Osa peleihin liittyvistä artikkeleista ei ole vaatinut erityistä peliasiantuntijuutta, esimerkiksi silloin kun aihepiirin käsittely on kehystetty talouden muutoksiin. *Pelit*-lehden sisällöstä taas ovat vastanneet pelimediaan erikoistuneet toimittajat ja avustajat, joiden kompetenssi perustuupitkälti peliosaamiseen, ei niinkään journalistiseen koulutukseen.

Tutkimusaineisto jakautuu julkaisujen ja yksittäisten pelien suhteen seuraavasti (taulukko 1):

Taulukko 1. Artikkelien jakautuminen julkaisuissa peleittäin.

Julkaisu/Peli	Death Rally	Max Payne	Alan Wake	Quantum Break	Control
HS (n=47)	6	9	15	6	11
IS (n=45)	1	8	14	13	9
Pelit (n=34)	1	10	14	5	4
M-Brain (n=29)	3	11	10	5	0
TaSa (n=22)	0	8	11	3	0
Yht. 177	11	46	64	32	24

Epäsuhta artikkeleiden lukumäärässä on osaltaan selitettävissä niiden julkaisumuodolla, pelien julkaisuajankohdalla sekä pelien taloudellisella menestyksellä.

Valitsemamme tutkimusaineiston avulla pystyimme vertailemaan sanoma- ja pelilehdistön kirjoittelun eroavaisuuksia ja yhtäläisyyksiä Sanoman – ja myöhemmin myös Fokus Median – julkaisuissa. Erot julkaisujen painopisteissä ja kohderyhmissä vaikuttavat luonnollisesti niiden tekemisiin rajauksiin ja valintoihin. Siinä missä valtakunnallisten sanoma- ja iltapäivälehtien pääasiallinen tarkoitus on tarjota yleisluontoisia kuvauksia laajemmalle yleisölle, kykenee digitaalisiin peleihin erikoistunut *Pelit*-lehti keskittymään pienemmän lukijakunnan tarpeisiin. Se pystyy käsittelemään pelijulkaisuja hyvin perusteellisesti kohderyhmänsä kiinnostuksen ja medialukutaidon huomioiden. Tutkimusaineistossa tämä tuli esiin esimerkiksi pelikulttuurin sisäisen jargonin käytön, pelimekaniikkojen eli pelin toimintaperiaatteiden sekä pelisuunnittelun yksityiskohtaisen käsittelyn kautta. Myös yksittäisille peleille varattu suurempi palstatila vaikutti tarkastelun syvällisyyteen ja monimuotoisuuteen sekä antoi yksittäisille kirjoittajille enemmän liikkumatilaa oman tulkinnan suhteen.

Aineiston analyysiprosessina toimi laadullinen sisällönanalyysi: kartoitimme sanoma- ja pelilehdistössä julkaistuissa artikkeleissa käytettyjä keinoja, painotuksia ja rajoituksia,

jotka tuottivat ja muokkasivat kuvaa Remedystä johtavana kotimaisena pelinkehittäjänä. Kävimme artikkeleita systemaattisesti läpi tunnistaen teksteistä yhteisiä käsitteitä, ilmaisuja, teemoja, toimijoita sekä taustalla olevia näkemyksiä. Sen jälkeen nämä osatekijät ryhmiteltiin laajemmiksi kokonaisuuksiksi (vrt. Laine ja Turtiainen 2018, 286). Tämä kategorisointi nosti esiin kuusi erillistä mediakehystä, joihin lehtikirjoittelu rakentui ja joiden painopisteet muuttuivat ajan kuluessa. Näiden kehysten avulla analysoimme myös artikkeleiden rakentamaa narratiivia eli kerronnallista selontekoa, joka kontekstualisoi Remedyn osaksi suomalaisen peliteollisuuden kehitystä. Lähestymistapamme oli siis induktiivinen eli emme määritelleet kehyksiä tarkasti ennen analyysiä, emmekä käyttäneet valmiita kehyksiä (vrt. Ikäheimo ja Seuri 2020). Pelijournalistisia mediakehyksiä ei ole tutkittu laajamittaisesti. Aiemman tutkimuksen määrittelemiä vakiintuneita kehyksiä, joita olisimme voineet hyödyntää analyysissämme, ei siis löydy. Artikkelimme toimii avauksena tämän aihepiirin tutkimukselle. Toki esiin nostamamme pelijournalistiset kehykset sisältävät samankaltaisia teemoja ja elementtejä kuin esimerkiksi tietyissä vakiintuneissa poliittisissa uutiskehyksissä, mutta jälkimmäiset soveltuvat huonosti pelimedian ominaispiirteitä käsittelevän kirjoittelun analysointiin. Näistä esimerkkeinä mainittakoon vaikkapa talouteen ja inhimilliseen näkökulmaan liittyvät kehykset (vrt. Semetko ja Valkenburg 2000, 95–96). Yksittäiset artikkelit sisälsivät tyypillisesti useamman kehyksen aineksia, jolloin niin sanotun pääkehyksen sisällä esitettyjä argumentteja tuettiin toissijaisen kehyksen avulla (ks. Herkman 2015, 78). Esimerkkinä voidaan mainita vaikkapa talous- ja kulttuurikehyksen käyttö keskusteltaessa peleistä kulttuurivientituotteina.

Alla oleva taulukko (taulukko 2) selvittää pelijournalististen kehysten määrällisen esiintymisen tutkimusaineistossa sekä niiden kuvaukset ja teemat:

Taulukko 2. Mediakehysten määrät, kuvaukset ja teemaesimerkit.

Kehys	Mediakehyksen kuvaus	Esimerkkiteemoja
Teollisuus (n=116)	Globaaliin digipeliteollisuuteen liittyvä keskustelu ja Remedy yrityksenä	Kansainvälisyys, pelien tuotantoaika, yhteistyö, markkinointi, palkinnot, yritysstrategia ja -imago
Talous (n=89)	Remedyn taloustilanteeseen liittyvä keskustelu	Liikevaihto ja -voitto, myyntiluvut, pörssiilistautuminen, tuotantokustannukset
Pelimedia (n= 77)	Pelit itsenäisenä mediamuotona	Peligenret, pelisuunnittelu, peliteknologia, vertailu muihin peleihin
Kotimaisuus (n=66)	Remedy suomalaisena pelialan yrityksenä	Suomalaisuus, espoolaisuus, kansallistunne ja -ylpeys
Kulttuuri (n=28)	Pelit kulttuurimuotona	Pelit kulttuurivientituotteina, pelien yhteiskunnallinen asema, vertailu muihin kulttuuri- ja mediamuotoihin sekä muiden alojen teoksiin
Pelaaja (n=15)	Pelaajiin liittyvä keskustelu	Kohdeyleisöt, pelaajien toimijuus

Yksittäisten pelien kohdalla mediakehukset jakautuvat määrällisesti seuraavasti (taulukko 3):

Taulukko 3. Remedyn pelejä koskevan lehtikirjoittelun määrällinen jakautuminen mediakehyksiin.

Kehys/Peli	Death Rally	Max Payne	Alan Wake	Quantum Break	Control
Teollisuus	10	28	43	19	16
Talous	7	23	36	16	10
Pelimedia	3	22	27	14	11
Kotimaisuus	5	21	18	11	11
Kulttuuri	1	5	11	4	9
Pelaaja	0	4	3	5	3
Yht. 396	26	101	138	69	60

Teollisuuskehys: pelialan murrokset ja Remedyn yrityskuva

Teollisuuskehys (n=116) oli lukumääräisesti yleisin mediakehys, joka sisälsi laaja-alaisesti digipeliteollisuuteen ja -liiketoimintaan liittyvää keskustelua. Tämän kehyksen alla Remedystä tarkasteltiin itsenäisenä toimijana globaaleilla pelimarkkinoilla. Toistuvia teemoja olivat peliteollisuuden murrokset sekä Remedyn yritysstrategia, -imago ja erikoisosaaminen. Sanoma- ja iltapäivälehdissä tämä kehyksesi esiintyi pääosin teknologia-, talous- sekä kulttuuriosastoilla julkaistuissa artikkeleissa, kun taas *Pelit*-lehdessä sitä käytettiin erikoisartikkeleissa, pääkirjoituksissa, ennakoarvioissa sekä henkilökuvissa.

Teollisuuskehysten keskeisin narratiivi oli Remedyn kasvutarina pienyrityksestä pörssiyritykseksi. Satunnainen uutisointi *Death Rally*sta⁴ valoi perustukset tälle kerronnalliselle rakenteelle. Artikkeleissa korostettiin Remedyn demoskenetaustaa (*Pelit 4/97*)⁵ ja nostettiin esiin yhtiön ensimmäiset toimistotilat, jotka sijaitsivat toimitusjohtaja Samuli Syvähuokon vanhempien omakotitalossa Espoon Westendissä (HS 18.4.1997). Tällainen harrastuksesta työksi -teema on varsin yleinen luovista aloista kertovissa jutuissa. Kyseinen kirjoittelu maalasi kuvaa Remedyn liiketoiminnan vaatimattomista lähtökohdista sekä koko kotimaisen pelinkehityksen pienimuotoisuudesta vuosikymmenen lopussa, jolloin suomalaisia pelitaloja oli vain kourallinen. Esimerkiksi *Helsingin Sanomat* (14.11.1997a) kutsui pelistudioita ”pelipajoiksi”. Haastateltu toimitusjohtaja Syvähuoko satoi alan kasvun teollistumiseen ja joukkueurheilun, valitellen riskinottokyvyn puutetta:

Suomalaisen peliteollisuuden syntyä on hidastanut se, että alalle ei uskalleta lähteä. On paljon turvallisempaa näperellä demoja omaksi huvikseen. Tänä päivänä pelibisnekseen on yhä vaikeampi ponnistaa tyhjästä. Kotimikrojen tehon lisääntyessä pelit ovat kasvaneet niin suuriksi, että niiden tekemiseen tarvitaan kokonaisen joukkueen hartiavoimat.

Nämä artikkelit liittivät suomalaisen pelialan laajempaan teknologia- ja ohjelmistoteollisuuden kontekstiin. Tämä niin sanottu autotallimyytti on ollut erityisen keskeisessä osassa Piilaakson mytologiassa, jossa sillä on romantisoitu esimerkiksi Intelin ja Applen alkuperää.

1990-luvun lopussa suomalainen pelinkehitys ei vielä liiemmin kiinnostanut kotimaista sanomalehdistöä. Remedyn nousua kohti globaaleja pelimarkkinoita seurasi lähinnä *Helsingin Sanomat*. Valtamedian mielenkiinto alaa kohtaan kasvoi räjähdysmäisesti *Max Paynen*⁶ ilmestymisen myötä. Tämä näkyi lehtikirjoittelun volyymin kasvuna sekä artikkeleiden teemojen aiempaa laajemmassa kirjossa. Remedy sai reilusti huomiota jo ennen pelin taloudellista menestystä. Sen julkaisu noteerattiin esimerkiksi Ylen pääuutislähetyksessä,⁷ mikä oli tuolloin suomalaiselle digipelille ainutlaatuista. Pelilehdistön puolella *Max Paynen* julkistamista oli pohjustettu laajalla julkisuuskampanjalla, joka sisälsi valikoituja vihjauksia tulevasta, mutta myös tietoista vaikenemista kehityksen vaiheista (Suominen 2020).

Pelilehdistössä *Max Paynen* käsittely muuttui ajoittain suoranaiseksi hypetykseksi. Se nimettiin ”suomalaisen pelituotannon suureksi lapseksi” (Pelit 5/00, 20) jo ennen julkaisua, mikä kertoi omaa kieltään pelijournalistien pelille asettamista odotuksista. Hehkutukselle pontta antoi *Max Paynen* saama ennakkohuomio kansainvälisillä peliteollisuuden messuilla (Pelit 8/1998; 10/1998). Remedyn pitämä radiohiljaisuus ja pelin pitkä tuotantoaika herättivät kuitenkin toimittajissa huolta. Pelin pelättiin jopa jäävän pelkäksi mainostempuksi. Arvuutteluista *Max Paynen* ilmestymisen suhteen muodostui Remedyn epävirallinen motto: peli ilmestyy, kun se on valmis (Pelit 5/2000). Kun *Max Payne* viimein valmistui kesällä 2000, suomalainen pelilehdistö julisti asettamansa odotukset lunastetuiksi. Pelit-lehden (8/2001, 26) arvostelussa sitä ylistettiin ”suomalaisen peliteollisuuden Graalin maljaksi”, joka ”teki muut pelit turhiksi”. Pelijournalistien korkealle ampuva, uskonnollissävytteinen ja mytologisoiva kielenkäyttö tarttui myös Helsingin Sanomien toimittajaan:

Mutta pelipiirit alkoivat kuhista. Ne aavistivat, että Suomen pelikentille oli tulossa jotain uutta. Jännitystä lisäsivät huhut. Pelin tekijä, Remedy Entertainment, piti projektinsa visusti salassa, mutta vuoti tietoja juuri sen verran, että bittikansan oli vaikea pysyä housuissaan. Max Payne oli tulossa [...] Hehkutus alkoi tarttua jo niihinkin, jotka mielsivät koko pelitouhun finninaamaisten nörttien näpertelyksi. Asiaan vihkiytyneet puolestaan innostuivat siinä määrin, että puhuivat 'toimintapelien tulevasta messiaasta'. (HS 5.8.2001.)

Tässä tapauksessa teollisuuskehys nivoutui yhteen pelaajakehityksen kanssa, kun lehti maalaili kuvaa tuotemessiaasta, joka ponnisti pelaajien, ”bittikansan”, esoteerisesta tietoisuudesta laajemman kansanosan näköpiiriin. Myös *Max Paynen* saamat pelialan palkinnot realisoivat osaltaan median asettamia odotuksia (M-Brain 31.10.2001; 6.3.2002). Ne toimivat osoituksena ulkopuolisesta arvostuksesta, sillä niiden myöntämisestä ei sanellut ainoastaan taloudellinen menestys, johon voitiin osaltaan vaikuttaa esimerkiksi aggressiivisen markkinoinnin avulla. Toimittajien harrastama varaukseton ylistys havainnollisti tiedonvälityksen ja PR-toiminnan välisen rajan hämärtyksen, joka on varsin tavanomaista pelijournalismille (Nieborg ja Sihvonen 2009). Tosin kyseinen ilmiö koskee laajemminkin kulttuurijournalismin kenttää (Kristensen 2019).

Peliteollisuuden rakenneuudistus oli kolmas keskeinen juttuteema, jota käsiteltiin varsin laajasti lehtien eri osastoilla. Remedy korosti haastatteluissa toimintasuunnitelmaa,

jossa pyrittiin pois keskitetystä tuotannosta kohti hajautettua mallia. Hajautus merkitsi toimintojen ulkoistamista ja kolmansien osapuolten väliohjelmistojen⁸ käyttöä (Pelit 10/2006; 5/2010; HS 12.11.2007; 21.3.2010a). Tämän kerrottiin edesauttavan yrityskoon hallinnassa, sillä maltillinen kasvu oli oleellisessa osassa Remedyn kokonaisstrategiassa (Pelit 5/2010). Myös Remedyn ottamat riskit suunnitellussa ja rahoituksessa myötävaikuttivat sen imagoon pelinkehittäjänä. Yritys esitettiin suunnannäyttäjänä, ei seuraajana:

'Tiedettiin, että meillä on kolme selkeää ydinaluetta - oma teknologia, tarina jossa on voimakas päähenkilö sekä elokuvamainen toiminta.' Pelit ovat suuria tuotantoja, joissa riskit ovat kovat. Isot suunnanmuutokset ovat harvinaisia. Remedy otti rohkean liikkeen, hylkäsi ison osan valmiista suunnitelmistaan ja otti uuden kurssin. (HS 21.3.2010a.)

Alan Wake⁹ -projektin aikana Remedystä kasvoi kotimaisittain keskisuuri pelialan yritys. Kansainvälisessä vertailussa se oli kuitenkin AAA-pelitalona varsin pieni. Remedyä markkinoitiin työntekijöiden omistamana yrityksenä (HS 21.3.2010b), mikä ei välttämättä vastannut yleistä mielikuvaa suurilla budjeteilla operoivista pelistudioista. Alan Waken kohdalla keskustelu peliteollisuuden murroksesta liittyi pääasiassa konsolipelaamisen kasvaneeseen markkinaosuuteen, digitaalisen jakeluun sekä tuotantostrategian muutokseen (M-Brain 23.1.2009; 17.3.2010; Taloussanomat 14.5.2010). Remedy otti myös tuotantoon yhtäaikaista projekteja sekä julkaisi vanhempia pelejään eri digitaalisten jakelualustojen kautta. Digitaaliselle jakamiselle oli taloudellinen motiivi, sillä siinä tulojen jakautuminen suosi pelinkehittäjä julkaisijan sijaan (M-Brain 7.2.2012). Quantum Breakin¹⁰ uutisointi jatkoi näiden teemojen ympärillä. Artikkelit käsittelivät esimerkiksi yhtiön peliportfolion monipuolistumista (Pelit 12/14; M-Brain 11.4.2017). Huomionarvoista oli myös se, että lehtikirjoittelusta puuttui edellisiä Remedyn pelijulkaisuja värittänyt hypetys.

Median huomio kiinnittyi myös mobiilipelaamisen merkityksen kasvuun 2010-luvun puolivälissä (Taloussanomat 13.13.2012; IS 14.9.2013; HS 10.3.2016). Mobiilipainotus mahdollisti suomalaisen peliteollisuuden hyperkasvun vuosina 2013–2016. Remedy menetti asemansa kotimaisen peliteollisuuden yksinäisenä keihäänkärkenä, kun Rovio ja Supercell menivät sen ohi moninkertaisella liikevaihdollaan vuosikymmenen puolivälissä.¹¹

Ehkä merkittävin yksittäinen tekijä muutosteeman sisällä oli Remedyn listautuminen pörssi-yhtiöksi toukokuussa 2017 (IS 27.4.2017b; 11.5.2017; HS 28.4.2017).¹² Listautumisen taustalla oli yrityksen kasvutarve. Osakeanti oli keskeinen toimenpide Remedyn strategiamuutoksen eteenpäin viemisessä, sillä sen tuoma lisärahoitus mahdollisti samanaikaisten peliprojektien toteutuksen sekä toi turvaa hittivetoisessa pelibisneksessä (IS 1.12.2017). Listautumisen jälkeen yrityskuvan keskeisenä elementtinä ei ollut enää esitys Remedystä työntekijöidensä omistamana yrityksenä. Control¹³ oli ensimmäinen listautumisen jälkeen ilmestynyt peli, joka toimi esimerkkinä nopeamman julkaisutahdin strategian toteuttamisesta sekä taloudellisten riskien hajauttamisesta. Tässä yhteydessä omakustanteinen pelinkehitys ja alan hittivetoisuus asetettiin vastakkain pörssi-yhtiöiden tulostavuuteen kanssa (IS 15.4.2019a).

Henkilöstöä koskeva lehtikirjoittelu rakensi yksilötasolla Remedyn imagoa. Valtamedian Death Rally -artikkeleissa esiintyi lähinnä silloinen toimitusjohtaja Syvähuoko. Max Paynen yhteydessä esiin nousivat vuonna 2000 toimitusjohtajana aloittanut Matias Myllyrinne sekä käsikirjoittaja Sami Järvi. Myöhemmin heistä muovattiin suomalaisen peliteollisuuden voima-

kaksikkoa, jossa ”taiteellinen visio yhdistyy nörttien tekniikkaosaamiseen” (HS 21.3.2010a). Myllyrinteen jätettyä yhtiön vuonna 2015 estradille Järven rinnalle nousivat uusi toimitusjohtaja Tero Virtala, ohjaaja Mikael Kasurinen sekä viestintäpäällikkö Thomas Puha, joka oli tehnyt aiemmin uraa pelitoimittajana lehdissä ja televisiossa (HS 12.2.2016; 30.8.2019; IS 1.4.2016). *Pelit*-lehti (10/98; 10/06; 1/10; 4/19) nosti laajemmin esiin remedyläisiä koodareista graafisiin suunnittelijoihin. Tämä näkökulma korosti pelintekoa ensisijaisesti ryhmätyöskentelynä.

Talouskehys: liikevaihtoa, myyntilukuja ja -voittoja laskemassa

Talouskehys (n=89) oli toiseksi hallitsevin mediakehys, joka satoi pelijournalismin laajaan talousjournalistiseen viitekehykseen. Kehys käsitteli pääasiallisesti yksittäisten pelien myyntilukuja sekä Remedyn liikevaihtoa ja -voittoa. Talouskehys asetti tärkeimmän mittarin suomalaisen peliteollisuuden menestystarinalle, sillä hittivetoisella alalla menestystä ei mitata kriitikoiden ylistyksellä vaan pelien menekillä ja myyntituloilla. Tämä oli nähtävissä jo varhaisissa digitaalisia pelejä koskevissa populaariartikkeleissa 1980-luvun alussa (Suominen 2020). Talouskehysten kehitys heijastelee koko peliteollisuuden kehitystä.

Death Rallyn 35 000 kappaleen ensipainoksen loppuunmyynti Yhdysvalloissa herätti *Helsingin Sanomien* (19.2.1997) kiinnostuksen Remedyä kohtaan. Maailmanlaajuisesti peli saavutti hittipelin rajan, joka 1990-luvun lopussa kulki 100 000 myydyssä kappaleessa (Kuorikoski 2014, 40). Kyseisen merkkipaalun ylitys teki *Death Rallysta* yhden ensimmäisistä kaupallisista läpimurroista suomalaisen peliteollisuuden historiassa. Saavutuksensa vuoksi peli huomioitiin vielä 2010-luvulla (*M-Brain* 3.3.2012; HS 16.10.2013), vaikka sitä seuranneet tuotannot myivätkin määrällisesti useita kymmeniä kertoja enemmän.

Max Paynen kohdalla myyntilukujen kasvua seurattiin jatkuvalla mielenkiinnolla ja aihe nostettiin esiin jo artikkelien ingresseissä (ks. esim. IS 3.8.2001; HS 20.10.2001). Pelin myyntimäärät nousivat vuoteen 2002 mennessä melkein kolmeen miljoonaan kappaleeseen (HS 5.6.2002).¹⁴ Myyntilukujen rinnalla käsiteltiin laajasti *Max Paynen* tekijänoikeuksien myymistä amerikkalaiselle Take-Two Interactivelle vuonna 2002. Erityisesti korostettiin Remedyn ja tuottaja 3D Realmsin saamaa 40 miljoonan euron korvausta (IS 1.6.2002; HS 5.6.2002). Myös remedyläisten kohonneet palkkatulot sekä yhtiön osakkaiden osingot nousivat otsikoihin (IS 5.11.2003). Kotimainen musiikkiteollisuus oli luonteva vertailukohta suomalaiselle digipeliteollisuudelle, sillä molemmat kulttuurisektorit lähtivät nousuun 2000-luvun alussa (Mäkelä 2009; Hiltunen ja Latva 2013). Remedyn kerrottiin ansainneen tekijänoikeuksien myynnillä enemmän kuin mitä koko suomalainen musiikkivienti nettosi samana vuonna (Taloussanomien 13.1.2004a; HS 13.6.2006). Myöhemmissä puheenvuoroissa suomalainen pelivienti julistettiin yhdeksi Suomen talouden toivoksi. Siinä missä monet perinteisen teollisuuden toimialat painivat edelleen taantumun kourissa, oli pelialan liikevaihto jyrkässä nousussa 2010-luvun puolessa välissä. Tässä yhteydessä korostettiin myös peliteollisuuden tuomaa verotuottoa, joka oli moninkertainen sen valtiolta saamaan tukeen verrattuna (HS 17.6.2013).

Artikkeleita leimasi ajoittain myös harmitteleva sävy. Puheenvuorot aineettomien oikeuksien säilyttämisestä asemoivat Remedyn itsenäisenä pelistudiona globaalien markki-

noiden ristipaineeseen (Taloussanomat 13.1.2004b). *Max Paynen* oikeuksien pitäminen olisi vaatinut yhtiöltä enemmän omaa pääomaa, mutta toisaalta niiden myynti antoi Remedyllle vapaammat kädet tulevien projektien suhteen sekä houkutteli riskisijoittajia suuremman tuoton vuoksi (Taloussanomat 11.1.2005). Oikeuksien myynti mahdollisti esimerkiksi *Alan Waken* tuotannon aloittamisen yrityksen omalla kustannuksella vuonna 2004 (IS 29.7.2005). Uutisointi Remedyn valmiudesta ottaa taloudellisia riskejä toteuttaakseen omaa visiotaan tuki kuvaa yhtiöstä edelläkävijänä. Riskit olivat välttämättömiä menestyksen saavuttamiseksi. 2000-luvulla painottuivat aivan eri kertaluokan talousluvut sekä globaalin toimialan haasteet verrattuna 1990-luvun talouskehykseen. Menestystarina rakentui siis talouskehyyksessä myös myyntimäärien ajallisen vertailun, globaalien verkostojen sekä toimintojen laajentumisen pohjalle.

Max Paynen taloudellinen menestys määritteli tulevien pelijulkaisujen kaupallisia odotusarvoja. Tämän seurauksena *Alan Wake* julistettiin hitiksi jo ennen pelin ilmestymistä (HS 13.6.2006). Samalla kuitenkin muistutettiin hittivetoisen alan lainalaisuuksista: Remedyn tulevaisuus riippui pelin menestyksestä (M-Brain 26.10.2007). Sen vertailukohdaksi nostettiin jälleen kotimaisen musiikkiteollisuuden vientitulot ja myyntimäärät (IS 30.1.2007).¹⁵ *Helsingin Sanomat* nimesi pelin suomalaisen nykykulttuurin isoimmaksi vientituotteeksi (HS 21.3.2010a). *Alan Waken* myynti ei kuitenkaan vastannut median asettamia – osittain jopa suhteettomia – odotuksia. Spekulointi odotettua heikomman myynnin syistä alkoi välittömästi. *Alan Wake* nousi Suomen myydyimmäksi peliksi heti ilmestymisensä jälkeen, mutta sen kansainväliseen menekkiin oltiin pettyneitä. Peli oli ”iso hitti, mutta ei mikään megamegamegahitti” (Taloussanomat 26.5.2010). Yhtenä varteenotettavimpana syynä esiin nostettiin amerikkalaisen Rockstarin *Red Dead Redemption* (2010), josta tuli maailmanlaajuisesti yksi vuoden parhaiten myyneistä peleistä (Taloussanomat 28.7.2010). Tässä yhteydessä lehdistö korosti jälleen Remedyn riskinottovalmiutta. Näkökulma oli vahvasti liitoksissa Remedyn tiennäyttäjän yritysimageon:

Merkittävin palkinnoitta jäänyt peli oli helsinkiläisen Remedy Entertainmentin psykologinen trilleri Alan Wake, joka paikkasi teknisiä puutteitaan hienolla juonella. Sen kohtaloksi koitui julkaisu samalla viikolla kuin villiin länteen sijoittuva Red Dead Redemption -toimintapeli. Jälkimmäinen on isolla rahalla ja riskejä välttäen tehty kokeneen pelintekijän tuotos, jollaisista tulee myyntimenestyksiä miltei automaattisesti. (HS 11.2.2011.)

Alan Wake määriteltiin kulttipeliksi (IS 11.5.2010). Termillä viitattiin sen hittipelejä pienempään, mutta omistautuneeseen pelaajakuntaan sekä hyvään laatuun. Saavutettuaan kahden miljoonan kappaleen myynnin – joka oli myös Remedyn asettama tavoite (HS 21.3.2010a) – peli uudelleennimettiin kulttiklassikoksi (Taloussanomat 13.3.2012). Klassikko-nimityksellä haluttiin osoittaa *Alan Wakella* olevan pitkäaikaista arvoa.

Myyntiluvut loistivat poissaolollaan *Quantum Breakin* ja *Controlin* lehtikirjoittelusta. Tämä johtui pääasiassa julkaisijoiden käytännöstä olla julkistamatta tarkkoja myyntilukuja, erityisesti digitaalisesta jakelusta. Niiden sijaan taloudellisen menestyksen mittareiksi nousivat vuosittainen liikevaihto ja tuotto (HS 28.4.2016; M-Brain 11.4.2017; IS 27.4.2017b; 13.8.2019). Remedy asetti *Quantum Breakin* viralliseksi tuottotavoitteeksi 100 miljoonaa dollaria (M-Brain 5.9.2014). Kolmas keskeinen mittari oli tuotantokustannusten suuruus. Tämä

käytäntö juonsi juurensa uutisointiin *Alan Waken* 20 miljoonan euron budjetista, joka teki siitä aikanaan Suomen kalleimman viihdetuotannon (Pelit 10/06; HS 14.7.2010). *Quantum Break* kaappasi kyseisen tittelin ilmestyttyään. Pelin tarkka budjetti säilyi liikesalaisuutena, mutta Remedy kertoi tuotantokustannusten olevan moninkertaiset *Alan Wakeen* verrattuna (M-Brain 5.9.2014; HS 12.2.2016). *Controlin* kohdalla tämä narratiivi käännettiin pääläelle. Pelin 20–30 miljoonan euron budjetti oli varsin pieni nykypäivän AAA-tuotannolle (HS 19.8.2019). Siinä missä ennen korostettiin tuotantokustannusten suuruutta, esitettiin budjetin pienuus nyt näytteenä Remedyn kyvystä tehdä huippulaatua rajallisilla taloudellisilla resursseilla. Remedyn pelien vertailukohdaksi nostettiin suomalaisia suuren budjetin elokuvatuotantoja (Pelit 9/15; IS 1.4.2016; HS 19.8.2019; 27.8.2019a). Näiden vertailujen avulla lukijat pystyivät suhteuttamaan digipelien tuotantokustannusten suuruusluokan muiden kulttuuriteollisuuden alojen vastaaviin.

Remedyn johtoporras joutui talouskehityksessä myös varsin harvinaisen kritiikin kohteeksi, kun toimitusjohtaja Virtala ja hallituksen puheenjohtaja Markus Järvi myivät 170 000 osaketta juuri ennen *Controlin* julkaisua. Ennen myyntiä osakkeiden arvoa oli nostatettu laajalla PR-kampanjalla. Lisäksi yhtiöllä oli tietoa *Controlin* ennakoarvioista ja -myynnistä, mikä herätti kysymyksiä jopa sisäpiiritiedon väärinkäytöstä (HS 19.8.2019; HS 23.8.2019). Remedyn osake kääntyi laskuun pian osakemyynnin jälkeen (IS 27.8.2019).

Pelimediakehys: pelisuunnittelun ja -tekniisten ominaisuuksien tarkastelua

Pelimediakehityksessä (n=77) digitaalisia pelejä tarkasteltiin omana mediamuotonaan. Se sisälsi esimerkiksi lajityyppeihin, pelisuunnitteluun ja peliteknologiaan liittyvää keskustelua. Kyseinen kehys osoitti myös selkeimmin sanoma- ja pelilehdistön välisen lehtikirjoittelun eron, joka syntyi julkaisujen kohderyhmien medialukutaidosta sekä käytettävissä olevasta palstatilasta. *Pelit*-lehdessä kehys tuli esille sanomalehdistöä monipuolisemmin, sillä aihepiiriin erikoistuneena lehtenä se pystyi käsittelemään pelien sisältöä huomattavasti yksityiskohtaisemmin kuin valtamedia. Sanomalehdistössä pelimediakehys esiintyi erityisesti tietotekniikka- ja kulttuuriosastolla julkaistuissa peliarvioissa. Pelilehdistössä se nousi esiin peliarvioiden lisäksi muun muassa pelisuunnitteluun keskittyneissä ennako- ja erikoisartikkeleissa.

Death Rallyn peliteknisten hienouksien raportointi jäi vielä olemattomaksi. Remedy nimesi pelin ”opinnäytetyökseen”, jossa mielenkiintoinen aihe yhdistettiin hyvään pelattavuuteen (Pelit 4/97). *Helsingin Sanomissa* (14.11.97) peliä kutsuttiin ”Remedyn käyntikortiksi maailman pelimarkkinoille.” *Max Paynen* kohdalla valtamedia käsitteli ohimennen pelin keskeisintä pelimekaniikkaa, luotiaikaefektiä, jonka avulla pelaaja pystyi hidastamaan- aikaa hektisissä tulitaistelussa, mutta ei mennyt sen syvemmälle pelin muuhun teknologiaan. *Pelit*-lehti (4/98; 10/98; 5/00) perkasi sen sijaan *Max Payne*a hyvinkin seikkaperäisesti.¹⁶ Vertaukset muihin aikakauden menestyspeleihin olivat myös yleisiä (Pelit 4/98; 10/98; 5/10; 8/01). Lisäksi Remedyn sitoutuminen oman MAX-FX pelimoottorin¹⁷ kehitykseen sai runsaasti huomiota (Pelit 4/98). Pelijournalistien ylistys kilpailijoitaan tehokkaammasta pelimoottorista loi kuvaa *Max Paynen* peliteknisestä laadusta sekä Remedyn ammattitaidosta (Pelit 8/01).

Alan Waken valon ja varjojen väliseen kamppailuun perustuvaa pelimekaniikkaa käsiteltiin niin sanoma- kuin pelilehdistössäkkin (M-Brain 17.3.2010; Pelit 4/10). Ennakkojutuissa pelin graafisten ominaisuuksien mainostettiin lähestyvän jopa yhtä peliteknologian kulminaatiopisteistä eli fotorealismia (Pelit 6-7/05; IS 29.7.2005). *Pelit-lehti* (6-7/05; 10/06) nosti esiin kolmansien osapuolten ohjelmistokehysten¹⁸ lisensoinnin, joka vahvisti käsitystä Remedystä pelialan rakennemuutoksen kärjessä operoivana yrityksenä. *Pelit-lehti* (9/14) raportoi myös versioinnista, joka oli oleellisessa osassa *Quantum Breakin* syntyprosessia. Tämä tuki osaltaan teollisuuskehityksessä rakennettua kuvaa Remedyn lähestymistavasta pelisuunnitteluun, jossa korostui tekemällä oppiminen. *Controlin* kohdalla median suurin mielenkiinto ei niinkään kiinnittynyt pelin teknologiaan – vaikka pelilehdistö suhtautuikin sen tuhoutuvaan ympäristöön (Pelit 4/19) ja säteenseurantateknologiaan (Pelit 10/19) innolla – vaan sen luomaan tunteeseen avoimesta pelikokemuksesta (Pelit 8/19; 9/19).

Max Payne määritettiin elokuvamaiseksi pelikokemukseksi (Pelit 10/98; 5/00), kun taas *Alan Wakea* ja *Quantum Breakia* käsittelevässä lehtikirjoittelussa korostettiin niiden tv-sarjamaisuutta (IS 25.3.2010; 1.4.2016). *Alan Waken* kohdalla kyseinen määritelmä viittasi sen episodimaiseen rakenteeseen: peli oli jaettu kuuteen jaksoon, joiden välianimaatiot imitoivat tv-sarjojen dramaturgisia konventioita (Pelit 4/10). Tv-sarjamaisuutta tarjottiin vastakohdaksi toimintapainotteiselle pelisuunnittelulle (IS 11.5.2010), vaikka toiminta olikin hyvin oleellinen osa itse pelikokemusta. *Quantum Break* vei tv-sarjamaisuuden vieläkin pidemmälle yhdistämällä näyteltyä videomateriaalia pelimediaan. Nämä valtavirrasta poikkeavat suunnitteluratkaisut herättivät epäilyjä pelin mahdollisuudesta nousta myyntimenestykseksi, jolloin luonnehdinnat kulttiklassikosta nousivat jälleen esiin (HS 7.4.2016). Tv-sarjamaisuuden korostus saattoi liittyä myös siihen, miten tv-sarjat olivat saaneet uutta suosiota erityisesti maksukanavien tuotantopanostusten avulla.

Pelimediakehityksen alla esiintyi myös kritiikkiä, joka loi kontrastia ylisanojen värittämälle lehtikirjoittelulle. *Pelit-lehden* (8/01) *Max Payne* -arvostelu oli tästä oiva esimerkki. Siinä missä pääarvostelija keskittyi lähinnä lennokkaisiin fraaseihin, kaksi muuta arvostelijaa kritisoivat pelin koodauksen tasoa ja tarinaa. Pitkittyneistä tuotantoajoista muodostui myös eräänlainen krooninen ongelma Remedyn pelintuotannoille. Valtamediassa ei vedetty yhteyksiä tuotantoaikojen ja pelien laadun tai taloudellisen menestyksen välille. *Pelit-lehti* (5/10; 6/10) teki tämän epäsuorasti nostamalla esiin *Alan Waken* pitkittyneestä kehitysajasta syntyneitä peliteknisiä ongelmia, jotka liittyvät väistämättä sen osittaisesti vanhentuneeseen teknologiaan. *Controlin* kritiikki kohdistui Remedyn itsepintaiseen päätökseen pysytellä yksinpeleissä (IS 15.4.2019b) sekä pelin teknologisiin vaatimuksiin, jotka aiheuttivat päänsäivää konsolipelaajille (HS 27.8.2019c). Myös pelielementtien sinnikäs kierrätys aikaisemmista tuotannoista sai osakseen arvostelua (Pelit 10/19).

Kotimaisuuskehys: kansallistunnetta ja urheiluvertauksia

Kotimaisuuskehys (n=66) alleviivasi Remedyn suomalaisuutta sekä espoolaisia juuria. Suomalaisuus nostettiin esiin käsiteltäessä globaaleja pelimarkkinoita, kun taas espoolaisuutta korostettiin kotimaisen peliteollisuuden viitekehityksessä. Tämä kehys sisälsi runsaasti kansallistunteeseen ja -ylpeyteen liittyviä puheenvuoroja. Ajoittaisella paatoksellaan ja varauk-

settomalla ylistyksellään se kytkeytyi vahvasti urheilujournalismin perinteeseen. Toisaalta tässä kehyksessä luotiin myös paineita ja odotuksia Remedyn pelien menestymisen suhteen.

1990-luvun puolivälissä suurin yksittäinen peruste kotimaisuuskehityksen käytölle oli suomalaisen digipeliteollisuuden uutuudenviehätys. Peleillä ei ollut kotimarkkinoita, vaan pelistudiot tähtäsivät suoraan globaaleille markkinoille kansainvälisen yhteistyön kautta. Remedyn alkutaipaleella tekijätiimin nuorta ikää korostettiin kutsumalla heitä ”suomalaispojiksi”, jotka olivat saaneet amerikkalaiselta julkaisijalta valtavan summan rahaa pelinsä tekoon (HS 5.8.2001). Tämä ”pojittelu” tehtiin kuitenkin ilman vähättelyä, mutta se alleviivasi alan viitaalisuutta, sukupuoliasetelmaa ja ehkä myös tietynlaista viattomuutta.

Mielenkiintoisimmat yksittäiset elementit tämän kehityksen sisällä olivat kansallistunteeseen vetoavat urheilumenestysvertaukset, joilla on pitkät perinteet suomalaisessa pelijournalismissa. Näitä ilmaisuja on vuosien saatossa leimannut niin huumori kuin paatoskin. Niiden käyttö voidaan johtaa *MikroBitistä* ja *Pelit*-lehdestä tutun Niko Nirvin peliarvosteluihin 1980-luvun puolivälissä. Urheiluvertaukset olivat erityisen suosittuja *Max Paynen* kohdalla. Sen ja Eidos Interactiven tuottaman *Hitman: Codename 47* (2000) -pelin välille haettiin humoristisista kilpailuasetelmaa nimeämällä niiden kamppailu samasta pelaajakohderyhmästä Ruotsi–Suomi-maaoitteluksi (Pelit 10/99). Perusteena tälle toimi ruotsalaisen pelisuunnittelijan rooli *Hitmanin* tuotannonjohtajana. *Pelit*-lehden (8/01, 28) arvostelussa *Max Paynen* tulevaa menestystä kansainvälisillä pelimarkkinoilla verrattiin maailmanmestaruuksien voittamiseen. Se määriteltiin myös suomalaisen peliteollisuuden monumentiksi heti ilmestyttyään.

Kukaan suomalainen, joka suhtautuu intohimoisesti pelaamiseen, tuskin pystyy asennoitumaan kiihkotta Max Payneen. Pelistä on vuosien mittaan kasvanut elämää suurempi monumentti kotimaiselle peliteollisuudelle, ja sen menestys maailmalla merkitsee vähintään yhtä paljon kuin urheilusankarien maailmanmestaruus.

Ilta-Sanomat (11.9.2001) puolestaan otti urheilumenestyksen rinnalle teknologiateollisuuden saavutukset, kun se vertasi Remedyn menestystä juoksija Hannes Kolehmaisena, kilpa-autoilija Mika Häkkisen sekä Nokian menestykseen. Populaarikulttuurin tuote nostettiin tasavertaisena tähän joukkoon sen tehdessä Suomea kansainvälisesti tunnetuksi:

Viime vuosisadan ensimmäisellä puoliskolla Suomi juostiin maailmankartalle. 90-luvulla ajettiin 300 kilometrin tuntivauhdilla formularadoilla ja yhdistettiin ihmiset langattomasti. 2000-luvun alku on Max Paynen, tietokonepelin, josta suomalainen Remedy Entertainment onnistui kehittämään maailmansensation.

Siinä missä *Death Rallyn* kotimaisuuskehitys painotti syntyä, paikallisuutta ja juuria, korosti *Max Paynen* vastaava suomalaisten sankareiden maailmanvalloitusta. Kehys oli siirtynyt tarinallisesti uuteen vaiheeseen, jossa kotimaisuutta kehystettiin suhteessa eri instituutioiden ja alojen samankaltaisiin urotöihin.

Alan Waken kohdalla valtamedia jatkoi Remedyn suomalaisuuden ja espoolaisuuden korostamista (HS 21.3.2010b; IS 25.3.2010; 15.5.2010). *Pelit*-lehti (1/10) taas satoi pelin menes-

tysodotukset suomalaiseseen kansallisyylpeyteen. Kotimaisuuskehukseen kuuluivat myös jutut Remedyn tekemästä yhteistyöstä kotimaisten kulttuurialan ammattilaisten ja taitelijoiden kanssa (IS 30.1.2007; HS 24.1.2009; Pelit 5/10). *Controlin* kohdalla tällainen kirjoittelu kiinnittyi vahvasti näyttelijä Martti Suosalon ympärille, osittain siitä syystä, että hän oli ensimmäinen puheroolin omannut suomalaisnäyttelijä Remedyn peleissä (IS 17.8.2019; HS 27.8.2019a; Pelit 9/19).

Kulttuurikehys: digitaaliset pelit taiteena ja kulttuurituotteina

Kulttuurikehyksessä (n=28) digitaalisia pelejä hahmoteltiin taidemuotona. Sen alla tehtiin viittauksia muihin kulttuurimuotoihin ja teoksiin sekä käytiin keskustelua pelimedian yhteiskunnallisesta asemasta. Muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta kulttuurikehys nousi esiin pääasiallisesti valtamedian julkaisuissa. Peruste tälle oli varsin yksinkertainen. *Pelit*-lehden kohdeyleisölle oli selvä, että digitaaliset pelit edustivat kulttuuria, kun taas sanomalehdistö osallistui enemmän julkiseen keskusteluun pelimedian sosiaalisesta merkityksestä.

Death Rallyn aikalaiskirjoittelusta ei kulttuurikehystä löydy. Se nousi takautuvasti esiin vasta 2010-luvun alussa, kun peliä käytettiin esimerkkinä Remedyn alkupään tuotannosta (M-Brain 3.3.2012). Kulttuurikehys aktivoitui vasta lehtikirjoittelussa *Max Payne* -pelistä, mutta käsittelytapa noudatteli vakiintunutta tyyliä, jolla uusia kulttuurimuotoja suhteutettiin vanhempiin. Se ponnisti kulttuuriteollisuuden ja luoviin aloihin liittyvästä laajemmasta keskustelusta (ks. esim. Eskelinen 2005).

Media- ja populaarikulttuurin eri muotojen välinen vertailu on kuulunut digitaalisten pelien kritiikin konventioihin jo 1980-luvulta lähtien (Suominen 2011). Teemallisesti *Max Payne*a verrattiin muun muassa John Woon ja Quentin Tarantinon elokuvaan (Pelit 10/98; IS 11.9.2001). Kenttäsuunnittelun suorat visuaaliset lainaukset *The Matrix* (1999) -elokuvasta herättivät myös journalistien mielenkiinnon (Pelit 5/01). Max Paynen hahmo rinnastettiin puolestaan dekkarikirjailija Raymond Chandlerin luomaan kuvitteelliseen yksityisetsivään Philip Marloween (HS 5.8.2001). Viittaukset arvostettuihin kulttuurituotteisiin loivat kuvaa Remedyn pelien kulttuurisesta rikkaudesta ja sisällöllisestä syvällisyydestä sekä tekivät uutta pelimediaa tutuksi muiden kulttuurimuotojen kuluttajille. Peli ei ollut yksinkertaista tusinatavaraa vaan interaktiivinen tuote, joka ammensi vaikutteita muista lähteistä. *Max Payne*a koskeva kirjoittelu tulee sijoittaa myös ajalliseen kontekstiin, sillä 2000-luvun alussa tarinavetoiset, elokuvien estetiikkaa imitoineet pelit olivat vielä harvinaisuus. Elokuvaoskeuksien myynnin vuoksi *Max Payne* kohotettiin samalle jalustalle kotimaisten kulttuuriklassikoiden kanssa (Taloussanomien 13.1.2004b):

Suomalaisista peliyhtyrityksistä menestynein on Remedy Entertainment, joka on tässäkin suhteessa pärjännyt muita paremmin. Max Payne -pelin tuottanut Remedy Entertainment myi pelin elokuvaoikeudet Miramax-elokuvayhtiölle. Ennen Remedyä vastaavaan on suomalaisista pystynyt vain Mika Waltari teoksellaan Sinuhe Egyptiläinen.

Remedyn seuraavien pelien kohdalla tilanne taas muuttui. Sanoma- ja pelilehdistö ei kiinnittänyt huomiota *Alan Waken* runsaslukuisiin intertekstuaalisiin viittauksiin (Harvola 2010).

Media keskittyi sen sijaan listaamaan pelin inspiraation lähteinä toimineita televisiosarjoja ja kirjailijoita (IS 29.7.2005; 15.5.2010; Pelit 4/10). *Quantum Breakin* kohdalla lehdistö ei alleviivannut pelin sisältämiä populaarikulttuuriviitteitä, paria poikkeusta lukuun ottamatta (Pelit 9/2014). Tämä kertoi osaltaan digitaalisen pelimedian yhteiskunnallisen merkityksen muutoksesta. Digipelejä ei enää tarvinnut sitoa muihin perinteisempiin mediamuotoihin, jotta ne olisivat olleet uskottavia kulttuurituotteita. Viitteet amerikkalaiseen populaarikulttuuriin palasivat kuitenkin lehtikirjoitteluun *Controlista*. Tämä näkyi myös kulttuurikehityksen määrällisenä lisääntymisenä tutkimusmateriaalissa. Suunnanmuutoksen tarkoituksena oli jälleen korostaa pelin esteettistä syvällisyyttä. Pelin synkän surrealistista yleisilmettä verrattiin David Lynchin elokuva- ja televisiotuotantoon (HS 27.8.2019a) ja sen kenttäsuunnittelun kerrottiin saaneen vaikutteita arkkitehtuurin brutalismista (IS 15.4.2019b; Pelit 4/19). Viitteet uusikumman kirjallisuusgenreen (ks. esim. Weinstock 2016, 183–186) alleviivasivat pelin kafkamaista yleistunnelmaa (HS 4.11.2018; HS 27.8.2019c).

Siinä missä kotimaista musiikkivientiä käytettiin vertailukohtana talouskehityksessä, asetettiin kulttuurikehityksessä pelimedia vastakkain kotimaisen kirjallisuuden ja elokuvan kanssa. Nyt korostettiin pelien saavuttamia miljoonayleisöjä, jotka toimivat osoituksena niiden vaikuttavuudesta. Tämän perusteella lehdissä julkaistiin puheenvuoroja, joissa peräänkuulutettiin pelikulttuurille enemmän arvostusta sekä taloudellista tukea (IS 14.5.2010b).

Pelaajakehys: pelikokemuksia ja kohderyhmätyypittelyä

Pelaajakehys (n=15) sisälsi pelien kohdeyleisöihin sekä pelaajien toimijuuteen liittyviä näkökulmia. Se esiintyi pääasiallisesti ennakoartikkeleissa ja peliarvioissa. Tämä kehys oli tutkimusaineistomme mediakehysistä määrällisesti pienin. Yhtenä syynä sen vähäiselle käytölle voidaan pitää pelimediaan liittyvää julkista keskustelua, joka keskittyy varsin usein talouteen tai uhkakuviin (ks. esim. Kuorikoski 2018). *Pelit*-lehdessä kehys oli taustalla ilman sen erityisempää korostamista, sillä lehden periaatteena oli tuottaa materiaalia niin sanotusti pelaajilta pelaajille.

Death Rallyn lehtikirjoittelusta pelaajakehystä ei löydy. *Max Paynenkin* osalta se jäi varsin kevyeksi ja keskittyi lähinnä pelaajien odotusten spekulointiin, jotka perustuivat pääasiallisesti kotimaisen pelilehdistön julkaisemiin ennakoartikkeleihin (Pelit 4/98; 5/00). Mediassa profiloitiin satunnaisesti myös Remedyn pelien pääkohderyhmää. *Max Paynen* kohdalla se muodostui 20–30-vuotiaista miehistä (IS 3.8.2001). *Alan Waken* kohdeyleisöksi määriteltiin työssäkäyvät aikuiset miehet (M-Brain 26.10.2007). *Quantum Breakin* uutisoinnissa ei suoraan määritetty keskimääräistä asiakasta vaan se esitettiin ”pelaajan pelinä” (IS 11.2.2016). Termi viittaa ei-kasuaaliseen pelikokemukseen,¹⁹ jossa peli ei ole helposti lähestyttävä vaan vaatii kokemusta ja tietotaitoa pelaamisesta. *Controlin* tapauksessa puhuttiin miespuolisista hardcore-pelaajista,²⁰ jotka käyttivät pelaamiseen runsaasti aikaa ja rahaa (HS 19.8.2019).

Keskustelu pelaajien tekemien valintojen merkityksellisyydestä oli myös osa tätä kehystä. Valinnanvapauden kautta hahmoteltiin Remedyn pelisuunnittelufilosofian kehitystä, mutta myös sen suunnitteluratkaisujen konservatiivisuutta. Kujanjuoksumaisessa *Max Paynessa* pelattavuus alistettiin tarinan ehdoille (Pelit 5/00). Näin ollen myös pelaajan

valinnanvapaus oli erittäin rajallinen. Tarinavetoisuutensa puolesta *Alan Wake* määriteltiin taas syvälliseksi pelikokemukseksi, jossa pelaaja oli vuoroin sekä katsoja että aktiivinen toimija (IS 11.5.2010). Lehtikirjoittelu *Quantum Breakista* keskittyi korostamaan pelaajan tekemien valintojen vaikutusta pelin etenemiseen (IS 12.2.2016; 1.4.2016; Pelit 9/15). *Controlin* kohdalla taas korostettiin Remedyn valmiutta rikkoa nykypelisuunnittelun lainalaisuuksia tavanomaista rikkaamman ja omalaatuisemman pelikokemuksen saavuttamiseksi (HS 27.8.2019a).

Remedyn menestystarina ja mediakehysten muutos

Artikkelimme toimii avauksena kotimaisen pelijournalismin ja sen mediakehysten tutkimukselle. Jatkotutkimus voisi käsitellä laajemmin suomalaisia pelijulkaisuja yksittäisten mediakehysten kautta. Tämän kaltainen tarkastelu mahdollistaisi syvemmän vuoropuhelun aiemman tutkimuksen kanssa. Esimerkiksi kulttuurikehystä voisi kontekstualisoida suhteessa yleisempään luovia aloja ja kulttuuriteollisuutta käsittelevään tutkimukseen, talouskehystä voisi verrata muita kulttuurivientituotteita käsittelevään lehtikirjoitteluun tai kotimaisuuskehysten retoriikkaa voisi analysoida rinta rinnan toisten suomalaisten menestysalojen diskurssien kanssa.

Tutkimuksemme osoittaa, että Remedyn menestystarinaa rakennettiin satojen lehtijutujen kautta. Jutut kiinnittyivät kuuden mediakehysten alueelle, joissa kaikissa tapahtui muutoksia 1990-luvun lopulta tähän päivään. Kaikki mediakehykset eivät kuitenkaan aktivoituneet lehtikirjoittelun alussa. Tarkastelemalla mediakehysten ajallista kehitystä voimme analysoida tätä tarinallista kaarta yksityiskohtaisesti. Tämä kehitys oli osittain päällekkäistä, ja yksittäisten kehysten muutokset vaikuttivat toisten sisältöihin.

Punaisena lankana Remedyn menestystarinassa toimi selonteko siitä, miten pienen ydinryhmän harrastus muuttui ammattimaiseksi liiketoiminnaksi ja miten yritys kasvoi vuosien saatossa pienestä autotaliyrityksestä pörssiyritykseksi. Kyseisen tapahtumakulun esitys ei ole ollut pelkkää tasaista ylistystä vaan sisälsi myös dramaturgisen kaaren mukaisia nousuja ja laskuja. Remedy esitettiin yrityksenä, joka oli liiketaloudellisesti innovatiivinen mutta joka suhtautui pelisuunnitteluun varsin konservatiivisesti. Yhtiö pyrki tuotannoissaan toistamaan yhä uudestaan *Max Paynen* menestysreseptiä, johon kuuluivat yksinpelimuoto, tarinavetoisuus sekä fyysisen todellisuuden muuntelu. Tätä mallia päivitettiin lisäämällä siihen yksittäisiä pelisuunnittelutrendien elementtejä, mutta useat artikkelit kuitenkin viestittivät, että tekniset taidonnäytteet olivat Remedylle uusia peli-ideoita tärkeämpiä. Yrityksen listautuminen pörssiin vuonna 2017 päätti myös yhden tarinallisen kaaren. Vielä 2010-luvun alussa Remedyn yrityskuvassa oli aavistus jäljellä sen alkuperäistä demoskenetaustaa, jossa sen korostettiin olevan työntekijöidensä omistama yritys.

Teollisuuskehysten rinnalla tarkasteltiin erittäin merkittävää taloudellista ja kulttuurista käännettä, jossa digitaaliset pelit siirtyivät marginaalista valtavirtaan. Tämä havannollistui konkreettisenä numeraalisena muutoksena kansainvälisen peliteollisuuden liikevaihdon kasvaessa 30 miljardista 120 miljardiin euroon. *Max Paynen* nouseminen myyntihitiksi legitimoiti osaltaan pelaamisen asemaa kulttuurimuotona sekä toi uskottavuutta koko kotimaiselle peliteollisuudelle. Lehdistöissä tämä näkyi vertailuina muihin kulttuurivientialoihin.

Pelilehdistön nostattama hypetys säteili ajoittain myös valtamedian puolelle, kun suomalainen osaaminen saavutti kansainvälistä menestystä. Kulttuurikehyksen aktivoituminen julkisessa keskustelussa kertoi osaltaan pelimedian yhteiskunnallisen merkityksen kasvusta sekä sen ilmaisukyvyyn kehittymisestä. Pelit kasvoivat kulutustuotteista kulttuurivientituotteiksi, joissa yhdistyvät pelitekniinen osaaminen ja sisällöntuotanto, joka ammensi inspiraationsa muusta populaarikulttuurista.

Menestystarinan kerronnan tapaa muokattiin olosuhteiden muuttuessa. Kun jokin tarinan osatekijöistä ei enää kantanut, sen toistaminen hiipui tai sen ylläpito siirtyi uusille toimijoille. Tämä käytäntö näkyi ehkä selvimmin talouskehyksessä, kun myyntilukujen painotus vaihtui Remedyn liikevaihdon ja pelituotantojen budjettien tarkasteluun taloudellisen menestyksen mittarina. Painopisteen muutos oli kytköksessä pelimedian valtavirtaistumiseen.

Talous- ja kulttuurijournalismista tuttuun tyyliin lisäksi artikkeleissa hyödynnettiin myös urheilujournalismille ominaista romantisoitua ja mytologisoitua. Urheiluvertausten käyttö kiinnitti Remedyä koskevan kirjoittelun laajempaan suomalaisen pelijournalismin historialliseen kontekstiin, jonka juuret ulottuvat aina 1980-luvulle. Kyseinen retoriikka pyrki nostamaan peliteollisuutta suomalaisuutta edustavien kulttuuri-instituutioiden joukkoon, jota urheilu eittämättä maassamme edustaa. Näitä mairittelevia vertauksia ei myöskään käytetty löyhästi, vaan ne oli varattu kaupallisille läpilyönneille.

Pelijournalismia on pidetty peliteollisuuden käsikassarana (Nieborg ja Sihvonen 2009). Kotimainen erikois- ja yleismedia on tarkastellut suomalaista peliteollisuutta hyvin myönteisestä näkökulmasta aina 1980-luvulta lähtien (Pasanen ja Suominen 2018, 32–39). Alan käsittelyyn on liittynyt oleellisena osana myös tietynlainen kansallistunne ja -ylpeys. Kyseinen konventio nousi esiin myös Remedyä koskevassa lehtikirjoittelussa ja kulminoitui *Alan Waken* ilmestymiseen. Yhtiön käsittely muuttui kuitenkin kriittisemmäksi seuraavien julkaisujen myötä. Tämä kumpusi osittain siitä, että Remedyn pelit eivät nousseet enää kansainväliseksi myyntihiteiksi, mutta myös tietyistä pelisuunnitelmallisista ratkaisuista. Lisäksi yhtiö menetti asemansa kotimaisen pelinkehityksen yksinäisenä kiintotähtenä mobiili- ja kasuaalipelaamisen kasvun myötä. Remedyn rinnalle nousi Rovion ja Supercellin kaltaisia yrityksiä median huomiota jakamaan.

Kiitokset

Kiitämme Media @ viestintä -lehden toimituskuntaa, toimitussihteeriä ja arvioitsijoita sekä Turun yliopiston digitaalisen kulttuurin tutkimusseminaarin osallistujia kommentista. Tutkimus on tehty osana Suomen Akatemian rahoittamaa Pelikulttuurien tutkimuksen huippuyksikköä (rahoituspäätös 312396).

Viitteet

- 1 Vuonna 2018 suomalaisen peliteollisuuden liikevaihto oli noin 2,1 miljardia euroa (Neogames 2019).
- 2 Termi "AAA" tai "tripla-A" viittaa peleihin, joilla huomattavat tuotanto- ja markkinointibudjetit.
- 3 MediaAuditFinlandin LT ja KTM (2019) tilastojen mukaan HS:n levikki on noin 340 000 kappaletta ja sen kokonaistavoitavuus on noin 1,7 miljoonaa lukijaa. IS:n kokonaistavoitavuus on 2,4 miljoonaa lukijaa.
- 4 Remedy'n ensimmäinen pelijulkaisu, *Death Rally*, yhdisteli ammunta- ja ajopelien mekaniikkoja. Noin 100 000 kappaletta myynyt peli oli myyntimenestys oman aikansa mittareilla. *Death Rally* on sinänsä erikoisuus Remedy'n tuotannossa muihin yhtiön julkaisuihin verrattuna, sillä se ei ole tarinavetoinen vaan luottaa puhtaaseen toimintaan.
- 5 Remedy'n perustamisen taustalla toimi demoryhmä Future Crew. Demoskene on digitaalisen kulttuurin alamuoto, joka keskittyy audiovisuaalisesti näyttävien tietokonedemojen ohjelmointiin ja esittelyyn. Suomessa tämä alakulttuuri syntyi 1980-luvulla suosittujen Commodore 64 (C64) ja Amiga 500 -kotitietokoneiden ympärille. Ks. Reunanen (2017).
- 6 *Max Payne* (2001) oli kolmannen persoonan näkökulmasta kuvattu ammunta- ja ajopeli, joka imitoi hongkongilaisten toimintaelokuvien estetiikkaa. Pelin tuottajana toimi jälleen 3D Realms. *Max Payne*n keskeisin piirre oli sen taistelumekaniikassa käytetty aikaa hidastava bullet time -efekti. Tehokeinon teki alun perin tunnetuksi *The Matrix* (1999) -elokuva. Pelistä ilmestyi myös jatko-osa vuonna 2003. Molemmat pelit myivät maailmanlaajuisesti yhteensä noin kahdeksan miljoonaa kappaletta (Kuorikoski 2014, 65). *Max Payne*sta muodostui eräänlainen tyyllinen valumuotti Remedy'n pelituotannoille. Sitä seuranneita Remedy'n pelijulkaisuja kuvailtiin järjestään tarinavetoisiksi.
- 7 Ks. Ylen tv-uutiset ja sää, "Max Payne kansainvälisille markkinoille", 25.7.2001.
- 8 Pelinteen kontekstissa väliohjelmistot viittaavat kolmansien osapuolten tekemiin ohjelmistokomponentteihin, jotka nopeuttavat ja helpottavat pelintekoa. Esimerkkinä voidaan mainita vaikkapa Remedy'n *Alan Wakessa* käyttämä Havok-fysiikkamoottori.
- 9 *Alan Wake* — selviytymiskauhupelien elementtejä sisältävä psykologinen trilleri — ammensi inspiraationsa muun muassa Stephen Kingin ja David Lynchin tuotannosta. Peli julkaistiin yksinomaan Microsoftin Xbox 360 ja Windows -alustoille. *Alan Wakea* myytiin lisäosineen noin viisi miljoonaa kappaletta.
- 10 Scifi-toimintapeli *Quantum Break* oli huipentuma Remedy'n tv-sarjamaisille pelituotannoille. Se jatkokehitti pelielementtejä, jotka esiteltiin jo *Max Paynessa* yli vuosikymmen aikaisemmin. Peli jatkoi Remedy'n yhteistyötä Microsoftin kanssa.
- 11 Pelimediakehyksessä arvoitettiin myös digipelien eri muotoja vertailemalla mobiilipelejä PC- ja konsolipeleihin (Pelit 9/19). Perustelu tälle arvottamiselle oli hyvin yksinkertainen. Pelilaitteistoille tehdyt pelit ovat huomattavasti työlämpiä ja kalliimpia tuottaa ja ne tarjoavat huomattavasti rikkaamman pelikokemuksen niiden teknologisen ylivoimansa vuoksi. Tällaiset narratiivit korostivat Remedy'n erikoisosaamista.
- 12 Listautuminen pohjoismaisille kasvuyrityksille tarkoitettulle First North -listalle oli varsin onnistunut, sillä Remedy'n osake yliermeittiin 8,5-kertaisesti (IS 22.5.2017).
- 13 *Control* jatkoi edelleen Remedy'n kolmannesta persoonasta kuvattujen toimintapelien sarjaa. Peli oli suoraviivaisempi edeltäjiinsä verrattuna, vaikka rakentuikin vahvasti tarinan ympärille. *Controlin* PC-versiota myytiin yksinoikeudella Epic Game Store -digitaalisen jakelupalvelun kautta.
- 14 *Max Payne* ei ollut suinkaan ensimmäinen miljoonamyynyt yltänyt suomalaispeli, vaan tämä saavutus menee Housemarquen *Supreme Snowboarding* (Infogames 1999) -pelin nimiin.
- 15 Samainen vertailu esiintyy myös osittain kulttuurikehityksessä, jolloin menestyksen mittarina eivät ole taloudelliset tekijät vaan levinneisyyden kautta saavutettu vaikuttavuus.
- 16 Lehti paneutui artikkeleissaan yksityiskohtaisesti muun muassa MAX-FX-pelimoottoriin, kenttäeditoriin, pelihahmojen mallinnukseen sekä pelissä käytettävien aseiden animointiin ja simulointiin.
- 17 Pelimoottori on ohjelmointikehyksessä, jonka päälle varsinaisen peli rakennetaan. Se pitää sisällään esimerkiksi animaation, äänen, fysiikkamoottorin, tekoälyn ja ohjelmointikielen.
- 18 Ohjelmistokehyksessä on ohjelmoinnin apuvälineenä toimiva sovellusrunko, jonka päälle ohjelmoija kirjoittaa omaa koodiaan.
- 19 Ei-kausalliset pelit on suunnattu tietyn kohderyhmän peliharrastajille, siinä missä yksinkertaisemmat kasuaaliset pelit on suunnattu suuremmille massoille.
- 20 Hardcore-pelaaja on yksi pelaajatyyppeistä, jotka kulutukseen perustuvassa luokittelussa (Ip ja Jacobs 2005). Se viittaa ihmisiin, joiden pääasiallinen harrastus on pelaaminen. He ovat pelikulttuurista hyvin perillä olevia kuluttajia, jotka käyttävät harrastukseensa runsaammin resursseja kuin kasuaalipelaajat, jotka pelaavat ainoastaan satunnaisesti.

Kirjallisuus

- Dooley, Brendan. 2015. "Media and History." Teoksessa *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2nd Edition, Volume 15*, toimittanut James D. Wright, 11–18. Amsterdam: Elsevier. <https://dx.doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.62144-X>.
- Entman, Robert. 1993. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43 (4): 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.
- Eskelinen, Markku. 2005. *Pelit luovassa taloudessa*. Sitran raportteja 51. Helsinki: Sitra.
- Fisher, Howard D. 2015. "Sexy, Dangerous—and Ignored: An In-Depth Review of the Representation of Women in Select Video Game Magazines." *Games and Culture* 10 (6): 551–70. <https://doi.org/10.1177/1555412014566234>.
- Goffman, Erving. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row.
- Harju, Aki ja Erkki Karvonen. 2016. "Lipeä yllätti Talvivaaran: Onnettomuuden narratiivi ja onnettomuuskehys kaivoskirjoittelussa." *Media & viestintä* 39 (3): 184–208. <https://doi.org/10.23983/mv.61420>.
- Harvola, Aino. 2010. "Alan Wake ja intertekstuaalisuus mediahuomion väliin." Teoksessa *Pelitutkimuksen vuosikirja 2010*, toimittaneet Suominen, Jaakko, Frans Mäyrä, Raine Koskimaa ja Olli Sotamaa, 159–71. Tampere: Tampereen yliopistopaino. Luettu 11.1.2021. <http://www.pelitutkimus.fi/vuosikirja2010/ptvk2010-15.pdf>.
- Herkman, Juha. 2015. "Pelkkää retoriikkaa? Populismin kehykset Helsingin Sanomissa ja Ilta-Sanomissa vuoden 2011 eduskuntavaalien yhteydessä." *Media & viestintä* 38 (2): 74–89. <https://doi.org/10.23983/mv.62098>.
- Hiltunen, Koopee ja Suvi Latva. 2013. *Pelitoollisuus – kehityspolku*. Helsinki: Tekes.
- Ikäheimo, Hannu-Pekka ja Olli Seuri. 2020. "Vuosipäiväjournalsmi historian tulkitsijana ja nykyisyyden muokkaajana: Kehysanalyttinen tutkimus EU:n historiaa käsittelevistä vuosipäiväjutuista kolmessa suomalaisessa päivälehdessä." *Media & viestintä* 43 (2): 124–49. <https://doi.org/10.23983/mv.95673>.
- Ip Barry ja Gabriel Jacobs. 2005. Segmentation of the Games Market Using Multivariate Analysis. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* 13 (3): 275–287. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jt.5740154>
- Kirkpatrick, Graeme. 2012. "Constitutive Tensions of Gaming's Field: UK Gaming Magazines and the Formation of Gaming Culture." *Game Studies* 12 (1). Luettu 11.1.2021. <http://gamestudies.org/1201/articles/kirkpatrick>.
- Kirkpatrick, Graeme. 2017. How gaming became sexist: a study of UK gaming magazines 1981-1995. *Media, Culture & Society* 39 (4): 453–68. <https://doi.org/10.1177/0163443716646177>
- Kristensen, Nete Nørgaard. 2019. "Cultural Journalism – Journalism about Culture." *Sociology Compass* 13 (e12701): 1–13. <https://doi.org/10.1111/soc4.12701>.
- Kortti, Jukka. 2016. *Mediahistoria. Viestinnän merkityksiä ja muodonmuutoksia puheesta bitteihin*. Tietolipas 250. Helsinki: SKS.
- Kuypers, Jim A. 2009. "Framing Analysis." Teoksessa *Rhetorical Criticism: Perspectives in Action*, toimittanut Jim A. Kuypers, 181–203. Lanham: Lexington Books.
- Kuorikoski, Juho. 2014. *Sinivalkoinen pelikirja – Suomen pelialan kronikka 1984–2014*. Saarijärvi: Fobos Kustannus.
- Kuorikoski, Juho. 2018. *Pelitaiteen manifesti*. Helsinki: Gaudeamus.
- Laine, Antti ja Riikka Turtiainen. 2018. "Urheilujournalismi vallan vahtikoirana? Tapauskohtaisessa tarkastelussa huippu-urheilun muutostyötä käsittelevä uutisointi suomalaisissa sanomalehdissä." *Media & viestintä* 41 (4): 280–301.
- Lappalainen, Elina. 2015. *Pelien valtakunta: miten suomalaiset peliyhtiöt valloittivat maailman?* Jyväskylä: Atena.
- MediaAuditFinland. 2019. "KTM 2019 lukijamäärät ja kokonaistavoittavuudet." Luettu 11.1.2021. <https://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2020/03/Lukijamaarat2019.pdf>.
- MediaAuditFinland. 2019. "LT ja JT tarkastustilasto 2019." Luettu 11.1.2021. <https://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2020/08/LT-tilasto-2019.pdf>.
- Mäkelä, Janne. 2009. "Alternations. The Case of International Success in Finnish Popular Music." *European Journal of Cultural Studies* 12 (3): 367–82. <https://doi.org/10.1177/1367549409105369>.
- Neogames. 2019. "The Game Industry of Finland: Report 2018." Tampere: Neogames Finland ry. Luettu 11.1.2021. <http://www.neogames.fi/wp-content/uploads/2019/04/FGIR-2018-Report.pdf>.
- Nieborg, David ja Tanja Sihvonen. 2009. "The New Gatekeepers: The Occupational Ideology of Game Journalism." Teoksessa *Proceedings of the 2009 DiGRA International Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory*. Lontoo: DiGRA. Luettu 11.1.2021. <http://www.digra.org/wpcontent/uploads/digital-library/09287.29284.pdf>.

- Nye, David E. 1997. *Narratives and Spaces: Technology and the Construction of American Culture*. New York: Columbia University Press.
- Pasanen, Tero ja Jaakko Suominen. 2018. "Epäonnistunut yritys suomalaisen digitaalisen peliteollisuuden käynnistämiseksi: Amersoft 1984–1986." *Lähikuva* 31 (4): 27–47. <https://doi.org/10.23994/lk.77932>.
- Perreault, Gregory ja Tim Vos. 2020. "Metajournalistic Discourse on the Rise of Gaming Journalism." *New Media & Society* 22 (1): 59–76. <https://doi.org/10.1177/1461444819858695>.
- Raatikainen, Olli. 2009. "Dynaaminen tuotesijoittelu kolmiulotteisissa videopeleissä – uhka vai mahdollisuus?" Teoksessa *Pelitutkimuksen vuosikirja 2009*, toimittaneet Suominen, Jaakko, Raine Koskimaa, Frans Mäyrä ja Olli Sotamaa, 82–90. Tampere: Tampereen yliopisto. Luettu 11.1.2021. <http://www.pelitutkimus.fi/wp-content/uploads/2009/08/ptvk2009-07.pdf>.
- Railo, Erkkä ja Paavo Oinonen. 2012. "Mediasta historiaa." Teoksessa *Media historiassa*, toimittaneet Railo, Erkkä ja Paavo Oinonen, 7–24. Historia Mirabilis 9. Turku: Turun Historiallinen Yhdistys, 2012.
- Reese, Stephen D. 2011. "Finding Frames in a Web Culture: The Case of War in Terror." Teoksessa *Doing Frame Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*, toimittaneet Kuypers, Jim A. ja Paul D'Angelo, 17–42. New York: Routledge.
- Reunanen, Markku. 2017. "Times of Change in the Demoscene: A Creative Community and Its Relationship with Technology." Väitöskirja, Turun yliopisto. Luettu 11.1.2021. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-29-6717-9>.
- Rönkä, Anu-Liisa. 2011. "Matkapuhelinsäteily mediassa – Terveysriskikeskustelun kehysanalyysi." *Media & viestintä* 34 (2): 20–43.
- Saarikoski, Petri. 2004. *Koneen lumo: Mikrotietokoneharrastus Suomessa 1970-luvulta 1990-luvun puoliväliin*. Saarijärvi: Gummerus.
- Semetko, Holli A. ja Patti Valkenburg. 2000. "Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News." *Journal of Communication* 50 (2): 93–109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>.
- Silverstone, Roger, Eric Hirsch ja David Morley. 1992. "Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household." Teoksessa *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, toimittaneet Silverstone, Roger ja Eric Hirsch, 13–28. Lontoo: Routledge.
- Suominen, Jaakko. 2011. "Game Reviews as Tools in Construction of Game Historical Awareness in Finland, 1984-2010." Teoksessa *DiGRA '11: Proceedings of the 2011 DiGRA International Conference: Think Design Play*. Utrecht: Utrecht School of Arts, 2011. Luettu 11.1.2021. <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/11310.15375.pdf>.
- Suominen, Jaakko. 2020. "Popular history: historical awareness of digital gaming in Finland from the 1980s to the 2010s." Teoksessa *DiGRA '20 – Proceedings of the 2020 DiGRA International Conference: Play Everywhere*. Tampere: DiGRA. Luettu 11.1.2021. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2020_paper_124.pdf.
- Therrien, Carl ja Martin Picard. 2016. "Enter the bit wars: A study of video game marketing and platform crafting in the wake of the TurboGrafx-16 launch." *New Media & Society* 18 (10): 23–39. <https://doi.org/10.1177/1461444815584333>.
- Van Gorp, Baldwin. 2010. "Strategies to Take Subjectivity Out of Framing Analysis." Teoksessa *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*, toimittaneet D'Angelo, Paul & Jim Kuypers, 85–109. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315642239>
- Weinstock, Jeffrey Andrew. 2016. "The New Weird." Teoksessa *New Directions in Popular Fiction: Genre, Distribution, Reproduction*, toimittanut Ken Gelder, 177–199. Lontoo: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-52346-4>.
- Zagal, José P., Amanda Ladd ja Terris Johnson. 2009. "Characterizing and Understanding Game Reviews." Teoksessa *FDG '09: Proceedings of the 4th International Conference on Foundations of Digital Games*, toimittanut Jim Whitehead, 215–222. New York: ACM. <https://doi.org/10.1145/1536513.1536553>