

Lajimurroksia ja ihmiskohtaloita: Nimihahmot urheilupelien tuotenimissä

Artikkeli

Jerkko Holmi
Turun yliopisto

Tiivistelmä

Urheiluvideopelit poikkeavat monella tapaa muista videopeleistä ja pelisarjoista. Luonteenomaista urheilupelisarjoille on ilmestyminen suhteellisen säännöllisesti ja pyrkimys jäljitellä esittämäänsä urheilulajia tai ainakin sen populaaria televisio- maista esitystapaa mahdollisimman tarkasti. Muista videopelikategorioista poiketen urheiluvideopelejä on lisensoitu ja myyty liittämällä pelin nimen yhteyteen todellisen henkilön nimi. Tässä artikkelissa tarkastelen pitkäikäisten videopelisarjojen, kuten *Madden NFL* ja *Tiger Woods PGA Tour*, kautta henkilön nimellä lisensoitujen pelien kategoriaa ja niitä yhdistäviä tekijöitä sekä pohdin pelien ja nimihahmojen elinkaareen vaikuttavia tekijöitä. Artikkelissani nostan esille urheilulajien ja pelien nimissä esiintyneiden henkilöiden kautta ilmeneviä ilmiöitä mestaruuksista kuolemaan saakka.

Avainsanat: brändi, lisensointi, nimike, urheiluvideopeli, videopelit

Abstract

Sports video games differ in many ways from other video games and game series. Sports games series are characterised by the fact that they appear relatively regularly and try to closely imitate the sport they present, or at least its popular televised representation. Unlike other categories of video games, sports video games are often licensed and sold by including the name of a real person to the name of the game. In this article, I examine the category of games licensed under a person's name through long-lived video game franchises such as *Madden NFL* and *Tiger Woods PGA Tour*, the factors linking them, and consider the factors that influence the life cycle of the games and their characters. In my article, I highlight the characteristics of the phenomena of sports and game titles, from championships to demise.

Keywords: brand, licensing, title, sports video game, video games

Johdanto

2000-luvun aikana videopelityyppinä merkitystään kasvattaneet urheiluvideopelit ovat nykypäivänä myös kasvava osa koko urheilutoimialan tulovirtaa (Cianfrone ja Zhang 2013, 2¹; Consalvo 2013, 99; Crawford ja Gosling 2009, 51–53; De Palma 2013, 1–2; Hillman ja Butterworth 2015, 153; Huntemann 2013, 177; Rosini, Marsh ja Rupp 2008, 14). Urheilulajeihin keskittyvät videopelit poikkeavat monella tapaa muista peleistä ja pelisarjoista omana saarekkeenaan. Luonteenomaista urheilupeleille on esimerkiksi se, että ne ilmestyvät pelisarjoina suhteellisen säännöllisesti ja niiden maailma (*realm*) pyrkii jäljittelemään tarkasti urheilulajiensa todellisuutta (Crawford, Muriel ja Conway 2019; Lankyung, Tan ja Bairner 2023, 1–2). Urheilupelit myös ilmestyvät hyvin samannimisinä esimerkiksi niin, että nimen tunnistettava runko-osa on aina sama, mutta vuoden tai version mukaan pelin ”järjestysnumero” vaihtuu (De Palma 2013, 2; Hruby, ei pvm.).² Koska urheilupelit liikkuvat pelimaailman ja todellisen maailman rajapinnassa, on niillä hyvin paljon kiinnekohtia myös yksityisiin henkilöihin – urheilupeleissä pääseekin hyvin usein ohjaamaan tai vähintäänkin käskyttämään oikeista ihmisistä luotuja mallinnuksia (Crawford ja Gosling 2009, 57–61; Crawford, Muriel ja Conway 2019, 940–944; De Palma 2013, 2; ”Football Games” 2014, 60; Lankyung, Tan ja Bairner 2023, 10–11).

¹Huom. Tieteellisestä artikkelista Cianfrone ja Zhang 2013 käytettävissä olevan version sivunumerot eivät vastaa alkuperäisessä julkaisussa ilmoitettuja (325–347). Tässä artikkelissa viitataan teoksesta tutkijan käytössä olevan version sivunumeroihin (1–30).

²Esimerkki tästä on artikkelissa käsiteltävä *Madden*-pelisarja, joka on ilmestynyt vuodesta 1993 lähtien joka vuosi nimellä *Madden NFL* ja jota seuraa pelin ilmestymisajankohdan sarjakautta kuvaava vuosiluku tai sen lyhenne.

Monista muista videopelikategorioista poiketen useita urheiluvideopelejä on vuosien saatossa myös lisensoitu ja myyty liittämällä pelin nimen yhteyteen todellinen henkilö ja hänen nimensä. Toisin sanoen pelin nimessä on suoraan mainittu jonkun lajiin olennaisesti liittyvän urheilijan³ tai valmentajan nimi. Tutkimusartikkelissani tarkastelen henkilön nimellä lisensoitujen pelien kategoriaa sekä pohdin pelien ja nimi-hahmojen elinkaareen vaikuttaneita tekijöitä. Tutkimukseni kohteeksi olen valikoinut ne urheiluvideopelisarjat, joissa saman pelisarjan sisällä eri peliversioissa saman henkilön nimi on esiintynyt vähintään kahdeksan kertaa. Tarkastelemani videopelisarjat ovat: *Madden NFL*, *Tony Hawk's*, *Colin McRae Rally*, *Jack Nicklaus*, *Tiger Woods PGA Tour* ja *Alexandra Ledermann*.⁴ Valitsemalla vain pitkäkestoisia pelisarjoja tutkimuksen kohteiden laajuus pysyy hallittavana ja tutkimuksessa on mahdollisuus tarttua tarkasteltavan ilmiön kannalta olennaisimpiin esiintymiin.

Pitkäkestoisten pelisarjojen valikoituminen tutkimuskohteeksi onkin luonnollinen valinta tutkimuksessani: artikkelissani vastaan erityisesti kysymyksiin, miten ja miksi joillekin pelisarjoille on valikoitunut yksittäinen urheiluhenkilö ilmentämään kyseistä urheilulajia niin pitkäkestoisesti. Toiseksi pohdin sitä, mikä merkitys yksittäisen henkilön nimen kiinnittämiseksi pelisarjan nimeen on ollut pelisarjojen elinkaaren aikana. Tutkimuksessani nostan yksittäisten urheilulajien tai pelisarjojen nimissä esiintyneiden henkilöiden kautta esiin ilmiöitä ja aiheita, joita tähän videopelien kokonaisuuteen liittyy. Esiin nousevat niin urheilijoiden oman henkilöbrändin rakentuminen kuin peliyhtiöiden tarpeet ja urhei-

³Artikkelissa *urheilijoilla* viitataan niihin, jotka kilpailevat itse urheilulajissa, ja *pelaajilla* niihin, jotka pelaavat (urheilu)videopelejä.

⁴Myös esimerkiksi jääkiekkoilija Wayne Gretzkyn nimellä on julkaistu kahdeksan peliä, mutta ne eivät ole kaikki osa samaa pelisarjaa ja jäävät siksi tarkastelun ulkopuolelle.

lulajien ominaispiirteet, jotka yhdessä muodostavat ilmiötä selittävän kokonaistulkinnan.

Ilmiötä on sen yleisyydestä huolimatta tutkittu niukalti. Varsinkin juuri pitkäkestoisesta henkilön nimen käytöstä videopelien nimikkeissä ei ole tehty tutkimusta. Nykyinen tutkimus onkin pitkälti keskittynyt lähinnä pelien sisällä tapahtuvaan (tuote)mainontaan ja sponsoreiden käyttöön (esim. Rosini 2008; Cianfrone ja Zhang 2013; De Palma 2013). Tutkimukseni tarjoaakin pelikehityksestä ja -markkinoinnista kiinnostuneelle lukijalle yhden lisätarttumapinnan siihen, miten urheiluvideopelien ja lisensoinnin suhdetta voi lähestyä.

Aluksi esittelen tutkimukseni primääriaineistoon, sen valintaan ja haasteisiin liittyviä huomioita sekä tutkimusmenetelmän. Sitten keskityn tutkimukseni tematiikan kannalta olennaiseen teoreettiseen pohjaan, joka painottuu urheiluvideopeleihin pelikategoriana sekä urheilijoiden henkilöbrändin käsittelyyn. Tämän jälkeen syvennyn artikkelissani tarkastelemaan ilmiötä yksi pelisarja kerrallaan. Johtopäätöksissä kokoon tutkimukseni keskeiset havainnot ja tarkasteluuni pohjaten esitän niistä huomioita.

Aineisto ja tutkimusmenetelmä

Urheilulajeihin keskittyvien pelien, joiden nimessä on oikean henkilön nimi, määrä on merkittävä. MobyGames-sivusto määrittelee tähän kategoriaan pelit, joiden otsikon osana on urheilijan tai urheilijoiden (tai valmentajien tai managerien) nimi (MobyGames, ei pvm.). Esimerkiksi EA Sportsin julkaisema jääkiekkovideopelisarja *NHL:n* pelit jäävät kategorian ulkopuolelle, vaikka näissäkin on lisensoituja urheilijoita, mutta heidän nimiään ei mainita pelin nimikkeessä tai urheilijan lisensoimia pelejä on vain yksittäisiä. Ensimmäinen löydettävissä oleva lisensoitu jalkapallovideopeli on vuonna 1979 käsikonsolina julkaistu *Match of the Day: Kevin Keegan's Electronic Action Soccer Game*, jonka nimekkeessä esiintyi englantilainen jalkapalloilija Kevin Keegan.

Internetissä on löydettävissä useampiakin videopelitetokantoja, jotka ovat koonneet kattavia listoja julkaistuista videopeleistä. Esimerkiksi verkkosivusto RAWG julistaa olevansa isoin videopelitetokanta, josta löytyy 873 646 eri videopeliä (tilanne 21.9.2024). Ongelmana kuitenkin on, että tietoa siitä, kuinka paljon eri pelejä on julkaistu henkilöiden nimillä, ei ole helposti saatavilla. Harva tietokanta esimerkiksi mahdollistaa etsimisen tällä tekijällä.

Paras tietokanta tällaisen tiedon etsimiseen onkin ollut MobyGames-sivusto, jonka tavoitteena on luetteloida kaikki videopeleihin liittyvä sivuilleen. Otsikon "Licensed title: Athletes" (lisensoitu nimike: urheilija) alle on kerätty 704 pelin (tilanne 21.9.2024) lista videopeleistä, joiden nimikkeessä oikean henkilön nimi esiintyy (MobyGames, ei pvm.). Lisäksi tämän artikkelin lähdeaineiston etsinnän apuna ovat toimineet listaukset eri urheilulajeihin liittyvistä videopeleistä (esim. Wikipedia, *Category:Skateboarding video games*). Näistä tietolähteistä olen yliopistoharjoittelijan avustuksella kerännyt listan urheiluvideopelejä ja -pelisarjoja. Tämän haarukseni tarkasteltavat videopelisarjat on listattu artikkelin johdannossa.

Paras tietokanta tällaisen tiedon etsimiseen onkin ollut MobyGames-sivusto, jonka tavoitteena on luetteloida kaikki videopeleihin liittyvä sivuilleen. Otsikon "Licensed title: Athletes" (lisensoitu nimike: urheilija) alle on kerätty 704 pelin (tilanne 21.9.2024) lista videopeleistä, joiden nimikkeessä oikean henkilön nimi esiintyy (MobyGames, ei pvm.). Lisäksi tämän artikkelin lähdeaineiston etsinnän apuna ovat toimineet listaukset eri urheilulajeihin liittyvistä videopeleistä (esim. Wikipedia, *Category:Skateboarding video games*). Näistä tietolähteistä olen yliopistoharjoittelijan avustuksella kerännyt listan urheiluvideopelejä ja -pelisarjoja. Tämän haarukseni tarkasteltavat videopelisarjat on listattu artikkelin johdannossa.

Oman haasteensa selvittämiseen on tehnyt se, että samaa peliä on saatettu myydä useilla eri nimillä eri puolilla maailmaa (Andrews ja Clift 2016, 200–208). Esimerkiksi englantilaisen jalkapalloilijan Paul Gascoignen nimellä markkinoitu *Gazza's Superstar Soccer* vuodelta 1989 tunnettiin Hollannissa ja Saksassa saksalaisen jalkapallomaalivahdin mukaan nimellä *Bodo Illgner's Super Soccer*. Lisäksi nimikkopelejä on saatettu jul-

kaista osana pelisarjaa, joiden muilla osilla on ollut geneerinen nimi. Näin on esimerkiksi amerikkalaisen jalkapallon sisäpeliversion *Arena Football League* -pelisarjassa, jossa yksi peli, *Kurt Warner's Arena Football Unleashed* (2000), on nimetty yhdysvaltalaisen pelinrakentajan Kurt Warnerin mukaan.

On siis selvää, että kattavan ja täydellisen listan löytäminen tai luominen kaikista urheilijoiden lisensoimista urheilupeleistä ei ole tässä kohtaa yksinkertaista. Tutkimukseni keskittyykin tulkitsemaan yksittäisten urheilulajien, henkilöiden ja pelisarjojen kautta erilaisia huomioita pelien nimikkohahmoihin ja erityisesti niiden pitkäkestoisuuteen liittyen.

Tutkimuksessani hyödynnän laadullista muodollista analyysiä (*formal analysis*), jossa pelien perustavanlaatuisia ja tietyllä tapaa vakioituja elementtejä on mahdollista tarkastella (Lankoski ja Björk 2015, 23–27). Jokaisella videopelillä on nimi, joka sille annetaan ja jolla sitä myydään. Tällaista universaalia ilmiötä on menetelmän avulla mahdollista tarkastella yhtä aikaa sekä yksittäisen pelisarjan sisäisten ominaisuuksien että pelisarjojen nimilisensointikäytäntöjä yhdistävien teemojen lähtökohdista. Aihetta on mahdollista tarkastella myös ilman pelillisten komponenttien tai videopelaajien vaikutusta, osana tuotteen muotoilua. Tarkasteluni fokus on siksikin enemmän pelituotannossa ja jossain määrin myös pelisuunnittelussa kuin itse pelikokemuksessa.

Jokaiseen videopeliin sisältyy sen ideoinnin, kehittämisen ja julkaisun aikana tietty määrä vakioituja toimintoja, jotka tapahtuvat yleensä hyvin samassa järjestyksessä. Riippumatta pelin luonteesta ja pelialustasta samat asiat tapahtuvat pelikehityksessä ennen kuin peli realisoituu. Tähän tarkasteluun on mahdollista soveltaa Lankosken ja Björkin muodollista analyysiä, joka kohdistuu pelaamiseen itseensä. Yksittäisten pelisarjojen tarkastelun myötä käy ilmi, että pelin sisäisiin komponentteihin liittyvät asiat ovat tekemässä ky-

seistä henkilöistä pelisarjoissaan merkityksellisiä. Vaikka nämä pelien komponentit eivät tutkimuksessani arvotakaan muodollisen analyysin mukaista tutkimustarkoitusta, tarjoavat ne kuitenkin juuri Lankosken ja Björkin analyysin keinoin tavan löytää tunnistettavia yksittäisen videopelin osatekijöitä, jotka määrittävät myös sitä, miksi sen nimikehahmo on merkityksellinen. Muodollisen analyysin soveltaminen myös peliaktin ylittävään osaan niveltyy hyvin niihin aspekteihin, jotka ovat suoraan johdettavissa Lankosken ja Björkin menetelmästä.

Muodollinen analyysi mahdollistaa sen, että pelin nimeämiseen, nimisponsorin valintaan ja niihin niveltyvään pelikehitykseen liittyviä elementtejä pystytään tarkastelemaan pelistä itsestään irrallisena prosessina. Vaikka pelin sisältö, pelin lopullinen tarkoitus, liittyikin olennaisesti sitä edeltäviin vaiheisiin, on pelinkehityksen prosessi vain osa videopelin elinkaarta: urheilulajia esittävään videopeliin saman urheilulajin edustajan valitseminen nimihahmoksi onkin pelin sisällön kannalta tietyllä tapaa ilmiselvä asia. Pitkäkestoisia nimilisensointeja onkin mahdollista tarkastella itsenäisenä ilmiönä, irrallaan pelimaailmasta. Muodollisen analyysin kautta saavutetaan tutkimuskysymyksiin vastauksia, jotka eivät tarjoa ilmiselvyksiä, vaan nostavat tarkastelun keskiöön monimuotoisen ilmiön erityisiä ominaisuuksia. Sen lisäksi, että valitsemalla kohteeksi vain pitkäikäisiä pelisarjoja kohteiden määrä pysyy tutkimuksen laajuuteen nähden maltillisena, on valintaa ohjannut myös tutkimuksen menetelmällinen ote: Muodollinen analyysi tarjoaa työkalut juuri pelien perustavanlaatuisien elementtien tarkasteluun. Yksittäisen pelisarjan sisäisten ominaisuuksien lisäksi niiden vertailu tarjoaa hedeelmällisen tarttumapinnan tutkimuksen aiheeseen osittain peleistä itsestään irrallisena prosessina.

Urheiluvideopelit ja henkilöbrändi

Urheilupelit kategorisoidaan usein omaksi lajityypikseen sen perusteella, että niissä on suora yhteys johonkin urheilumuotoon; pelit pyrkivätkin jäljittelemään ja esittämään urheilulajeja sellaisena kuin ne ovat, vaikka simuloinnin piirissä on usein vain osa urheilulajien todellisesta luonteesta (Crawford ja Gosling 2009, 54–59; Crawford, Muriel ja Conway 2019, 939–941; Hillman ja Butterworth 2015, 159; Hruby, ei pvm.; Oates 2015, 51–52; Sicart 2013, 32, 36). Urheilupeleissä ei useinkaan ole tiettyä seurattavaa narratiivista rakennetta, vaan jokainen pelaaja pystyy paljolti itse määrittelemään oman pelikokemuksensa muodostaman kertomuksen sekä potentiaalisesti simuloimaan samoilla lähtöoletuksilla ja -asetuksilla lukemattomia toisistaan poikkeavia lopputuloksia (Crawford ja Gosling 2009, 57–59; Crawford, Muriel ja Conway 2019, 939–948; Ervine 2019, 142, 145–146; Oates 2015, 49–50; Sicart 2013, 36–37). Simulaatiomaisuus antaakin pelaajille mahdollisuuden tehdä asiat toisin kuin tosi elämässä, kuten pyrkiä johtamaan heikosti menestynyt urheiluseura mestaruuteen tai saada yksittäinen urheilija onnistumaan pelissä reaali maailmaa paremmin (Crawford ja Gosling 2009, 57–59; Crawford, Muriel ja Conway 2019, 939–948; Ervine 2019, 142, 145–146; Oates 2015, 49–53; Sicart 2013, 32, 36–37).

Urheilupelien tavoitteena on usein saada pelaaja tuntemaan samoja merkityksiä kuin varsinaisen urheilulajin kuluttamisesta (Crawford ja Gosling 2009, 51–62; Crawford, Muriel ja Conway 2019, 937–948; “Football Games” 2014, 66; Hillman ja Butterworth 2015, 153–154; Mähkä 2018, 81–83). Myös videopelaajien omat kertomukset heidän urheilullisista ja kilpailullisista saavutuksistaan urheiluvideopeleissä on mahdollista sitoa reaali maailman vastaaviin tapahtumiin (ibid; Lankyung, Tan ja Bairner 2023, 12–13; Mähkä 2018, 81–82; Sicart 2013, 34–40). Urheiluvideopelaamisessa pelaajille mer-

kittävässä osassa onkin mahdollisuus matkia tai nousta samalle tasolle kuin lajin maailmanhuiput todellisuudessa – eräänlainen identiteetti parhaana pelaajana ja voittaminen (Crawford ja Gosling 2009, 57–61; Lankyung, Tan ja Bairner 2023, 10–13). Nämä pelisaavutukset asettuvatkin eräänlaiseen todellisen maailman perspektiiviin, paremmin ymmärrettäväksi, varsinkin peliyhteisön ulkopuolella (Crawford, Muriel ja Conway 2019, 937–948; Lankyung, Tan ja Bairner 2023, 12–13). Juuri tätä sisältöä videopelit pyrkivätkin viiheteellistämään päästämällä pelaajan – urheilijan tai valmentajan asemassa – tekemään urheilutekoja (Crawford ja Gosling 2009, 57–61; De Palma 2013, 2; Ervine 2019, 139–143; “Football Games” 2014, 66; Sicart 2013, 43–44).

Samalla urheilulajien esitystapa videopeleissä on lähempänä median kautta välittyvää esitystä kuin autenttista kokemusta niistä (Cianfrone ja Zhang 2013, 3, 7–9; Crawford ja Gosling 2009, 51–62; Crawford, Muriel ja Conway 2019, 944, 948; “Football Games” 2014, 66; Lankyung, Tan ja Bairner 2023, 12; Sicart 2013, 35–37). Monet urheilupelit muistuttavatkin asetelmaltaan enemmän lajin televisiolähetystä kuin itse lajia – yhtäältä pelaaja voi liikuttaa urheilijaa haluamallaan tavalla, mutta toisaalta televisiomainen kuvakulma vahvistaa käsitystä etäisenä tarkkailijana toimimisesta (Cianfrone ja Zhang 2013, 7–9; Crawford ja Gosling 2009, 51–62; Crawford, Muriel ja Conway 2019, 944, 948; Ervine 2019, 141; “Football Games” 2014, 66; Lankyung, Tan ja Bairner 2023, 12; Sicart 2013, 37). Videopelit ovatkin käytännössä yksi lisäkeino urheilulajin popularisoidun tuotteen kuluttamiseen – eräänlainen urheilulajin jatke, joka resonoi alkuperäisen tuotteen kanssa, sekä mahdollisuus päästä lähelle mediassa esiintyviä yksilöitä (Cianfrone ja Zhang 2013, 7–9; Crawford ja Gosling 2009, 51–62; Crawford, Muriel ja Conway 2019, 937–948; De Palma 2013, 2; Hillman ja Butterworth 2015, 153–157; Hruby, ei pvm.; Lankyung, Tan ja Bairner 2023, 1–2, 12–13; Mähkä 2018,

81–83; Rosini, Marsh ja Rupp 2008, 15; Sicart 2013, 43–44). Pelaaja voi myös identifioitua urheilijoihin ja tilanteisiin sekä kokea niihin liittyen vahvoja tunnetiloja (Crawford, Muriel ja Conway 2019, 941–944; De Palma 2013, 2; Lankyung, Tan ja Bairner 2023, 10, 14; Sicart 2013, 43–44). Tämä kiinnittymispinta helpottaa myös pelimaailman saavutusten suhteuttamista todellisuuteen. Saman urheilijan saavutusten vertailu videopelimaailmassa ja tosielämässä on helpompaa kuin videopeliä varten keksittyjen urheilijahahmojen.

Urheilijan esiintyminen videopelin nimikkeessä tarkoittaa useimmiten sitä, että kyseinen urheilija on antanut luvan mainostaa peliä tai pelisarjaa omalla nimellään (Crawford ja Gosling 2009, 53). Urheilija tavallisesti saa korvauksen nimensä käytöstä mainostarkoituksessa eli lisensoinnista (ibid.; Cianfrone ja Zhang 2013, 3). Osaltaan ilmiöstä voidaan puhua pelin sisäisenä mainostuksena (*in-game advertising*) (Cianfrone ja Zhang 2013, 2–7). Peliyhtiöille tällainen markkinointi on tarkoituksenmukaista; ne maksavat sisällöistä, jotka hämärtävät yrityksen omaa brändiviestiä tai vaihtoehtoisesti pyrkivät vahvistamaan omaa brändiään assosioimalla sen tiettyyn henkilöön tai henkilöbrändiin (Andrews ja Jackson 2001, 4; Cianfrone ja Zhang 2013, 3, 7; Crawford ja Gosling 2009, 53; Hillman ja Butterworth 2015, 154–155). Lisäksi sponsoroinnilla on samoja piirteitä kuin perinteisellä urheilumainonnalla: Pelaajat pelaavat urheilupeliä yleensä useita kertoja, jolloin sponsoriassosiaatio toistuu ja vahvistuu ajan myötä (Cianfrone ja Zhang 2013, 2–8; Crawford ja Gosling 2009, 53). Lisensointien käyttöä helpottaa pelien nimiketasolla myös se, että pelin nimi, pelin toiminnallisuudesta irrallisena tekijänä, ei pääse vaikuttamaan itse pelikokemukseen – brändin tunnettavuus ja mieleen palautettavuus taas edistävät kuluttajien positiivista käyttäytymistä tuotetta kohtaan (Cianfrone ja Zhang 2013, 2–9). Urheilijoista itsestään ja heidän kuvauksistaan tulee samalla samanaikaisesti itse tuotteita kuin tuot-

teiden myyntiin vaikuttavia prosessejakin (Hillman ja Butterworth 2015, 155). Urheilijoille nimiketasoisen lisensointi on myös vaivatonta. Nimen (ja jossain tapauksissa myös kuvan) lisääminen pelikoteloon ei vaadi suuria ponnistuksia, mutta voi onnistuessaan tuottaa hyvin rahaa myös urheilijalle itselleen.

Yksittäisten julkisuuden henkilöiden tarkoituksellisella brändinrakennuksella ja pyrkimyksellä markkinoida toista brändiä on myös oma osansa ilmiössä. Erityisesti henkilöbrändin “aitous”, tai ainakin kuluttajien kokema aitous henkilön käyttäytymisestä omana itsenään myös julkisuudessa, sopii hyvin videopelien huippu-urheilijoille, koska heitä pyritään myös mallintamaan totuudenmukaisesti (Moulard, Garrity ja Rice 2015, 173–179). Virtuaalisesti luotu läheisyys henkilön ja kuluttajien välillä tekee vuorovaikutuksesta vaikuttavan (Mähkä 2019, 84–86). Erityisesti julkisuuden henkilön vaikus (sanoissaan ja teoissaan horjumaton, henkisesti ja fyysisesti järkähtämätön) ja erityisyys (muista erottavat ainutlaatuiset ominaisuudet) tekevät heistä kuluttajien silmissä aitoja (Moulard, Garrity ja Rice 2015, 177–179). Julkisuuden henkilöiden vaikutusvallan kasvaessa he ovat olleet avainasemassa media- ja viihdeteollisuudessa (Moulard, Garrity ja Rice 2015, 173–174). Yhä useammat julkisuuden henkilöt, mukaan lukien urheilijat, tuottavat itselleen enemmän tuloja omilla tuotemerkeillään kuin varsinaisella ammatillaan – siitäkin huolimatta, että lähtökohtaisesti he hankkivat arvostuksensa urheilulajissaan menestymällä (ibid.; Andrews ja Clift 2016, 202; Mähkä 2019, 84–86). Ei ole kuitenkaan yllättävää, että urheilijan vaikuttavuus yksilönä ylittää hänen oman päätyönsä toimintakentän. Se on oikeastaan kaiken henkilöbrändiä hyödyntävän ja hyödyntämistä monipuolistavan kaupallisen toiminnan taustalla. Jos henkilön brändi ei kantaisi pääosassa olevan työn ulkopuolelle, ei häntä käytettäisi markkinointikasvona tai -nimenä muuallakaan.

Myös tähteyden korostaminen (*promotional stardom*) on lisääntynyt urheilulajien ympärillä (Andrews ja Clift 2016, 204–206). Kun yksilön (potentiaalinenkin) tähteyks on tunnustettu, ryhtyvät uudet toimijat luomaan hänelle kaupallisia suhteita (ibid.). Tämän vuoksi nykypäivän korostamiskulttuurin (*promotional culture*) läpitunkeva luonne on tehnyt urheilijoista markkinoinnin välikappaleita, mikä on taas hämärtänyt rajaa mainonnan sekä myynninedistämisen ja eimainostavan sisällön välillä (ibid.; De Palma 2013, 11; Hillman ja Butterworth 2015, 152–153). Näin yksittäinen tähtiurheilijakin on usein hyvin pian suuryhtiön tai -yhtiöiden vaalima brändi huolimatta siitä, että hänellä on oikeus määrätä, kuinka hänen julkisuuskuvaansa voidaan käyttää; yksilöä ei voida käyttää kaupallisiin tarkoituksiin ilman hänen omaa suostumustaan (Andrews ja Jackson 2001, 2; Andrews ja Clift 2016, 204–206; De Palma 2013, 4–6). Oikeastaan onkin niin, että se kuva, joka tähdistä välittyy kuluttajien tietoisuuteen, on kontrolloitu ja rajoitetusti julkisuuteen annettu esitys henkilöstä eikä henkilön oikea minuus.

Tuote ja sitä markkinoiva julkisuuden henkilö rakentavat myös toinen toistensa brändiä, eikä vaikutus toimi vain yhteen suuntaan. Yksilöiden tekemät rikkomukset ja muut negatiiviseksi nähdyt teot sekä niiden saama julkisuus voivat vahingoittaa henkilön brändin lisäksi hänen mainostamiensa organisaatioiden brändiä ja vaikuttaa myös esimerkiksi videopeleihin, joita he lisensoivat (Andrews ja Jackson 2001, 5; Knittel ja Stango 2014, 21; Moulard, Garrity ja Rice 2015, 173–179; Rosini, Marsh ja Rupp 2008, 15).

Yleisellä tasolla pelien nimihahmojen esiintyminen on rajoittunut paljolti miehiin (Consalvo 2013, 89, 98, 101–102). Eriytyistä videopeleille on ollut, että naisten esiintyminen on jäänyt suurimpien urheilulajien ulkopuolelle, ja yleisesti naisia esittävät urheilupelit ovat rajoittuneet muutamiin (Consal-

vo 2013, 88, 93–95, 98–103, 105–107). Siksi lisensoitujenkin pelien joukosta löytyy vain harvoja poikkeuksia, joita markkinoidaan naisurheilijan nimellä, kuten *Michelle Kwan Figure Skating*⁵ (1999). Tämän taustalla on ollut se, ettei naisia ole nähty (urheilu)videopelien varsinaiseksi kohderyhmäksi, sekä naisten urheilun että naisurheilijoiden pienempi julkisuus, vaikka merkittävä määrä naisia harrastaakin urheilua tai kilpailee jossain urheilulajissa (Consalvo 2013, 87–95, 98, 105–107). Myös rahaa liikkuu rajallisemmin naisten urheilussa (Consalvo 2013, 90–91). Naisille suunnatut pelit urheilupelien kategoriassa ovatkin enemmän suunnattuja oman terveyden ja aktiivisuuden ylläpitoon kuten tanssiin tai kuntoiluun (Consalvo 2013, 88, 95–99, 106).

Pitkäkestoisten urheiluvideopelissarjojen nimikkourheilijat – lajiensa mammutit ja yksisarviset

Seuraavaksi tarkastelen yksittäisten pelisarjojen osalta analyttisesti niiden urheilulajien, nimihenkilöiden ja peliyhtiöiden elementtejä nostaakseni esiin universaalin ilmiön eri ilmenemismuotoja sekä yhdistäviä teemoja. Tarkastelun keskiössä ovat urheiluhenkilöiden oman taustan vaikutus nimihenkilön valintaan, videopelilyhtiöiden tarpeet osana kehitysprosessia sekä pitkäkestoisen yhteistyön vaikutukset.

Amerikkalainen jalkapallo – Madden NFL

Amerikkalaisen jalkapallon pitkäkestoisin lisensoitu pelisarja *Madden NFL* on saanut nimensä yhdysvaltalaiselta valmentajalta ja kommentaattorilta John Maddenilta (Augustyn, ei

⁵Consalvo listaa 2013 vuoden tutkimuksessaan viisi naisurheilutähden nimellä myytyä urheiluvideopeliä vuosilta 1992–2010, mutta ei Michelle Kwanin nimellä myytyä peliä.

pvm.; Hrubby, ei pvm.). Häntä on kuvattu yhdeksi lajin tunnetuimmista persoonista, vaikkei hän pelaajataustastaan huolimatta kilpaillut lajissa korkealla tasolla (Augustyn, ei pvm.; Hillman ja Butterworth 2015, 159). Madden toimi kymmenen vuotta National Football League (NFL, Yhdysvalloissa toimiva amerikkalaisen jalkapallon ammattilaisliiga) -seura Oakland Raidersin päävalmentajana saavuttaen kertaalleen sarjan mestaruuden Super Bowlin (1976) ja hänet muistetaan päävalmentajauraltaan suuresta voittoprosentistaan. Päätettyään valmennusuransa Madden siirtyi lajin kommentaattoriksi amerikkalaisille TV-kanaville (ibid.; Hrubby, ei pvm.). Hänestä tuli erityisen pidetty pelitapahtumien yksityiskohhtaisten ja selkeiden analyysien sekä elävän esiintymisensä vuoksi (Augustyn, ei pvm.). John Madden palkittiinkin esiintymisistään ennätysellisellä määrällä televisioalan Emmy-palkintoja urheiluanalytikkokategoriassa (ibid.).

John Madden ei ollut ollut ensisijainen valinta lisensoitavaksi henkilöksi EA Sportsin kunnianhimoiselle projektille, jonka tavoitteena oli 1980-luvun loppupuolella kehittää amerikkalaiseen jalkapalloon keskittynyt videopeli (Hrubby, ei pvm.). Ensisijaisesti peliyhtiö oli halunnut lisensoida peliinsä nelinkertaisen mestaripelinrakentaja Joe Montanan, jolla oli kuitenkin voimassa oleva kannatusmainostussopimus (*endorsement*) Atari-peliyhtiön kanssa (ibid.). Toisena vaihtoehtona pelin nimikehenkilöksi oli ollut uransa päättänyt pelinrakentaja Joe Kapp, joka 1980-luvulla valmensi Kalifornian yliopistojoukkuetta (ibid.). Tämä vaihtoehto oli kariutunut, kun Kapp oli vaatinut saada nimensä käytöstä rahallisen korvauksen rojaltien muodossa (ibid.). Seuraavana listassa oli John Madden, joka suostui lähtemään mukaan projektiin (ibid.).

Alkujaan Maddenilta oli pyydetty apua videopelin luomiseksi lajiasiantuntijana, joka yhtenä osana korvausta ammatti-

taidostaan saisi nimensä pelikoteloon ja mahdollisuuden ostaa peliyhtiön osakkeita listautumisantiintintaan – ei siis suoraan rahallista korvausta (Hrubby, ei pvm.). Madden itse oli innostunut tarjouksesta, koska hän oli kokenut, että peliä olisi mahdollista käyttää jopa valmennustyökaluna (ibid.; Oates 2015, 51). Tämä tavoite mielessään John Madden vaati alusta alkaen, että lähteäkseen sponsorimaan pelisarjaa pelin pitää noudatella mahdollisimman hyvin kyseistä urheilulajia (Hrubby, ei pvm.; Loguidice ja Barton 2009, 136). Siksi kevyemmillekin alustoille peli tuli kehittää heti niin, että yksittäiset pelitilanteet etenivät lajinomaisesti yhdellätoista urheilijalla joukkuetta kohden. Vastaavaa määrää yksittäisiä liikkuvia pelaajia ei vielä tuossa kohtaa ollut käytetty missään urheiluvideopelissä (Loguidice ja Barton 2009, 136).

Voi todeta, että John Maddenin valikoituminen pelisarjan lisensoijaksi oli kaikkea muuta kuin ilmiselvä valinta. Maddenin nimi realisoitui vasta vaihtoehtoina olleiden nimekkäimpien urheilijoiden pudottua pois. Peliyhtiölle näyttikin olevan tärkeää saada joku ”oikea” nimi pelin nimeen, kunhan hänellä vain oli riittävä kiinnittymispinta urheilulajiin. Tähtipelaajien hylättyä tarjous, oli television kautta suuren yleisön suosioon noussut valmentajalegenda helppo valinta, koska hänen brändinsä oli jo tuolloin suuren yleisön tiedossa.

EA Sportsin kehittämä ensimmäinen John Maddenin nimellä lisensoitu videopeli julkaistiin vuonna 1988 Apple II -tietokoneelle (*John Madden Football*). Pelisarjan ensimmäinen osa ei ensin menestynyt tietokonepelimarkkinoilla, koska sen aikaisissa tietokoneissa ei ollut riittävää suorituskykyä tämänkaltaisiin peleihin – 22 kentällä yhtä aikaa liikkuvaa pelaajaa oli yksinkertaisesti liikaa (Hrubby, ei pvm.; Loguidice ja Barton 2009, 136; Oates 2015, 51). Pelin siirtyminen konsolipuolelle, Sega Genesis -alustalle, teki pelistä kuitenkin nopeasti suosittu (ibid.). Vuonna 1991 Segalle julkaistu jatko-

osa⁶ *John Madden Football '92* lisäsi peliin syvyyttä merkittäväällä tavalla (Loguidice ja Barton 2009, 136–137). Vielä näihin peleihin peliyhtiö ei saanut hankittua varsinaista NFL-liigan lisenssiä (ibid., 136–138). Pelisarjan neljänteen osaan vuonna 1993 lisenssi saatiin ja siksi pelin nimi oli nyt *Madden NFL '94* (ibid., 138; Huntemann 2013, 177–178). Seuraavan vuoden versioon myös oikeiden urheilijoiden nimet tulivat mukaan (Loguidice ja Barton 2009, 138; Oates 2015, 51). 2000-luvulta alusta alkaen EA Sports on hankkinut NFL-oikeudet sadoilla miljoonilla dollareilla yksinoikeudella useampivuotisina sopimuksina (De Palma 2013, 2–4; Hruby, ei pvm.; Hillman ja Butterworth 2015, 162; Huntemann 2013, 177–179; Oates 2015, 51). NFL onkin Yhdysvaltojen ammattilaisarjoista tuottoisin urheilutuote (De Palma 2013, 2–4). Tämä NFL-yksinoikeus on samalla hiljentänyt kilpailun lajin peleistä videopeliyhtiöiden kesken, vaikka näiden oikeuksien käytöstä ja yksinoikeudesta onkin käyty oikeustaisteluja (ibid., 2–4, 10–13). Samanaikaisesti NFL itse pystyy yhä paremmin kontrolloimaan, mitä peliin sisällytetään ja kuinka urheilusarja sitä edustavine yksilöineen esitetään pelissä (Hillman ja Butterworth 2015, 155). Liikkeenkaappausteknologian avulla tämä ”aito” NFL saadaan välitettyä kuluttajalle (ibid., 155, 158–162; Hruby, ei pvm.; Loguidice ja Barton 2009, 139–140; Oates 2015, 52–54). Huolimatta John Maddenin poismenosta vuonna 2021, pelisarjaa jatketaan edelleen samalla nimeämistyyllillä, vain vuosittaisen pelisarjan osan järjestysnumero vaihtuu vastaamaan tulevan kauden Super Bowlin peluun ajankohtaa. Nimioikeuden hallinnoinnista vastaa todennäköisesti Maddenin kuolinpesä (Rosini, Marsh ja Rupp 2008, 15).

Maddenin nimen pysymisen osana pelisarjaa hänen kuolemansa jälkeen voidaan nähdä yhtymäkohtia Rami Mähkän (2019) katsausartikkelissaan käsittelemään National Hockey

⁶Ensimmäisen pelin jatko-osa julkaistiin erikseen tietokonealustalle vuonna 1991 nimellä *John Madden Football II*.

League (NHL, Yhdysvaltojen ja Kanadan jääkiekon ammattilaisliiga) -pelaaja Jeremy Roenickin kulttiasemaan eräänlaisena yksilöä itseään suurempana virtuaalisena ilmiönä. Yksilölle Maddenin nimenä voikin määrittää enemmän videopelisarjaa kuin henkilöä nimeltä John Madden. Peliyhtiön puolelta Maddenin nimen säilymisen voi nähdä myös eräänlaisena kunnianosoituksena: mikäli John Madden ei olisi vaatinut realistista esitystä lajista heti ensimmäisestä pelistä lähtien, olisi pelisarja voinut hautautua muiden urheiluvideopelien massaan ilman erityistä kiinnittymispintaa. Peliyhtiön halu lisensoida peli todellisen ihmisen nimellä on varmasti osaltaan täydentänyt pyrkimystä esittää koko laji realistisemmin. Tällaiseen tavoitteeseen Maddenin omat vaatimukset olivat epäilemättä yhteensopivat, vaikkakin alkuun haasteelliset toteuttaa laitteiden suorituskyvyn rajoitteiden takia.

Madden-pelisarja on myös siitä poikkeuksellinen, että NFL on ainoa hallitsevista Yhdysvaltojen joukkueurheilulajeista, joiden pitkäkestoissa pelisarjoissa on käytetty yksilön nimeä. Yhtäläistä pitkäikäistä käytäntöä ei löydy kansainvälisesti kilpailluista lajeista kuten jääkiekko, koripallo tai jalkapallo. Selitys tähän voikin olla siinä, että muut lajit ovat kansainvälisesti niin paljon isompia, ettei niiden pelikehityksessä ole koettu samanlaista tarvetta sitoutua yhteen yksilöön. Sen sijaan baseballin, joka on amerikkalaisen jalkapallon tapaan keskittynyt rajallisemmille aluemarkkinoille, osalta löytyy *Tony La Russa Baseball* -pelisarja, joka 1990-luvulla käsitti seitsemän peliä.

Kansainvälisesti suosittuihin joukkuelajeihin sisältyy myös seikkoja, jotka tekevät niihin pohjautuvista videopeleistä kiehtovia yksilölajeihin verrattuna. Yhtäältä joukkueurheilulajeissa on kyse taidosta, toisaalta taktisista valinnoista (”Football Games” 2014, 61). Lisäksi lajin yksilöt ja heidän yksittäiset sekä keskinäiset näytelmänsä tekevät lajista kiin-

nostavan. Hyvä videopeli pyrkii mallintamaan nämä kaikki osa-alueet ja tarjoaa pelaajille mahdollisuuden ymmärtää lajia laajemmalti (Ervine 2019, 140–143). Kun joukkuelajeissa on parhaimmillaan yksittäisen urheilijan lisäksi toistakymmentä joukkuekaveria ja saman verran vastustajia samanaikaisesti kentällä (Andrews ja Clift 2016, 203), yhden urheilijan voi olla vaikeaa loistaa jatkuvasti. Joukkuelajeissa yksilön ympärillä voi jossain tapauksessa olla useampia muitakin tähtiä. Tämä erottaa joukkueurheilijat yksilölajeista.

Noin 40 nimikkeen *Madden*-pelisarjasta on tullut monivuotinen hitti, joka on vuosittain kilpaillut sijasta eniten myydyimpien videopelien listalla (Augustyn, ei pvm.; Hillman ja Butterworth 2015, 159; Hruby, ei pvm.; Loguidice ja Barton 2009, 123, 140–141; Oates 2015, 46). Näin on siitäkkin huolimatta, että osa kriitikoista on moittinut EA Sportsin tapaa julkaista joka vuosi päivitetty, hienosäädely ja paranneltu versio “samasta” pelistä (Huntemann 2013, 179; Hruby, ei pvm.; Loguidice ja Barton 2009, 140).

Rullalautailu – Tony Hawk’s

Rullalautailusta ei voine puhua mainitsematta Tony Hawkia. Hawk on rullalautailun legenda, joka on ollut muuttamassa lajia nuorten ajanvietosta ja alakulttuurista suuren yleisön varteenotettavaksi urheilumuodoksi, ja käytännössä antanut koko lajille kasvot; monissa yhteyksissä Tony Hawkia on kuvattu maailman parhaana rullalautailijana (Sharp 2013, 157, 159–161; *Encyclopedia of World Biography*, ei pvm.). Vuodesta 1999 alkaen Activision on julkaissut hänen nimellään ikonista videopelisarjaa, jonka ensimmäinen osa tunnetaan nimellä *Tony Hawk’s Pro Skater*. Pelisarja nosti sekä Tony Hawkin että koko urheilumuodon kansainvälistä tunnettavuutta ja toi lajin pariin merkittävästi uusia kuluttajia (Loguidice 2009; “Tony Hawk’s Pro Skater” 2020, 19–20). Yhteensä Tony Hawkin lisensoimia pelejä on eri laskentatapojen

mukaan julkaistu noin 20. Julkaisut ovat painottuneet 2000-luvun ensimmäiselle vuosikymmenelle sekä 2010-luvun alkupuolelle. Viimeisimmät installaatiot *Pro Skater*-jatkumossa ovat olleet vuonna 2015 julkaistu *Tony Hawk’s Pro Skater 5* sekä vuonna 2020 julkaistu uusittu versio pelisarjan ensimmäisestä kahdesta osasta *Tony Hawk’s Pro Skater 1 + 2*. Pelisarjan jatko-osien suosiota ovat karsineet joko liiallinen toistontuntu edellisiin versioihin nähden ja / tai ongelmat pelimekaniikojen toteutuksessa (Loguidice 2009; Sharp 2013, 169; “Tony Hawk’s Pro Skater” 2020, 27). 2000-luvun ja 2010-luvun taitteessa myös kilpailija Ubisoft julkaisi kaksi lumilautailupeliä (2008 ja 2009) ja yhden rullalautailupelin (2010) yhdysvaltalaisen lumi- ja rullalautailija Shaun Whiten lisensoimana, jonka voi nähdä eräänlaisena yrityksenä kilpailla Activisionin seikkailu-urheiluun (*adventure sports*) painottunutta julkaisutoimintaa vastaan 2000-luvun alussa. Shaun Whiten nimellä myydyt pelit olivatkin enemmän fantasian ja tosi maailman rajatilaan sijoittuneita videopelejä (Loguidice 2009; Sharp 2013, 166–168).

Alun perin Activisionin julkaiseman pelisarjan pelikehitys oli alkanut “pelkkänä” rullalautailupelinä ilman Tony Hawkia (“Tony Hawk’s Pro Skater” 2020, 19). Pelihahmon perustana oli ollut amerikkalainen näyttelijä Bruce Willis, jonka yhdennäköisyyttä oli jo hyödynnetty kolmannen persoonan ammutapelissä *Apocalypse* (1998) (ibid.). Pelisarjan kehitystyö kuitenkin alkoi vauhdittua, kun Hawk ja aikakauden muita nimekkäitä rullalautailijoita rekrytoitiin projektiin mukaan (Loguidice 2009; “Tony Hawk’s Pro Skater” 2020, 19–20). Päätös teki pelisarjan ensimmäisestä osasta heti helpommin samaistuttavan, uskottavamman ja erittäin realistisen tuntuksen kokemuksen (“Tony Hawk’s Pro Skater” 2020, 20). Tony Hawk itse antoi merkittävän panoksensa pelikehitykseen ja oman kokemuksensa perusteella kommentteja siitä, kuinka hyvin peli vastasi todellisuutta (Loguidice 2009). Lisäk-

si Tony Hawk itse antoi pelisarjan ensimmäisen peliin liikkeenkaappausteknologialla kaapattuja liikkeitä (ibid.; "Tony Hawk's Pro Skater" 2020, 19–20). Tony Hawk pystyi siis tarjoamaan videopeliin myös sitä aitoutta, joka puhutteli kuluttajaa. Pelkän nimen lisäksi myös pelin sisällä tapahtuvat toiminnot muistuttivat tai jäljittelivät Tony Hawkia, lisäten toisen yhdistävän kerroksen pelin ja todellisuuden välille.

Tony Hawkin kohdalla valikoituminen pelisarjan keulahahmoksi oli siis selvästi John Maddenia suoraviivaisempi valinta. Tony Hawk oli tunnistetusti jo yksi lajin suuria tähtiä, ellei kaikista suurin, ja hänen saamisensa mukaan varmasti-kin varmistui sen, että hänen nimensä tulee myös olemaan pelisarjan nimessä. Mikäli Hawk olisi kieltäytynyt yhteistyöstä, on todennäköistä, että pelisarjan osalta olisi päädytty geneerisempään kiinnittymispinnattomampaan nimikkeeseen, joka ei olisi houkutellut pelin ääreen samalla tavalla muita kuin ehkä lajin suurimpia seuraajia. Tony Hawkin nimen kuuluisuus sen sijaan edesauttoi pelisarjaa ylittämään kynnyksen oman kuluttajamarginaalinsa pelistä suuren yleisön magneetiksi.

Syitä siihen, miksi Tony Hawkin nimellä tehtyjen pelien ilmestyminen on vähentynyt, voi nähdä useampia. Jo Ubisof-tin kilpailu 2000- ja 2010-luvun taitteessa osoitti heidän pyrki-myksensä tuoda lajin keulakuvaksi uusi, nuorempi lajin tähti. Rullalautailu ehkä mielletäänkin nuorempien lajiksi kuin moni muu urheilulaji, eikä siksi jo noin 40-vuotias uransa lopettanut Hawk ollut enää kiinnostava. Myös rullalautailu itsessään muuttui 2000-luvun alkuvuosikymmenten aikana kohti normalisoidumpaa urheilua, jollaiseksi sen voi nähdä nousseen viimeistään, kun laji otettiin mukaan vuoden 2021 Tokion olympialaisten ohjelmistoon. Lajin eräänlainen normalisoituminen voidaankin nähdä *Tony Hawk's* -pelien hiipumisena, jota ei auttanut yllä mainittu viimeisimpien versioiden

negatiivinen vastaanotto.

Autourheilu – Colin McRae Rally

1980-luvun lopulta alkaen rallin maailmanmestaruudesta kilpailut skotti Colin McRae voitti ensimmäisen (ja ainoan) mestaruutensa rallin kuninkuusluokassa vuonna 1995. Muutama vuosi tämän jälkeen hänen nimellään julkaistiin realististen rallisimulaatioiden uranuurtaja *Colin McRae Rally* (1998), josta alkoi McRaen nimeä kantaneiden videopelien sarja. Vuoteen 2007 mennessä sarjaa oli ehditty julkaista seitsemän kappaletta. 2000-luvun alkupuolella uraansa lopettanut Colin McRae menehtyi tapaturmaisesti vuoden 2007 lopulla hänen lentämänsä helikopterin syöksytyä maahan Isossa-Britanniassa.⁷ Tämän jälkeen pelisarjaa jatkettiin Colin McRaen nimellä vielä yhden pelin verran vuonna 2009, jonka jälkeen pelisarjan nimi vaihtui *Dirt*-nimiseksi. Lisäksi vuonna 2013 julkaistiin alkuun mobiilialustalle ja lopulta myös tietokonealustalle peli *Colin McRae Rally*, jonka sisältö on käytännössä suoraan otettu pelisarjan toisesta osasta vuodelta 2000.

Brittiläiselle Codemaster-pelilyhtiölle *Colin McRae* -rallipelisarja oli 1990- ja 2000-lukujen taitteessa yhtiön suosituimpia lisensoituja pelisarjoja *TOCA*-ajovideopelisarjan ohella; lisenssin vaikuttavuutta oli vahvistanut erityisesti sen assosioituminen rallin maailmanmestariin – ajajan valinta lisensoimaan peliä oli tehty juuri tästä syystä ("Colin McRae Rally" 2007, 62–63). McRaen uskottiin lisäävän ajopelisarjan autenttisuutta ja kasvattavan sen suosiota verrattuna

⁷Samankaltaisen kohtalon koki toinenkin brittiläinen rallikuski ja vuoden 2001 maailmanmestari, Richard Burns, joka menehtyi aivokasvaimen liittyneisiin komplikaatioihin vuoden 2005 lopulla. Myös Burns'n nimellä ehdittiin julkaista yksi peli ennen hänen kuolemaansa vuonna 2004 (*Richard Burns Rally*).

lisensoimattomiin ajopeleihin (ibid.). Myös hänen kansalaisuutensa sekä ajotyyhinsä olivat helpottaneet lisensoitavan urheilijan valintaa, olihan myös videopeliyhtiö brittiläinen (ibid.). Colin McRae auttoi myös pelin kehityksessä ja testaamisessa, jotta siitä saataisiin mahdollisimman realistisen tuntuinen (ibid., 62–64).

Colin McRaen päätyminen pelin nimikkeeseen eteni hyvin samanlaista polkua kuin Tony Hawkin. Juuri kyseisen urheilijan valikoituminen pelisarjan ydinhenkilöksi sen sijaan saattoi näyttäytyä erikoisena, vaikka hänellä olikin peliyhtiön nähden edellä mainittu ”kotikenttäetu”. Olihan esimerkiksi suomalainen Juha Kankkunen voittanut jo neljännen rallin maailmanmestaruutensa vain kahta vuotta ennen McRaen mestaruutta, ja Tommi Mäkisen neljän maailmanmestaruuden sarja alkoi heti McRaen menestyksen perään. Yhden maailmamestaruuden saavuttaminen ei siten ollut mitenkään erityisen merkityksellistä. Toisaalta McRae pysytteli kuitenkin kärjen tuntumassa noin vuosikymmenen (1994–2004), ollen lähellä mestaruutta useamman kerran. McRaen etuna esimerkiksi suomalaiskaksikkoon oli kuitenkin kieli, tai kansalaisuus, kuten pelisarjaa kuvannut lehtijuttukin korosti (”Colin McRae Rally” 2007, 62–63). Englantia äidinkielenään puhunut urheilija oli kansainvälisesti kaikin tavoin helpommin saavutettava kuin ”rallienglantia” puhunut suomalainen. Oikea hetki urheilulliselle menestykselle saattoi olla tekijä myös McRaen videopelimenestykseen.

Golf – Jack Nicklaus

Golfin osalta urauurtava pelisarja 1980- ja 1990-luvuilla lisensoitiin Jack Nicklauksen, yhden kaikkien aikojen menestyneimmän golfaajan, nimellä. Nicklaus voitti ennätyselliset 18 kertaa golfin arvostetuimpien kisojen joukkoon kuuluvan Major-turnauksen vuosina 1962–1986. Sittemmin Nicklaus niitti suosiota suunnitteleamalla golf-kenttiä (Drane 2011, 668;

Encyclopædia Britannica, ei pvm.). Vuosien 1988 ja 1999 välisenä aikana Jack Nicklauksen nimeä kantavia golfteemaisia pelejä julkaistiin seitsemän kappaletta. Jo ensimmäisen pelin *Jack Nicklaus’ Greatest 18 Holes of Major Championship Golf* (1988) suosiota kuvastanee se, että siihen julkaistiin kolmen seuraavan vuoden aikana kuusi lisäosaa. GamePro-lehdessä vuonna 1993 Nicklaus tituleerattiin ”ammattilaisgolfin virtuaaliseksi eläväksi legendaksi” (*virtual living legend in pro golf*) (”Jack Nicklaus on Power Challenge Golf” 1993, 107). Tiger Woodsin lyötyä läpi golfissa 1990-luvun lopulla Jack Nicklaus -pelien julkaiseminen hiipui, mutta vielä vuonna 2016 julkaistiin yksittäinen Nicklauksen nimeä kantava peli, *Jack Nicklaus Perfect Golf* (2016).

Heti pelisarjan ensimmäisen pelin osalta Nicklauksen vaikutus oli merkittävä. Hän oli itse valvonut pelikehitystä ja pelin nimikkeessä mainitut 18 reikää olivat hänen valikoimiinsa suosikkeja maailman golfkentiltä (Lindstrom 1989, 122). Myös hänen itsensä suunnittelema kenttiä oli pelissä mukana (ibid.). Lindstromin mukaan pelikokemuksen erityispiirteenä oli se, että pelaaja sai jokaisen reiän pelatessaan kommentteja kentän huomionarvoisista piirteistä ja neuvoja sopivan mailan valintaan peliin sisällytetyltä digitaaliselta Jack Nicklaukselta.

Pelisarjan kehittämisestä Nicklaus itse kertoi, että myös vuonna 1993 julkaistun version pelikehittämiseen hän oli ottanut itse osaa ja antanut valmiille pelille lopullisen siunauksensa (”Jack Nicklaus on Power Challenge Golf” 1993, 107). Pelin lisäksi Nicklaus oli hyväksynyt myös sen käyttöohjekirjan sekä pakkauksen. Pelissä käytettyjä hänen suunnittelemaansa oikeita golfkenttiä oli myös kuvannettu peliin helikopterin avulla (ibid.). Nicklaus pystyi myös jakamaan oman kokemuksensa siitä, kuinka kilpailtua urheilupelilisensointi oli 1990-luvun alussa (ibid.). Hän oli toisen ammattigolfa-

rin, Greg Normanin, kanssa käynyt paikallisessa pelikaupassa muuttamassa videopelien järjestystä hyllyssä niin, että hänen ja Normanin pelit olivat paremmin esillä.

Jack Nicklaus on edellisiin pelien nimimiehiin verrattuna hyvin erilainen tapaus. Pitkä, menestyksekkäs ura ensin kilpailijana ja sitten vielä golfkenttien suunnittelijana oli jo osaltaan sementoinut Nicklauksen aseman golflegendojen kaanonissa, jopa monipuolisemmin kuin Tony Hawkin omassa lajissaan. Varsinkin kun Nicklaus oli pelaajauransa päätyttyä perustanut oman yrityksen, jonka päätoimi oli kenttien suunnittelu (Drane 2011, 668). Perheenjäsenten kanssa pyöritetty yritys oli yksi maailman suurimmista golfkenttien suunnittelutoimistoista (ibid.). Kuvaavaa onkin, että pelisarjan kolmas osa vuodelta 1992, *Jack Nicklaus Golf & Course Design: Signature Edition*, korosti jo nimikkeessä erikseen kenttienkehitystä. Voi jopa pohtia, että siirtyminen videopelimaailmaan oli Jack Nicklauselle luonnollinen siirtyminen. Kertoessaan pelinkehityksestä ja golfkenttien mallintamisesta, oli helppo ymmärtää se, että Nicklauselle videopelimaailma saattoi näyttäytyä myös käyttökelpoisena työvälineenä kenttäsuunnitteluun, samoin kuin John Maddenillekin *Madden*-pelisarja opetusvälineenä. Mekaanisen suunnittelun sijasta tietokoneohjelmien avulla oli mahdollista luonnostella ja jopa testata erilaisten kenttien toimivuutta ”realistisissa” olosuhteissa ennen niiden toteuttamista käytännössä.

Golf – Tiger Woods PGA Tour

EA Sports -peilyhtiön julkaisemaa *PGA Tour* -pelisarjaa oli alettu julkaista vuodesta 1990 alkaen lähes joka vuosi (Consalvo 2013, 101). Pelisarja oli alusta alkaen lisensoitu enimmäkseen Yhdysvalloissa pelattavan PGA-golfkiertueen mukaan (Loguidice ja Barton 2009, 130). Tiger⁸ Woodsin nimellä

⁸Tiger on vain lempinimi, urheilijan oikea etunimi on Eldrick.

pelisarjaa oli alettu julkaista vuodesta 1998 ja sen ensimmäisen osan nimi oli *Tiger Woods 99 PGA Tour Golf* (ibid.; Consalvo 2013, 101). Tuon jälkeen pelisarjaa julkaistiin vuosittain muodossa *Tiger Woods PGA Tour*, jonka loppuun lisättiin aina vuosilukuun viittaava numero tai sen lyhennelmä. Pelisarjan nimeäminen Woodsin nimellä alkoi samanaikaisesti, kun hän alkoi menestyä golfin ammattilaisturnauksissa. Voittojen määrässä huomioituna Woodsin huippuvuodet olivatkin aivan 1990- ja 2000-luvun taitteessa sekä 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen puolivälissä. Vuonna 2006 Woods teki EA Sportsin kanssa kuuden vuoden jatkosopimuksen pelisarjan lisensoinnista (Surette 2006).

Vuonna 2009, noin kymmenen vuotta pelilisensoinnin alettua, Tiger Woods oli parhaiten kannatusmainostussopimuksilla (*endorsement*) tienaava urheilija ja yksi arvostetuimpia henkilöbrändejä (Consalvo 2013, 102; Knittel ja Stango 2014, 21, 23–24). Ihanteellinen kuva urheilijasta kuitenkin järkkyy kahdesta saman vuoden aikana seuranneesta tapahtumasta. Loppuvuonna 2009 Woods ensin kolaroi autonsa epäselvissä olosuhteissa ja pian sen jälkeen myönsi pettäneensä vaimoaan. Woodsin negatiivinen julkisuus vaikutti kielteisellä tavalla myös peliyhtiöön (Knittel ja Stango 2014, 21, 28–29). Tapahtumien myötä Woodsin sponsoroimien tuotteiden markkinaosuus heikkeni ja suhdanne pörssissä sakkasi, ja vuoden 2009 loppuun mennessä usea Woodsin kanssa yhteistyötä tehnyt yhtiö päätti yhteistyön tai ainakin rajoitti sitä merkittävästi (ibid., 21–22, 24–26, 28–29, 33). Electronic Arts pitäytyi lisenssisopimuksessa, mutta joutui kohun aiheuttaman taloudellisen heilahtelun myötä lomauttamaan osan henkilöstöstään loppuvuodesta 2009 (ibid., 27–29). Viimeinen Tiger Woodsin nimeä kantanut pelisarjan osa ilmestyi vuonna 2013 ollen pelisarjan kahdeksastoista versio kyseisen urheilijan nimellä. Pelisarjaa jatkettiin vuoden tauon jälkeen vuonna 2015 toisen golfammattilaisen Rory McIlroyn nimeä kantavana *Ro-*

ry McIlroy PGA Tour (2015). Rory McIlroy nimellä julkaistiin vain kuitenkin yksi peli ja tämän jälkeen sarjaa on julkaistu enää vain yksi peli, sekin ilman nimiosan urheilijalisenssiä (EA Sports PGA Tour, 2023).

Vuonna 2015 tehdyssä tutkimuksessa Moulard, Garrity ja Rice nostivat esille Tiger Woodsin yhtenä positiivisena ja ”aitona” näyttäytyneenä julkisuudenhenkilönä. Tutkimuksessa käytetty aineisto oli toki kerätty jo vuonna 2007, kaksi vuotta ennen Tiger Woodsin henkilökohtaisia ongelmia ja parisuhdeskandaalia (Moulard, Garrity ja Rice 2015, 175–176). Analyysin keskeisiä julkisuuden henkilölle tunnistettuja hyveitä olivat erityislaatusuus, kyvykkyys ja hienotunteisuus (ibid., 175–179, 183).

Tiger Woods olikin monella tapaa luonnollinen jatkumo Jack Nicklauhalle. Menestyksekkään pelisarjan pitkäaikaisen keulahahmon ikäännyttyä ja uuden supertähden nousua valokeilaan, oli *Tiger Woods PGA Tour* -sarjan synty luonteva. Kuten edellä käsittelin, samaahan yritettiin myös rullalautailun puolella 2000- ja 2010-lukujen taitteessa. On mahdollista, että ilman henkilökohtaisessa elämässään kohtaamiaan ongelmia Woods olisi edelleen pelisarjan keskiössä. Toisaalta on mahdollista, että pelisarjan julkaiseminen jatkui niin kauan, vain koska Woodsin ja peliyhtiön välinen sopimus niin edellytti ja sopimuksen ennaikainen päättäminen olisi tullut peliyhtiölle nykytilaa kalliimmaksi. Saattoi myös olla niin, että peliyhtiö halusi odottaa ja katsoa, miten kohut pitkällä aikavälillä vaikuttavat Woodsin julkisuuskuvaan ja sen kautta pelien myyntiin ennen lopullista päätöstä. Myös Woodsin oma peliura hiipui henkilökohtaisten kriisien myötä, eikä hän enää 2010-luvun alkupuolella ollut lajin ehdottomasti paras pelaaja. Siksi hänestä luopumisen voi nähdä olleen toisaalta myös hyvin kohuton tapahtuma, joka oli perusteltavissa urheilullisilla seikoilla muitten ongelmien sijasta.

Hevosurheilu – Alexandra Ledermann

Käsiteltyjen pelisarjojen lisäksi erikoisena pitkäkestoisena sarjana nousee esiin myös ratsastusurheilijoiden lisensoima sarja, jota on julkaistu niin koti- kuin käsikonsoleille. Ensisijaisesti sarja tunnetaan ranskalaisen ratsastusurheilija Alexandra Ledermannin kautta. Hän saavutti Atlantan kesäolympialaisissa 1996 pronssia esteratsastuksen yksilökilpailusta ja hänen nimellään pelisarja on saanut lähes 20 osaa alkuaan vuoden 1999 pelistä *Alexandra Ledermann: Horse Riding Passion*. Pelisarjasta on tietoa saatavilla rajallisesti, mutta sitä on julkaistu hieman runsaan kymmenen vuoden aikana 1990-luvun lopusta 2010-luvun alkupuolelle (*TMQ Horse Game Database*, ei pvm.). Isossa-Britanniassa kymmenen pelisarjan osaa on markkinoitu ratsastusurheilija Pippa Funnellin nimellä.⁹ Funnell on saavuttanut mitaleja ratsastuksessa vuosien 2000 ja 2004 olympialaisista. Tällainen peli on esimerkiksi *Alexandra Ledermann: Adventures at a gallop* (2006), joka tunnetaan myös nimillä *Pippa Funnell 3: The Golden Stirrup Challenge* ja *Horsez*. Samoin pelisarjan avausosaa vuodelta 1999 on myös myyty useamman muun ratsastusurheilijan nimellä: *Mary King's Riding Star* (englantilainen Mary King), *'Lussan' Nathhorst Presenterar Riding Star* (ruotsalainen olympiamitalisti Louise "Lussan" Nathhorst), *Ulrich Kirchhoffs Riding Star: Die Simulation rund um den Reitsport* (saksalainen kaksinkertainen olympiavoittaja Ulrich Kirchhoff) ja *Anky van Grunsven's Riding Star* (hollantilainen moninkertainen olympiavoittaja Theodora "Anky" van Grunsven).

Pelisarja poikkeaa kuitenkin selkeästi tavallisesta urheiluvideopelien lajityypistä, sillä pelit pitävät sisällään ensisijaisesti kaikkea muuta hevosiin liittyvää sisältöä ja urheilulajiin suhteutettavissa oleva sisältö on vähäisessä roolissa. Pelisar-

⁹Lisäksi Saksassa peliä on julkaistu useampiosaisena nimikkeellä *Abenteuer auf dem Reiterhof* ("Seikkailu hevostilalla").

jan ”urheilullisuutta” voinee pitää kyseenalaisena myös siksi, ettei Consalvo listaa sitä tutkimuksessaan osaksi naisurheilijoiden nimikepelejä (Consalvo 2013, 103) tai edes mainitse sitä.¹⁰

Alexandra Ledermann on muihin tarkasteltaviin hahmoihin nähden poikkeuksellinen myös henkilönä. Sen lisäksi, että hän on tarkastellun urheilijakavalkadin ainoa nainen, ei henkilöstä ole juurikaan tarjolla englannin- saati suomenkielistä verkkosisältöä. On haasteellista selvittää, mikä muu syy hänen valikoitumiseensa pelisarjan nimikkeeseen oli kuin pelisarjaa kehittäneen *Lexis Numérique*’n ranskalaisuus ja se, että maalla on pitkä ja menestyksekkäs historia olympialaisten ratsastuskisoissa. Sen sijaan se, että hevosurheilupelit saatettiin nähdä enemmän nuorille naispelaajille suunnattuna, voisi perustella Ledermannin valikoitumista peliin muiden 1990-luvun ranskalaisten ratsastusmitalistien sijasta, sillä hän olivat kaikki miehiä.

Lopuksi

Tässä artikkelissa olen tarkastellut esimerkkien kautta urheiluvideopelien nimissä esiintyneiden oikeiden urheiluhenkilöiden nimien lisensointia, käyttöä ja ilmiön taustaa urheiluvideopelisarjoissa. Painopiste tarkastelussa on painottunut niihin pelisarjoihin, joissa sama nimi on esiintynyt vähintään kahdeksan kertaa. Täydellistä, kaikki nimellä lisensoidut urheiluvideopelit erittelevää analyysiä kaikista nimensä videopeliin lisensoineista urheilijoista ei ole ollut mahdollista toteuttaa yksittäisen tutkimusartikkelin mitassa sekä lisenssiurheilijavideopelien puutteellisten tietokantojen takia.

Yhteistä kaikille tässä tutkimuksessa käsitellyille pelisarjoille on se, että pelisarja tai merkittävä osa siitä on lisensoitu myy-

täväksi yksittäisen urheilijan nimellä. Lisäksi nämä urheilulajit ovat olleet tai ovat edelleen sellaisia, että urheilulajeissa on ollut hyvin rajallinen määrä supertähtiä. Lisäksi yksittäisen urheilijan valinta ja siinä pitäytyminen voidaan nähdä olleen seurausta ainutlaatuisesta tapahtumaketjusta, koska esimerkiksi Alexandra Lehmann tai John Madden eivät urheilulajinsa mittakaavassa ole olleet mitenkään ylivertaisia urheilijoita.

Urheilupelien kiinnostavuutta ja kiehtovuutta kuluttajien keskuudessa ei voine kiistää. Kun pelin markkinoinnissa ja lisensoinnissa käytetään oikeaa henkilöä, antaa se välittömästi yhden tarttumapinnan lisää ja mahdollisuuden todentuntuisempaan pelikokemukseen. Peliyhtiöille yksityishenkilöiden ja heidän brändiensä lisensointi osaksi urheilupeliä näyttäytyykin osaltaan myös kilpailuna kuluttajista. Käyttämällä kuuluisan tai muulla tavoin urheilulajin kannalta merkittävän henkilön nimeä, se tuo yhtiölle uskottavuutta – yhtäältä yritys on onnistunut kiinnittämään tuotantoonsa ”ison nimen” ja toisaalta pyrkii assosioitumaan tietynlaisen persoonan kanssa. Hyvän henkilöbrändin yhdistyminen yrityksen brändiin tuottaa selkeää kilpailuetua. Kun dominoiva asema urheilulajin videopelientäällä saavutetaan tietyllä pysyvyydellä, on mahdollista estää kilpakumppaneiden murtautuminen markkinoille. Tämä on ollut näkyvässä esimerkiksi *Madden NFL*- ja *Tony Hawk’s* -sarjojen tapauksessa.

Mediasuosion ja laajan kilpailutoiminnan myötä paikallisia ja kansainvälisiä urheilijatähtiä on lajissa kuin lajissa vuodesta toiseen useita. Menestyksen saavuttaminen ja sen säilyttäminen ovat aina vain vaikeampia ja menestyksekkäätkin urheilijat voivat heikon jakson jälkeen painua unholaan. Yhdessä hetkessä relevantti urheilija onkin toisessa kohtaa menettänyt hohtonsa ja muuttuu alemman tason urheilijaksi esimerkiksi loukkaantumisten myötä. Yksittäinen erinomainen suo-

¹⁰Muista kyseisestä tutkimuksesta puuttuneista peleistä alaviitteessä 5.

ritus voi taas nostaa urheilijan maailmanmaineeseen ja samalla tavoin yksi heikko esitys voi pudottaa pois kirkkaimmasta valokeilasta. Huippujen nopea vaihtuvuus myös elävöittää lajia ja mahdollistaa aina uusia avauksia (Sicart 2013, 43–44). Samoin yksittäisen pelaajan brändin vahvuus tietyissä maissa selittyy tähteyden tietynlaisella maa- ja kansalaisuuskohtaisella kehyksellä, jopa eräänlaisina kansallissymboleina (ibid.; Andrews ja Clift 2016, 200–208; Andrews ja Jackson 2001, 2, 10). Huomionarvoista on myös, että eri urheilulajit ovat suosittuja eri puolilla maailmaa. Siksi ei olekaan luontevaa sanoa, että yksittäisen urheilulajin huippu olisi supertähti kaikkialla maailmassa, vaan ainoastaan siellä, missä lajin suosio on niin suurta, että sen keskuudessa esiintyvät huiput ovat korostetusti esillä. Tämä osaltaan selittää myös sen, miksi samaa urheiluvideopeliä on saatettu myydä ympäri maailmaa eri urheilijan nimellä.

Usean pitkäikäisen pelisarjan lisenssiurheilijan kohdalla voidaan puhua vakaasta persoonabrändistä, jonka pysyvyyden on voinut katkaista vain erityinen syy. Tiger Woodsin henkilökohtaisen elämän kuohujen sekä niitä seuranneen pelitauon, Colin McRaen kuoleman, ja rullalautailun valtavirtaistumisen voidaan tietyllä tapaa nähdä olleen jokaisen pelisarjan lisenssiurheilijalle käännekohta, joka on heijastunut myös pelisarjan lisensointiin tai jopa julkaisuun kokonaisuudessaan.

Osassa tapauksista yksittäinen henkilö on sattumustenkin kautta saavuttanut aikojen saatossa vakiintuneen brändin osana pelisarjaa. Esimerkiksi *Madden*-sarjan henkilön valikointuminen pelisarjan nimikkeeseen oli seurausta useamman muun kieltäytymisestä. Lopulta John Madden kuitenkin tuli koko pelisarjaa kuvaavaksi käsitteeksi. Vaikka John Madden kuolikin, *Madden NFL* ja kuluttava yleisö sen ympärillä elävät ja voivat hyvin. Samanlainen ”oikeassa paikassa oikeaan ai-

kaan” -tilanne on löydettävissä myös muiden tässä tutkimuksessa tarkasteltujen pelisarjojen nimikehenkilöiden taustalta – menestyminen juuri silloin kun videopeliyhtiö on kaivannut julkisuuden henkilöä pelinsä markkinoinnin tueksi.

Peliyhtiön pitäytyminen yhdessä tähdessä on riski varsinkin joukkueurheilua kuvaavissa peleissä. Kilpailluissa lajeissa vain harva yksilö pystyy säilyttämään eräänlaisen ”maailman parhaan” -aseman useita vuosia. Tällöin kiinnittyminen useaksi vuodeksi yhteen urheilijaan (tai valmentajaan) voi tulla nopeasti taakaksi ja toisaalta taas lisenssipelaajan jatkuva vaihtaminen haittaisi myös peliyhtiön imagoa ja saisi sen ehkä jopa näyttämään epäjohdonmukaiselta. Tämä vaikeuttaa yksittäisen urheilijan mahdollisuuksia ottaa oma asemansa urheilupelien lisensointikentässä. Amerikkalaisen jalkapallon, golfin tai vaikka rallin osalta maailmantähtiä on verrattain vähän. Tällöin yksittäisen henkilön valinnalla voi olla peliyhtiön brändille merkittävä vaikutus, joka ei keskivertokuluttajan kannalta ole välttämättä merkittävä. EA Sportsin *Madden NFL*-pelisarjan myyntiin tuskin merkittäväällä tavalla vaikuttaisi, vaikka sen nimeksi olisi vakiintunut tai tulevaisuudessa vakiintuisi vain *EA Sports NFL*.

Samoin yksittäisen nimisponsorin jatkuvuuden taustalla on korostunut erityisesti sponsorin oma panos pelisarjan luomiseksi mahdollisimman totuudenmukaiseksi. Moni urheilijoista tarjosi oman panoksensa pelinkehitykseen ihan konkreettisen testauksen ja liikkeenkaappauksen muodossa. Näin yksilöstä välittynyt kuva kuluttajalle on ollut tavallista nimisponsorointia syvempi ja siksi saattanut ruokkia pelisarjan suosiota. Tällöin pelisarjan menestys on saattanut myös ruokkia positiivisen kuvan syntymistä sen sponsoriurheilijasta. Lisäksi useampi nimilisenssiurheilija on nähnyt pelien viihteellisen pinnan alla mahdollisuuden käyttää peliä sen

perinteisen tarkoituksen ulkopuolella, kehitys- ja opetustyökaluna.

Voidaan kuitenkin kyseenalaistaa se, kuinka todellisia nämä henkilöbrändit ovat. Urheilijoiden ja heidän taustajoukkojensa yksilöstä luoma kuva on kuitenkin aina vain projektiio todellisesta ihmisestä, hieman samaan tapaan kuin urheiluvideopelit ovat tietynlainen projektiio kuvastamastaan urheilulajista. Urheilijoiden ja urheiluvideopelien välisen suhteen voikin nähdä yhtä aikaa luonnollisena kuin erikoisena: yksilön nimellä lisensoiduissa urheiluvideopeleissä tarkoituksenmukaisesti luotu siloteltu kuva julkisuudenhenkilöstä edustaa tarkoituksenmukaisesti luotua siloteltua (media)kuvaa urheilulajista. Samalla peliyhtiön pyrkimys esittää mahdollisimman aito kuva yksittäisestä urheilulajista hämärtyy.

Tutkimukseni on päänavaus videopelien henkilölisensoinnin maailmaan, eikä sitä ole tarkoitettu tarjoamaan aihepiiriin kaikkia vastauksia. Tulevaisuuden videopelitutkimukselle käänteentekevä voisi olla kokonaisvaltaisemman videopelien lisenssiurheilijoiden tietokannan luominen ja sen hyödyntäminen niin laadulliseen kuin määrälliseenkin tutkimukseen. Näin tulevaisuudessa olisi mahdollista laajentaa tutkimusta kattamaan vielä syvällisemmin henkilöbrändien ja videopelien suhteeseen liittyviä trendejä ja temaattisia kokonaisuuksia sekä analysoida esimerkiksi sitä, mitkä yhdistävät tekijät urheilupelien nimiin lisensoiduista urheilijoista olisi mahdollista tunnistaa.

Kiitokset

Kiitokset Turun yliopiston poliittisen historian oppiaineen harjoittelijalle Robert Tryggille videopeliaineiston koostamiseksi tehdystä työstä.

Lähdeluettelo

Pelit

Accolade. 1988. *Jack Nicklaus' Greatest 18 Holes of Major Championship Golf*. Amiga, Amstrad CPC, Apple IIGS, Atari ST, C64, Game Boy, MS-DOS, Macintosh, MSX, NES, PC-88, Sharp X68000, TurboGrafx-16/PC Engine. Salt Lake City, Utah: Sculptured software.

Accolade. 1992. *Jack Nicklaus Golf & Course Design: Signature Edition*. MS-DOS, Sega Genesis. Salt Lake City, Utah: Sculptured software.

Adrenalin Entertainment. 1998. *Tiger Woods 99 PGA Tour Golf*. Microsoft Windows, PlayStation. Rosewood City, CA: Electronic Arts, Inc.

Bethesda Softworks. 1988. *John Madden Football*. Apple II. Rosewood City, CA: Electronic Arts, Inc.

Blue Tongue Entertainment Pty, Ltd. 1999. *Alexandra Ledermann: Horse Riding Passion*. Microsoft Windows, PlayStation. Braintree: Midas Interactive Entertainment. [Julkaistu myös nimillä *Mary King's Riding Star*, *'Lussan' Nathhorst Presenterar Riding Star*, *Ulrich Kirchhoffs Riding Star: Die Simulation rund um den Reitsport* ja *Anky van Grunsven's Riding Star*.]

Codemasters. 1998. *Colin McRae Rally*. PlayStation, Microsoft Windows. Southam: Codemaster.

Codemasters. 2013. *Colin McRae Rally*. iOS, Android, OS X, Windows. Southam: Codemaster.

D.C. True, Ltd. 1991. *John Madden II*. DOS. Rosewood City, CA: Electronic Arts, Inc.

EA Tiburon. 2015. *Rory McIlroy PGA Tour*. PlayStation, Xbox. Rosewood City, CA: Electronic Arts, Inc.

EA Tiburon. 2023. *EA Sports PGA Tour*. PlayStation, Windows, Xbox. Rosewood City, CA: Electronic Arts, Inc.

Empire Interactive. 1989. *Gazza's Superstar Soccer*. Amiga 500/600, Amstrad CPC, Commodore 64, Atari ST, ZX Spectrum. Lontoo: Empire Interactive. [Julkaistu myös nimellä *Bodo Illgner's Super Soccer*.]

Independent Arts. 2006. *Alexandra Ledermann: Adventures at a gallop*. Game Boy Advance. Saint-Mandé: Ubisoft. [Julkaistu myös nimellä *Pippa Funnell 3: The Golden Stirrup Challenge ja Horsez*.]

Midway Home Entertainment, Inc. 2000. *Kurt Warner's Arena Football Unleashed*. PlayStation. Chicago, IL: Midway Home Entertainment, Inc.

Neversoft. 1998. *Apocalypse*. PlayStation. Santa Monica, CA: Activision.

Neversoft. 1999. *Tony Hawk's Pro Skater*. PlayStation, Nintendo 64, Dreamcast. Santa Monica, CA: Activision.

Park Place Productions. 1991. *John Madden Football '92*. Genesis. Rosewood City, CA: Electronic Arts, Inc.

Perfect Golf, Inc. 2016. *Jack Nicklaus Perfect Golf*. Windows, Linux, MacOS. Vero Beach, FL: Perfect Parallel.

Robomodo, Disruptive Games & Fun Labs. 2015. *Tony Hawk's Pro Skater 5*. PlayStation, Xbox. Santa Monica, CA: Activision.

Semi Logic Entertainments, Inc. 1999. *Michelle Kwan Figure Skating*. Windows. San Francisco, CA: Gonzo Games.

Vicarious Visions. 2020. *Tony Hawk's Pro Skater 1 + 2*. Nintendo Switch, PlayStation, Windows, Xbox. Monica, CA: Activision.

Video Technology Limited. 1979. *Match of the Day: Kevin Keegan's Electronic Action Soccer Game*. Oma käsikonsoli. Harrogate: Grandstand Leisure Ltd.

Visual Concepts & High Score Productions. 1993. *Madden NFL '94*. Genesis, Super NES. Rosewood City, CA: Electronic Arts, Inc.

Warthog Games. 2004. *Richard Burns Rally*. PlayStation 2, Xbox, Windows, Gizmondo. Lontoo; Sci Games.

Kirjallisuus

Andrews, David L. ja Bryan C. Clift. 2016. "Football and Stardom – On context, intertextuality and reflexivity". Teoksessa *Routledge Handbook of Football Studies*, toimittajat John Hughson, Kevin Moore, Ramón Spaaij ja Joseph Maguire. Lontoo: Routledge.

Andrews, David L. ja Steven J. Jackson. 2001. "Introduction – Sport celebrities, public culture, and private experience". Teoksessa *Sport Stars – The cultural politics of sporting celebrity*, toimittajat David L. Andrews ja Steven J. Jackson. Lontoo: Routledge.

Cianfrone, Beth A. ja James J. Zhang. 2013. "The Impact of Gamer Motives, Consumption, and In-Game Advertising Effectiveness: A Case Study of Football Sport Video Games". *International Journal of Sport Communication*, 6(3): 325–347. <https://dx.doi.org/10.1123/ijsc.6.3.325>

Consalvo, Mia. 2013. "Women, Sports and Videogames". Teoksessa *Sports Videogames*, toimittajat Mia Consalvo, Konstantin Mitgutsch, ja Abe Stein. New York, NY: Taylor & Francis Group.

Crawford, Garry ja Victoria K Gosling. 2009. "More Than a Game: Sports-Themed Video Games and Player Narratives". *Sociology of Sport Journal* 26 (1): 50–66. <https://doi.org/10.1123/ssoj.26.1.50>

Crawford, Garry; Daniel Muriel ja Steven Conway. 2019. "A feel for the game: Exploring gaming 'experience' through the case of sports-themed video games". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 25 (5-6): 937–952. <https://doi.org/10.1177/1354856518772027>

De Palma, Nicholas. 2013. "Sports Leagues and Video Game Licensing: Game Over or Game On? How recent rulings could possibly devalue the NFL's video game agreement." *Student Works*. 97. Seton Hall University. https://scholarship.shu.edu/student_scholarship/97

Drane, Dan. 2011. "Nicklaus, Jack (1940–)". Teoksessa *Sports in America from Colonial Times to the Twenty-First Century: An Encyclopedia*. Toimittaja Steven A. Reiss. Abingdon: Routledge. 667–668.

Ervine, Jonathan. 2019. "Football videogames: Re-shaping football and re-financing fandom in a postmodern era". Teoksessa *Digital football cultures: Fandom, identities and resistance*, toimittajat Stefan Lawrence ja Garry Crawford. Lontoo: Routledge.

Hillman, Cory ja Michael L. Butterworth. 2015. "Keeping It Real: Sports Video Game Advertising and the Fan-Consumer". Teoksessa *Playing to Win: Sports, Video Games, and the Culture of Play*, toimittajat Robert Alan Brookey ja Thomas P. Oates. Bloomington, IN: Indiana University Press.

Huntemann, Nina. 2013. "Likeness Licensing Litigation – Student Athletes and the Future of Sports Videogames". Teoksessa *Sports Videogames*, toimittajat Mia Consalvo, Konstantin Mitgutsch ja Abe Stein. New York, NY: Taylor & Francis Group.

Knittel, Christopher R. ja Victor Stango. 2014. "Celebrity Endorsements, Firm Value, and Reputation Risk: Evidence from the Tiger Woods Scandal". *Management Science* 60 (1): 21–37. <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.2013.1749>

Lankoski, Petri ja Staffan Björk. 2015. "Formal Analysis of Gameplay", teoksessa *Game research methods: An overview*, toimittajat Petri Lankoski ja Staffan Björk, 23–35. Pittsburgh, PA: ETC Press.

Lankyung, Kim; Tien-Chin Tan ja Alan Bairner. 2023. "A Beautiful Game: Interpreting Football Videogame Experiences". Julkaistu ennakkoon verkossa 16.1.2023. *Leisure Sciences*. <https://doi.org/10.1080/01490400.2023.2170497>

Loguidice, Bill ja Matt Barton. 2009. *Vintage Games – An Insider Look at the History of Grand Theft Auto, Super Mario, and the Most Influential Games of All Time*. Burlington, MA: Elsevier.

Moulard, Julie Guidry; Carolyn Popp Garrity ja Dan Hamilton Rice. 2015. "What Makes a Human Brand Authentic? Identifying the Antecedents of Celebrity Authenticity". *Psychology and Marketing*, 32 (2): 173–186. <https://doi.org/10.1002/mar.20771>

Mähkä, Rami. 2019. "'Virtuaalinen kiekkojumala': Jeremy Roenick, NHL 94 ja samastuminen urheilupeleissä". *Lähikuva – audiovisuaalisen kulttuurin tieteellinen julkaisu* 32 (3): 81–91. <https://doi.org/10.23994/lk.87960>

Oates, Thomas P. 2015. "Madden Men – Masculinity, Race, and the Marketing of a Video Game Franchise". Teoksessa *Playing to Win: Sports, Video Games, and the Culture of Play*, toimittajat Robert Alan Brookey ja Thomas P. Oates. Bloomington, IN: Indiana University Press.

Rosini, James E., Michelle Mancino Marsh ja Mimi K. Rupp. 2008. "Hot licensing issues in the video game industry". *The*

Licensing journal 28 (2): 14–23.

Sharp, John. 2013. "The Slow Grind – Skateboarding Videogames and the Culture and Practice of Skateboarding". Teoksessa *Sports Videogames*, toimittajat Mia Consalvo, Konstantin Mitgutsch ja Abe Stein. New York, NY: Taylor & Francis Group.

Sicart, Miguel. 2013. "A Tale of Two Games – Football and FIFA 12". Teoksessa *Sports Videogames*, toimittajat Mia Consalvo, Konstantin Mitgutsch ja Abe Stein. New York, NY: Taylor & Francis Group.

Muut lähteet

Augustyn, Adam. "John Madden". *Encyclopædia Britannica*. Luettu 17.9.2023. <https://www.britannica.com/biography/John-Madden>

"Colin McRae Rally". *Retro Gamer*, nro. 43, 1.11.2007, 62–65.

Encyclopædia Britannica. "Jack Nicklaus". Luettu 17.9.2023. <https://www.britannica.com/biography/Jack-Nicklaus>

Encyclopedia of World Biography. "Tony Hawk Biography". Advameg. Luettu 17.9.2023. <https://www.notablebiographies.com/news/Ge-La/Hawk-Tony.html>

"Football Games". *Retro Gamer*, nro. 130, 1.7.2014. 60–69.

Hruby, Patrick. ei pvm. "The Franchise – The inside story how "Madden NFL" became a video game dynasty". *ESPN Outside the Lines*. Luettu 17.9.2023. <http://www.espn.com/espn/eticket/story?page=100805/madden>

"Jack Nicklaus on Power Challenge Golf". 1993. *GamePro*, nro. 49, 8/1993, 107.

Lindstrom, Bob. 1989. "Video Scans: Games." *Omni* 11 (6), 122.

Loguidice, Bill. 2009. "The History of Tony Hawk's Pro Skater: Ollies, Grabs, and Grinds". *Game Developer*, 10.3.2009. <https://www.gamedeveloper.com/design/the-history-of-i-tony-hawk-s-pro-skater-i-ollies-grabs-and-grinds>

MobyGames. "Licensed title: Athletes". Luettu 17.9.2023. <https://www.mobygames.com/group/11352/licensed-title-athletes>

RAWG. Luettu 17.9.2023. <https://rawg.io>.

Surette, Tim. 2006. "Tiger Woods to play another six with EA". *Gamespot*, 2.2.2006. <https://www.gamespot.com/articles/tiger-woods-to-play-another-six-with-ea/1100-6143591/>

TMQ Horse Game Database. "Alexandra Ledermann Series". Luettu 28.9.2024. https://horsegamedatabase.miraheze.org/wiki/Alexandra_Ledermann_Series

"Tony Hawk's Pro Skater". 2020. *Retro Gamer*, nro. 210, 1.9.2020, 18–26.

Wikipedia. "Category:Skateboarding video games." Luettu 17.9.2023. https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Skateboarding_video_games