



❖ Játékfejlesztői útikalauz

Kiadvány társasjáték-fejlesztőknek – mely megpróbálja összefoglalni, hogyan érdemes társasjátékot készíteni, és milyen lépések vezetnek el egy társasjáték kiadásához...

Társasjáték fejlesztői útikalauz

második, bővített kiadás

kiadja a *Magyar Társasjátékos Egyesület*

írta: *Bálint Gábor*

balint.gabor@tarsasjatekos.hu

a jegyzet második verziójának kidolgozásában közreműködött:

Farkas Gábor

arculat:

Czuppon Gergely

Köszönet mindazoknak, aki megosztották velünk társasjáték-fejlesztéssel kapcsolatos utánajrásuk, vagy tapasztalatuk eredményét!

© 2012-2014 Magyar Társasjátékos Egyesület

Minden jog fenntartva.

www.tarsasjatekos.hu

Az anyag másolásához vagy más oldalon történő megjelenítéséhez az író beleegyezése szükséges.

A Játékfejlesztői útikalauz a társasjáték-fejlesztőknek, illetve társasjátékok fejlesztésén gondolkozó leendő szerzőknek szól. E jegyzetben megpróbáljuk körbejárni azokat a kérdéseket, hogyan érdemes társasjátékot készíteni, miket érdemes a játék ötletével kapcsolatban megfontolni, valamint milyen lépések vezetnek el egy társasjáték kiadásához.

Az első kiadáshoz képest megjelenő változtatásokat kék betűvel jelöltük.

Tartalom

1	Mi kell, hogy belevágj?	5
1.1	Létezik?	6
1.2	A legfontosabbak: téma és mechanizmus	7
1.3	A két fő ellenség: komplexitás és játékidő.....	8
1.4	Elhatározás.....	9
2	Tesztelés és javítás	9
2.1	Kezd el mielőbb tesztelni a játékod.....	9
2.2	Az első prototípus.....	9
2.3	Mi van, ha a játékról kiderül, hogy nem elég jó?	10
2.4	Célközönség meghatározása.....	10
2.5	Portfólió elemzés.....	11
2.6	Használj fejlesztői naplót!	12
3	A második prototípus	12
3.1	A második prototípus elkészítése.....	12
3.2	Nyomtatás.....	13
3.3	A játékod megjelenése	14
4	Mások véleménye	15
	Külsős tesztelők	15
4.1	Hol találok külsős tesztelőket a játékomhoz?	16
4.2	Az ötlet ellopásától való félelem... ..	17
5	A nagy döntés	18
5.1	Konkurrens játékok.....	18
5.2	Nem elég jó?	18
5.3	Tárgyalóképes angol nyelvtudás	18
6	Köztes lépések.....	19
6.1	Kommunikáció erősítése.....	19
6.2	Költségkalkuláció	19
6.3	Számok és realitások.....	20
6.4	Megjelenés? Átláthatóság?.....	21
6.5	Tipushibák a szabálykönyvben	21
6.6	A jó szabálykönyv.....	23
6.7	Segédlet	25
6.8	Fényképek	26
7	Kiadási lehetőségek.....	26
7.1	Kiadó.....	27
8	Önfinanszírozású saját kiadás	33
9	Crowd funding (közösségi finanszírozás).....	38
10	Print & Play	40
11	Webes megjelenés	41

Előszó a második kiadáshoz

Kedves Olvasó!

Több mint másfél év telt el azóta, hogy e jegyzetben először megkíséreltük megszerezni a társasjáték-fejlesztéssel kapcsolatos tanácsokat, tudnivalókat. Most e jegyzet második, bővített kiadását olvasod, melyet a legtöbb helyen új fejezetekkel vagy új gondolatokkal bővítettünk.

Másfél év sok idő annak, aki e téma iránt érdeklődik. Ha jártál már a Társasjáték-fejlesztők Napja nevű rendezvényen, Te is megtapasztalhattad, hogy vannak olyan kérdések, amelyek rendre visszatérnek. Érdemesnek tűnt tehát e kérdéseket ebben a kiadványban alaposabban körüljárni.

Megpróbáltuk költség oldalról is megfigyelni, hogy egy-egy sikeres játék esetén a kiadók milyen pénzügyi kompromisszumokba mentek bele: mi az, amire még pénzt áldoztak (mert annyit emel a játék fényén, vagy mert szükséges), és milyen dolgokra nem. Esetleg milyen kis költségű dolgokkal lehetne jobba tenni egy játékot, vagy az egyes ötleteket mekkora dobozméretben érdemes kiadni?

Az így bővült leírásoknál az új (vagy változtatott) bekezdéseket kék betűvel írtuk, hogy könnyebb legyen megkeresni a bővült tartalmat.

Reméljük, a jegyzetben leírtakat hasznosnak találod majd. Jó olvasást, és a játékod készítéséhez sok sikert kívánunk!

Várjuk javaslataidat az alábbi email címen:

jatekfejleszttes@tarsasjatekos.hu

Bálint Gábor
Magyar Társasjátékos Egyesület

1 MI KELL, HOGY BELEVÁGJ?

Mielőtt fejest ugranál a játékfejlesztés világába, érdemes megállni egy picit, és végiggondolni, mikor érdemes egy fejlesztésbe belevágni.

Szerintünk egy társasjátékot elkészíteni sok szempontból olyan, mint regényt írni...

Először is kell hozzá egy jó ötlet...

- ami lázba hoz téged, és valami hiányt pótol,
- ami nem közepeszerű (nem elég, hogy csak egy picit más),
- aminek a szokatlansága, újfajta megközelítése lázba tud hozni másokat.

Aztán kell hozzá sok társasjáték ismerete...

- mert pusztán egyetlen könyv elolvasásától még senkiből nem lett nagy író,
- mert kell, hogy ismerd a "jó könyvek" nyelvezetét, felépítését,
- kell, hogy ismerd, milyen a jó játék, hogy ezt a személyes élményt a saját játékodban meg tudd jeleníteni (Aczél Zoltán),
- mert fontos, hogy reálisan meg tudd ítélni a játékod ötletének nagyszerűségét és újszerűségét.

De az előbbieken példálózhattunk volna egy zeneszerzővel is, mert a zeneszerzésben is fontos a gyakorlás, az egyedi stílus, a hatás, a többi zenemű ismerete, és a kitartás.

Egy játékot számtalanszor le kell tesztelni, tovább kell finomítani, hogy jobb játék válhasson belőle, mint a másik száz sikergyánús játékfejlesztői ötlet.

De még fontosabb az ötlet, hogy a játékod ne csak innen-onnan összegyűjtött szabályokból álljon, hanem tartalmazzon valami egyedi, eddig szokatlan újítást is. Egy olyan játék, ami nagyon hajaz egy másikra, vagy két játék ötvözete, nem biztos, hogy érdekel bárkit is - főleg nem egy kiadót.

Mindig gondolj arra, hogy mi történne akkor, ha két - veled rendszeresen társasjátékozó - barátodat megbíznád, hogy csináljon pár nap alatt valami a tiedéhez hasonló témájú társasjátékot. A Te játékod jobb, mint amit ők ki tudnának találni?

Mert jobbnak kell lennie! Közepeszerű játékötlete sok mindenkinek van, sok mindenkinek eszébe juthat. Fontos, hogy a játékodban legyen valami eredetiség, valamilyen eddig szokatlan megközelítés, amire eddig senki nem gondolt, és amire az emberek felkapják a fejüket.

Akárcsak egy új zombis filmnél, ami valami plusz dolog vagy érdekes megközelítés miatt (dacára, hogy már több tucat zombis film létezik)

A társasjáték-fejlesztés sok szempontból olyan, mint a regényírás.

Egy jó társasjáték készítéséhez kell:

- egy jó ötlet,
- rengeteg tesztelés,
- egyedi megközelítés

Emellett még számos párhuzamot felfedezhetsz a társasjáték kiadás és a könyvkiadás között...

A játékosnak jobbnak kell lennie, mint amit a barátai a témából ki tudnának hozni.

Zombis filmek, zombis számítógépes játékok: Számtalan van belőlük, de valamilyen szokatlan megközelítéssel (pl. western zombi), vagy valami valóban újszerű koncepcióval mégis rá lehet venni nézőket (vagy számítógépes játékosokat) arra, hogy próbát tegyenek velük - azaz összességében véve a befektetőknek nyereséget termeljenek.

Ami azt illeti, egy jó zombis ötlet valószínűleg sokkal jobban felkelti az érdeklődését egy producernek, mint egy kevésbé felkapott téma.

mégis rá tudja venni a közönséget, hogy betérjen a moziba. Egy sablonos "zombis" ötlet már nem lenne kasszasiker, hiába költenének milliókat a reklámjára. Ehhez fel kell tudnia mutatni valamilyen szokatlan koncepciót.

Fontos az is, hogy a fejlesztés során a kritikákat is elviseld (még ha dicséretre és elismerésre áhítozol is), mert ezek elemzése és megfogadása hozzájárulhat az új játékod sikeréhez. Nem szabad kényesnek vagy önérzetesnek lenned! Minden kritikával kapcsolatban érdemes mérlegelned, mennyi benne a valóság, és mennyit tudsz belőle megfogadni. Persze nem kell mindenkinek megfelelni, de ha a játékod túl sok negatív kritikát kap, vagy senki sincs oda érte igazán, pihentesd egy időre. Vedd elő fél év múlva, vagy amikor új ihleted van hozzá. Hátha eszedbe jut hozzá valami csavar...

A játéktervezéssel kapcsolatban fontos még tudnod:

- Egy barát, társ vagy családtag a nagy ötleted elbírálása terén sokszor sokkal megengedőbb, mint egy idegen. Ezért lehetőleg témában járatos idegenek véleményét is kérd ki, és hallgasd meg!
- Egy családtag vagy barát általában az ötlettel kapcsolatban azért sokkal megengedőbb, mert az adott közösségben általában Te vagy az az ember, akinek a legnagyobb rálátása van a társasjátékok világára.
- Ha nincs rengeteg pénzed társasjátékok vásárlására, járj klubokba! Itt sok fajta modern társasjátékot megismerhetsz és kipróbálhatsz ingyen. (lásd: <http://tarsasjatekos.hu/klubok>)

1.1 Létezik?

Mielőtt komolyabb energiát fektetnél abba, hogy a játékod ötletét kidolgozd, próbálj valahogy utánajárni az interneten, hogy a tiedhez hasonló kiadott játék már létezik-e!

Fontos azonban, hogy mire ide jutsz, már nagyjából legyen valami képed arról, hogyan működik majd a játékod, mik a fontosabb elemei, hogyan néz ki majd ideális esetben a táblája. A hasonló játékok szinte biztos, hogy valamennyire hatni fognak rád - holott neked pont az lenne a jó, ha a különbségeket tudnád kidomborítani!

Az is egy módszer, hogy a hasonló játékoknak csak a képi világát nézed végig, amíg a játékod nagyjából el nem készül, és a szabályát tudatosan nem olvasod el, hogy a többi játék biztosan ne legyen rád hatással a kezdeti szakaszban. Azonban előbb-utóbb mindenképp érdemes kipróbálnod a fontosabb konkurens játékokat is, hogy megtudd, a Te játékod miben és mennyiben más, mint a többi.

Mindig nézz utána, hogy a saját játékodhoz hasonló témájú játékok léteznek-e.

Ha sikeres játékot akarsz tervezni, akkor a Te játékodnak hozzájuk képest valamilyen újszerű elemet vagy megközelítést kell tartalmaznia.

(Ha nem eléggé más, megint azt javasoljuk: pihentesd az ötletet fél évre, hátha eszedbe jut hozzá valami. És addig meg találj ki valami mást...)

Az internetes keresést kezdheted itt:

- [BoardGameGeek](#), mint a legnagyobb társasjátékos fórum és adatbázis
- nagyobb külföldi és hazai játékboltok honlapjai
- fórumok
- keresőmotorok

Ha egy képregény stílusú ninjás játékot akarsz csinálni, keress rá pl. így a Google-ban:

- **ninja comic book board game**

Bár a Google a 2013 őszétől fokozatosan bevezetett Hummingbird verziójától kezdve az összetett kérdésekre is jobb választ tud adni.

Vagy szűkítheted a keresést a Google-ban a BGG oldalaira (fórumok és egyéb bejegyzések) a site kulcsszóval pl. így:

- **ninja comic book site:boardgamegeek.com**

Vagy használhatod a BGG bővített keresőjét, ahol kategóriára és mechanizmusra is szűrhetsz:

- <http://www.boardgamegeek.com/advsearch/boardgame>

(Rating vagy rang szerint sorba rendezve az első 2-3 játéknak mindenképp szentelj figyelmet.)

Ha bizonytalan vagy, akár a BGG fórumain is megkérdezheted a tagságtól, hogy létezik-e olyan témájú/működésű játék, mint amit Te terveztl. (Bár itt azért ne adj ki annyi információt a játékról, hogy mások kedvet kapjanak a fejlesztésre.)

Fontos, hogy a keresést és a kutatást angol nyelven végezd, mert magyar nyelven és szabálykönyvvel a játékoknak csak egy töredéke kapható meg.

Tartsd észben: egy játék koncepciója minél kevésbé emlékeztet más játékokéra annál újszerűbb, annál több ember akarhatja majd (ha oda jut) megvásárolni.

Ha angol nyelvű társasjátékok magyar szabályait keresed, használd a [Kecskeméti Társasjáték Klub](#), a [Magyar Társasjátékdíj](#) vagy [Thaur oldalát](#), mert a legtöbb szabály itt is fent van.

1.2 A legfontosabbak: téma és mechanizmus

A társasjátékoknál a téma - vagyis az, hogy a játék miről szól - kicsit olyan, mint a dob és a basszus a modern zenében. Lehet nélküle is jó

játékot (zenét) csinálni, de a téma megadja a társasjátékozás ritmusát és hangulatát, és segít a szabályok elsajátításában. Általában sokkal könnyebb (és élvezetesebb) úgy megtanulni egy szabályt, ha abban minden mozzanat az általunk jól ismert világ valamely részéhez köthető, mintha az egy absztrakt folyamat száraz ismertetője lenne. Nem beszélve arról, hogy egy érdekes téma sok embernek megmozgathatja a fantáziáját.

Bár manapság is léteznek és születnek kifejezetten téma nélküli társasjátékok, a nagy dobozos játékok is akkor igazán népszerűek, ha a témájuk is érdekes.

Az érdekes témaválasztás azonban korántsem elegendő a sikerhez! Az, hogy a játékod a szabályok mechanizmusa (működése) szempontjából is tartalmazzon valamilyen újítást elengedhetetlen! Valamilyen eddig szokatlan, lehetőleg nem túl bonyolult működést kell kitalálnod a játékodhoz, ami lehetőleg következzen magából a témából. Ha ilyen újításod nincs, a téma miatt kezdetben lelkes közönséged hamar ki fog a játékból ábrándulni.

Fontos, hogy ne akarj mindent belezsúfolni a játékod szabályába! A játéknak nem kell a való életet a maga teljességében modelleznie, sőt! Ragadd ki a téma jellegzetes és izgalmas elemeit, és csak ezeket fedd le a szabályokkal! Lehetőleg törekedj arra, hogy ne legyen túl sok szabály a játékból. Az ilyen játékokra mondják azt, hogy elegáns.

1.3 A két fő ellenség: komplexitás és játékidő

Miután kitaláltad a játékod működésének és témájának jellegzetes elemeit, még meg kell küzdened a játéktervezők újabb két fő ellenségével: a komplexitással és a játékidővel.

Számíts rá, hogy a legnagyobb ellenséged a játékidő lesz. Azért, hogy ezt kordában tartsd, már az elején erőfeszítéseket kell tenned a játék gyorsítására. Találd ki, hány körből áll a játék (ha körökre oszlik), és kb. mennyi időt kellene igénybe vennie ideális esetben egy körnek! Ezeket az értékeket mindig becsüld felül, mert a valóságban a játékosok általában mindig többet gondolkodnak, mint amire számítasz!

Emellett használhatsz olyan mechanizmusokat, amik a játékot gyorsítják. Pl. szimultán tervezés (pl. az összes játékos egyszerre tervezi meg, hogy milyen akciókat cselekszik), vagy hogy a játékosnak kevés akció közül kell választania. Az utóbbi esetben a maximumnak a 7-et javasoljuk, de még jobb, ha a játékosoknak ennél kevesebb lehetőségből kell választaniuk, foglalkozniuk.

Komplex szabályok helyett már tervezéskor törekedj arra, hogy egyszerű szabályokat használj! Ne halmozd túl a szabályokat, mert

A nagydobozos játékok akkor igazán népszerűek, ha a témájuk is érdekes.

A játékfejlesztésnél a fő ellenség a játékidő és a szabályok összetettsége.

később nehéz lesz ezekből bizonyos részeket eldobni. A komplex ötleteket tartogasd a kiegészítőre!

1.4 Elhatározás

Mint olvashattad, érdemes viszonylag hamar eldöntened, hogy van-e értelme a játékod továbbvitelére energiát fektetni. Az ötlettől az első prototípusig (vagyis a játékod első mintapéldányáig) eljutni nem annyira sok idő. Viszont ha azután derül ki a játékról, hogy nem elég jó, miután elkezdted a játék egyensúlyán javítani, rengeteg időd - és más emberek rengeteg ideje - vesztet kárba.

Tényleg fontold meg, hogy az általad kitalált újítás, és a játék működése, elég jó-e!

A közepszerű ötletek próbálgatásával a tesztelőid (és az általad felkeresett kiadók) bizalmát is elveszíted, pedig a velük való jó kapcsolat nagyon fontos! Nélkülük nem tud a játékból kiadásra érett játék válni.

2 TESZTELÉS ÉS JAVÍTÁS

Ha már szilárd benned az elhatározás, hogy az alapötleted jó, itt az idő, hogy továbblépj...

2.1 Kezd el mielőbb tesztelni a játékod

A játékod szabályainak összeírásába ne fektess túl sok időt, mert úgyis változni fog még a játékod a tesztek során. Inkább csak szabályösszefoglalót vagy segédletet készíts, és kezd el a játékod mielőbbi tesztelését.

Ugyanakkor a szabályokat azért gondold alaposan végig. Gondold át, mi a játékosok célja, mi adja a konfliktushelyzetet közöttük, hogyan épül fel egy kör, mit csinálhatnak a játékosok, mi a játék vége feltétel!

2.2 Az első prototípus

Az első prototípust mindig csak magadnak csináld, és magadban is teszteld! Az elkészítéséhez használj fecniket! Fontos, hogy ne ölj sok energiát a prototípus megrajzolásába, megszerkesztésébe, mert még kiforratlan, és minden egyes tesztjáték után megváltozhat!

A tesztek követően - ha még mindig látsz elég potenciált a játékból - változtass a játékod működésén (tábláján, szabályain, komponensein), hogy kiegyensúlyozottabb legyen!

Az első prototípus a játék működésének tesztelésére való. Felesleges hangulati elemeket tartalmaznia, nem érdemes sok energiát fektetni az elkészítésébe!

Mérd a köridőt és a játékidőt! Törekedj rá, hogy a játékidő maximum 90 perc legyen, mert a rövidebb játékokat könnyebb újra meg újra letesztelni, és egy jó játék megszületéséhez elengedhetetlen a sok tesztelés.

A prototípust csak azután mutasd be másoknak, miután a játék durva egyenlőtlenségeit korrigáltad! Ezelőtt azonban célszerű egy második, szebben kinéző prototípust készítened.

Ha a játékod szabályaival kapcsolatban úgy érzed, beállt egyfajta egyensúlyi állapot, kezd el tesztelni a szélsőséges stratégiákat is, hogy ne legyen a játékodban olyan stratégia, amivel biztos győzni lehet.

Ügyelj rá, hogy a játék első és utolsó köre legyen kiegyensúlyozva. Bizonyos játékok pl. az utolsó körben tiltani szokták bizonyos erőforrások győzelmi pontra alakítását, vagy igyekeznek egyenlő esélyeket biztosítani a kezdő és a körben utoljára jövő játékosnak.

2.3 Mi van, ha a játékról kiderül, hogy nem elég jó?

Ne csüggedj sokáig, ha a játékod nem tűnik elég izgalmasnak! Elsőre senkinek sem sikerül. A tapasztalat, amit a játék tesztelésével szereztél, később az előnyödre fog válni. Minden játék után egyre professzionálisabb módon fogsz tudni nekiállni egy új játék megtervezésének. És még az is előfordulhat, hogy ehhez az ötlethez eszedbe jut valami olyan csavar, ami miatt megint érdemes lesz az ötletet leporolnod.

A világon jelenleg maroknyi ember tud társasjáték-fejlesztésből megélni, és további 2-3 tucatnak jó mellékjövedelme ez. A többi párezer fejlesztőnek a játékfejlesztés inkább hobbi vagy önkifejezés a megjelenő játékok nagy számának ellenére. Javasoljuk, állj hozzá így, aztán meg örülj neki, ha a jelek kezdenek mást mutatni...

Fontos, hogy az ötleteidet vezesd a fejlesztői naplódban (lásd később), hogy bármikor áttekinthesd őket.

2.4 Célközönség meghatározása

Az alapvető működést és a témát ismerve mérd fel, ki lehet a célközönsége a játékodnak, és a későbbi játéktesztek alapján próbáld az ő igényeikhez alakítani a játékod!

Gyerekek?

Ha igen, nehéz dolog lesz. Vannak gyerek ismerőseid, akiken/akikkel tesztelni tudod a játékot? Kellően rövid a játék, hogy le tudja kötni végig egy gyerek figyelmét? Kellően szórakoztató? Vonzó a témája?

Ha az ötlet működőképes, ha kiegyensúlyozottabb a játék, elkészíthető a második prototípus.

Aczél Zoltán, az egyik legismertebb magyar játékfejlesztő úgy tartja, gyerekjátékok terén a legnehezebb valami igazán újat alkotni.

Család?

A családi játékok olyanok, amelyek gyerekek, felnőttek és az idősebb korosztály számára is szórakoztatóak. Van irántuk kereslet, a piacon belőlük fogy a legtöbb játék; és a legtöbb társasjátékos díjat is az ilyen játékoknak alapították. A fejlesztés során nehézséget jelenthet a 30-75 perces játékidejük, hogy lehetőleg 2-4 fővel - de sokszor 5 fővel - is működőképesnek kell lenniük, hogy szabálykönyvük max. 6-8 oldal (kevés, de elegáns szabályok), ill. hogy témájuk kötöttebb és semlegesebb.

Valamilyen téma szerelmesei?

A társasjátékok szólhatnak kifejezetten valamilyen téma szerelmeseinek is. A téma lehet általános (pl. sci-fi, fantasy), vagy specializált (pl. egy népszerű gyerekkönyv világán, vagy Forgotten Realmsben játszódó társasjáték). Minél specializáltabb egy játék témája, annál nagyobb a valószínűsége, hogy a játékos, a téma népszerűségét kihasználva a téma rajongótáborát vásárlásra tudja ösztönözni. Fontos, hogy a témának valóban népszerűnek kell lennie, mert a játék a témán kívüli érdeklődőket kevésbé tud megszólítani. Pl. egy olyan játék, amiben a játékosok gyermek-sárkányokkal vannak, kifejezetten elriaszthatja az egyébként a társasjáték iránt érdeklődőket a vásárlástól.

Komplex játékok kedvelői?

Komplex játékból kevesebb jelenik meg évente, kevesebb díjjal jutalmazták őket, viszont az igazán nagy társasjáték rajongók ezeket a játékokat tartják a legtöbbre. Előnyük, hogy mind a téma, mind a játékidő terén igen rugalmasak. Hátrányuk, hogy az átlag emberek érdeklődését - főleg hosszú játékidő esetén - nem annyira kötik le.

2.5 Portfólió elemzés

A játékosod lehetséges célközönségének kitalálása mellett már most érdemes az interneten elkezdni kutatni, milyen nemzetközi kiadók foglalkoznak a játékosodhoz hasonló jellegű játékok kiadásával, milyen a portfóliójuk, és a játékaik iránt mekkora a kereslet, elég modern-e hozzájuk a játékosod ötlete.

Nem javasolt a megszokott és a napjainkban *mainstream*nek számító játékoktól nagyban eltérni, mert az sok küzdelemmel és meg nem értéssel jár. Az ilyen játék kiadása/kiadásának felvállalása kockázatos, mert nem lehet tudni, hogy sikeres lesz-e, főleg akkor, ha a működése

Járd utána, milyen kiadók termékválasztékába illik bele a játékosod! Kezdj el a játékosra olyan szemmel nézni, mintha ezeknek a kiadóknak a megbízásából készítenéd! Kövesd nyomon a kiadók tevékenységeit, mert határozottan hasznos, ha tudsz róluk egy-két dolgot.

inkább a tíz (vagy több) éve volt játékkal rokon. Az ilyen játékokhoz egyaránt nehéz kiadót és célközönséget is találni.

A szóba jövő kiadók címét és a velük kapcsolatos gondolataid vezesd a fejlesztői naplódban (lásd később), és már most próbáld meg azon gondolkodni, hogy keltheted majd fel a játékkal a figyelmüket.

2.6 Használj fejlesztői naplót!

A fejlesztések és tesztelések során használj fejlesztői naplót! Vezesd benne: mikor, kikkel, mennyit játszottál a játékkal, mennyi volt a szabálymagyarázat ideje, mennyi volt a játékidő és milyen szabályokon kik javasoltak számodra változtatást. Ne bízd a dolgokat az emlékezetedre! Legyen mi motiváljon!

A fejlesztői napló használatával világosan meg tudod ítélni majd, mennyi idő van a játékodban, és mennyi idő alatt milyen szintre fejlődött. Emellett a játékkal kapcsolatos vélemények változását is figyelemmel kísérheted, esetleg új ötleteket meríthetsz belőlük későbbre.

A fejlesztői naplót használhatod ötleteid összeírására is. Az ötlet ötletet szül. Ha a naplót rendszeresen vezeted, egy idő után rengeteg ötleted lesz.

A fejlesztői naplóban a fontosabb eseményeket is célszerű felvezetned. Pl.: ekkor készítettem el a játék 2. prototípusát, ekkor véglegesítettem a játék első szabálykönyvét, stb.

3 A MÁSODIK PROTOTÍPUS

3.1 A második prototípus elkészítése

Ha már normalizálódott a játékod szabálya, és játszottál már egy-két partit a közeli barátaiddal is, itt az idő, hogy lecseréld papírfecnikből álló prototípusod valami komolyabb változatra!

Bár gondolhatnánk, az emberek nem a külsőségek alapján ítélnek, hanem az ötlet nagyszerűsége alapján, senkinek sem mindegy teljesen, hogy néz ki a játékod. Minél fiatalabb tesztelőknek mutatod be a játékodat, annál fontosabb a megjelenés.

A prototípus komponenseit elkészítheted házilag is, de ha szeretnéd lenyűgözni a közönséged, 4-6000 forintért igénybe vehetsz egy olcsó helyi nyomdát...

Az új prototípus elkészítésének dátumát jegyezd fel a fejlesztői naplóba! Tulajdonképp innen indul a játékod igazi élete...

A divatos témákat feldolgozó ötletekhez általában könnyebb érdeklődőket (kiadó/vevő) szerezni.

Vedd komolyan a fejlesztést! Dokumentáld, gyűjtsd a véleményeket, és a saját ötleteidet!

Jegyezd fel a naplódba azt is, hogy mi ragadja meg a játékkal kapcsolatban a tesztelőid képzeletét.

A második, de legfőképpen a kései prototípusaid kinézetének kidolgozásába már érdemes némi energiát fektetni.

3.2 Nyomtatás

Ma már a legtöbb nyomda tud kártyalap méretben lapot nyomtatni. A kis, különféle formájú jelölők nyomtatása, illetve kivágása viszont nem számít bevett szokásnak. Ehhez szükség van arra, hogy valaki elkészíttesse az ezen lapkák kivágásához szükséges speciális stancszerszámot. (Ezen eszköz elképzeléséhez nézd meg nagymamád süti kiszúró formáit!)

Egy stancszerszám (vágókés) elkészítése kb. bruttó 12 000 - 20 000 forint körül van. Erre jön rá a nyomdaköltség, ami annál kedvezőbb, minél nagyobb példányszámban rendeled meg a gyártást. (A nyomdák általában előírják az 500 darabos minimum rendelési tételszámot.) Természetesen a stancszerszám elkészítése is csak a megfelelő mennyiségű jelölő mellett gazdaságos. (Tudható, hogy a kártyák előállítása is stancolással történik, de a szabványos kártyaméretekhez a nyomdák rendelkeznek megfelelő eszközzel.)

Ilyen szempontból kínál egy - általunk kedvezőnek tartott - konstrukciót a Kártyagyár, mely kifejezetten társasjáték elemek gyártásával, egész pontosan tokenek ill. kártyalapok nyomtatásával foglalkozik. (Nyomtatás azonban csak pár havonta van.)

Javasoljuk azonban, hogy a második prototípusod elkészítésével, ha csak teheted, ne várj hónapokat. Ha van a közeledben egy helyi nyomda, mérd fel, milyen lehetőségek vannak, és vágj bele az elkészítésébe.

Igazán dizájnos játéktábla készítésével és nyomtatásával azonban csak akkor bajlódj, ha már jó pár tesztkör óta változatlanok a játékos szabályai. (Várhatóan még a második prototípus ideje alatt is lesz több-kevesebb változtatás.)

Viszonyításként néhány költség a Kártyagyártól:

- 1 kártyalap nyomtatása ~ 16-20 forint ("kártyanaptár méretben")
- 1 darab 1,5 x 1,5 cm-es token ~ 6-10 forint

Más, szintén fejlesztő által javasolt nyomda a Kvíz'96 Kft, ahol kártyalapokat és lapkákat tudnak viszonylag jó minőségben gyártani.

Ajánlott nyomdák címei:

- Kártyagyár - <http://kartyagyar.com/>
- Kvíz'96 Kft. - <http://www.jatekkartya.hu/>

Hasznos oldalak, ahonnan játékkomponenseket rendelhetsz:

- http://www.gemklub.hu/jatekok/2281/tarsasjatek_kellekek (magyar)

Ha gondold, keress a lakóhelyed közelében egy olcsóbb nyomdát. Egy gyengébb nyomdai minőség is bőven elegendő, és sokat tud javítani mások játékkoddal kapcsolatos első benyomásán.

Fontos, hogy a játékos kései prototípusai minél jobban tükrözzék a témával kapcsolatos megközelítéset, elképzeléset.

- <http://spotlightongames.com/list/design/component.html>
- <http://www.spielmaterial.de/>
- <http://www.p4g.co.uk/en/>
- <http://www.meeplesource.com/>
- <http://www.silcom.com/~tomjolly/design2.htm>

3.3 A játékod megjelenése

Ha van egy lelkes grafikus ismerősöd, vagy Te magad értesz annyira a grafikához, hogy el tudod készíteni a prototípusod rajzait, szerencsés vagy, mert nem kell sok időt töltened a helyénvaló grafikák keresésével. Egyéb esetben az internetről kell a játékodhoz illő illusztrációkat beszerezni, és ez általában hosszú menet.

Ugyanakkor fontos megemlítenünk: ha nem saját kiadást akarsz a játékodból, nem érdemes túl nagy erőt befektetni a grafikák és a kinézet elkészítésébe. Pláne nem akkor, ha még változhatnak a szabályok!

A kiadók számára a kinézet ugyanis üzleti kérdés - a kiadó egyik védjegye, az ok, amiért profi grafikusokat alkalmaz.

A játékod prototípusánál tehát elegendő, ha csak a játékelemek praktikus elrendezésével és a téma megközelítésével kapcsolatos elképzeléseidet közvetíti, mintegy irányt mutatva egy profi grafikusnak arra, hogy hogyan kell a játékod ötletét megközelítenie, megrajzolni. (Az iránymutatást azonban a prototípusodnak tartalmaznia kell!)

Készülj fel, hogy abban az esetben, ha nincs grafikus ismerősöd, szinte elkerülhetetlen, hogy ne ásd bele magad valamennyire a grafikai programok ismeretébe.

Néhány igényesebb, illusztrációkkal foglalkozó oldal címe:

- <http://www.veer.com/products/images/>
- <http://www.clipartof.com/>
- <http://openclipart.org/>
- <http://office.microsoft.com/hu-hu/images/>
- <http://www.coolclips.com>
- <http://www.historicalstockphotos.com/>

A játékodhoz a Wikipédiáról is válogathatsz képeket. Ezen képek többsége ún. "Creative Commons Nevezd meg! - Így add tovább!" (röviden CC-BY-SA) licenz alapján használható fel, melynek legfontosabb előírása, hogy a szerzőt (vagy szerzőket) a játékodnál

Előbb vedd fel a helyi nyomdával a kapcsolatot, és csak utána állj neki táblát, kártyalapot (stb.) tervezni!

minden esetben meg kell jelölni, valamint a képből készített feldolgozást ugyanezen licenz alatt lehet csak közzétenni.

Vagyis teljesen legálisan juthatsz jobb minőségű fotókhoz, grafikákhoz, ha a játékdaid elemén feltünteted a forrást (pl. Wikimédia Commons, Vitaly V. Kuzmin, CC-BY-SA 3.0), illetve a szabálykönyv végén pontos link és szerző felsorolást készítesz.

Képmanipulációs, ill. tervező programok:

- <http://www.gimp.org/> (raszteres képszerkesztés)
- <http://inkscape.org/> (vektorgrafikus tervezés, ill. ehhez hexatérkép és kártyalap plugin)
- <http://posterazor.sourceforge.net/> (tábla nyomtatás)

Kártyalap és tile tervező programok:

- <http://www.ccgmaker.com/>
- <http://www.nand.it/nandeck/>

Mielőtt a második prototípusod grafikájának megtervezésébe belekezdenél, érdemes a választott nyomdával felvenni a kapcsolatot, hogy milyen elvárásaik vannak a grafikákkal kapcsolatban, milyen sablonokat használnak, stb.

4 MÁSOK VÉLEMÉNYE

KÜLSŐS TESZTELŐK

A játékod életpályájában fontos szerepe lehet mások véleményének. Mások - játékodról alkotott - véleményét legalább annyira fontos ismerned, mint arról képben lenned, hogy mik a mostanság divatos új társasjátékok és mechanizmusok!

Ugyanakkor nagyon meg kell fontolnod, kinek a véleményére adsz igazán.

Lehetőleg sokat játssz olyanokkal is, akik nem a közeli ismerőseid (család, feleség/pár, ismerős), akik gyakorlott játékosok, és akik emiatt meg merik neked mondani - vélhetően - mérvadó véleményüket. Egy jó kritika lehetőséget ad arra, hogy reálisan meg tudd ítélni, hogy milyen a

*Teszteld a játékodat
gyakorlott
játékosokkal.*

játékod, valamint hogy valamennyit javíts a játékod szabályainak működésén, vagy a felhasználói élményen.

Fontos az is, hogy ne mondd meg a tesztelőknek, hogy hogyan játsszák a játékodat, hiszen később sem tudod majd magad minden kiadott játék dobozába odacsomagolni.

Ugyanakkor ne akarj mindenkinek megfelelni! Te ismered igazán a játékot, neked van több tíz vagy száz órányi munkád a játékban, vagyis Te vagy a játék erényeinek és gyengéinek a legnagyobb szakértője. Ha kritikát hallasz, próbáld meg a célközönséged (és egy lehetséges jövőbeni kiadód) fejével mérlegelni az elhangzott szavakat. Vajon kinek a pártját fogná a célközönséged egyik jellegzetes figurája, ha véletlenül fültanúja lenne a kritikának? A tiédet vagy kritizálót?

Neked kell meghúzni a határokat, végső soron a Te neved alatt jelenik meg a játék. Még a legnépszerűbb társasjátékoknak is van egy olyan rétege, aki utálja őket. Az is kaotikussá teheti a játékod, ha minden kritikát és véleményt mérlegelés nélkül beépítesz.

Fontos az is, hogy ha meg vagy győződve róla, hogy a játékod jó, ám sok negatív hangot is hallasz, keresd meg azt a közeget, aki a játék érdemeit elismeri! Ne hagyd, hogy a játékod a boldogtalanságod forrása legyen!

4.1 Hol talállok külsős tesztelőket a játékomhoz?

Járj társasjáték klubokba! A külföldi fejlesztők is klubokban szokták tesztelni a játékaikat. Persze a klubokba alapvetően nem tesztelni járnak az emberek, de ha jó a kapcsolatod a többi játékosal, és már elég kiforrott a játékod, biztos találsz önként jelentkezőket a teszteléshez.

Érdeemes a klubos megjelenésre a prototípus kinézetét is valamennyire gatyába rázni. Első prototípussal még ne látogass el egy klubba, azt magadban, vagy baráti körben teszteld. Egy fénymásoló papírra rajzolt játékkal idegen embereket jóval nehezebb feladat meggyőzni, mint egy felmatricázott, habzivacsra vagy kartonra ragasztott (lehetőleg valamennyire színes) játékkal.

Ezen kívül érdemes a többi fejlesztővel is kapcsolatba kerülnöd. Erre jó alkalom például a Társasjáték-fejlesztők Napja, aminek kiemelt célja, hogy segítse a fejlesztői közösségek kialakulását.

- <http://tarsasjatekos.hu/klubok>
- <http://tarsasjatekos.hu/jatekfejlesztes>

Ne mondd meg a tesztelődnek, hogyan játszanak vele; figyeld meg, hogy fedezik fel a társasjátékodban lévő lehetőségeket!

Ne akarj mindenkinek megfelelni!

4.2 Az ötlet ellopásától való félelem...

A játékfejlesztőknél gyakori jelenség, hogy a lopástól való félelem miatt óvakodnak bemutatni a játéukat ismeretleneknek. Ez a félelem egészen addig jogos, amíg a játék működése (és prototípusa) nincs annyira kidolgozva, hogy az bemutatható legyen társasjátékos rendezvényeken, hiszen egy kidolgozatlan koncepció még nem feltétlen siker, ugyanakkor másoknak kedvet csinálhat a koncepció kidolgozásához.

Ismét kölcsönvéve a zombifilmes hasonlatot: ha Te kitalálsz, hogy csinálj egy zombis filmet, amiben a főhős egy nyugállományozott rendőr lesz, és más is csinál egy zombis filmet, aminek egy nyugállományozott rendőr a főszereplője, a közvélemény (vagy jog) még nem feltétlen fogja a másik film készítőjét csalónak nevezni. Nem úgy, ha a filmedben szereplő csavart veszi át a másik szerző!

Az utóbbi esetben ugyanis a nyilvánosság egyértelműen védelmet jelent, hiszen egy jó ötletet nehéz kitalálni, és ha az ötletről egyszer a nyilvánosság elkönyvelte, hogy a Tied, akkor bárki más, aki "használni" akarja ezt, kellemetlen magyarázkodásra kényszerül. (Mint ahogy Te is kellemetlen magyarázkodásra kényszerülnél, ha valamilyen meglévő társasjátékokhoz nagyon hasonló játékkal rukkolsz elő.)

A társasjátékos rendezvényekre és klubokba járás további előnye, hogy a gémerék (gyakran játszók) ki tudnak állni a játékod mellett az online világban is, ha netán erre lenne szükség. (De valószínűleg nem lesz, mert az ötletek ellopását kísérő negatív visszhangot vagy esetleges bojkottálást egyetlen kiadó vagy játékfejlesztő sem engedheti meg magának. Pillanatok alatt híre menne a viselkedésének.)

Az EU keretein belül egyébként úgy tudjuk, a társasjáték ötleteket amúgy sem lehet szerzői jogi oltalom alá helyezni. Ez valahol jogos is, hiszen képzelj el, mi lenne, ha nyereszkedés céljából ügyes spekulánsok mindenféle dolgot levédetnének, és ezek használatáért licenstdíjat kérnének (vagy megtilthatnák bizonyos elemek használatát a játékodban).

Az egyik Társasjáték-fejlesztők Napján elhangzott, hogy a társasjátékokat a Szellemi Termékek Nemzeti Hivatalában letétbe lehet helyezni, önkéntes nyilvántartás formájában:

- <http://www.sztnh.gov.hu/kerdesek/gyik/onkentes.html>

Ha mégis lennének kényes helyzetek, ez jól jöhet.

Az ötlet ellopásától való félelem alapvetően alaptalan. Ha nem hiszed, nézz utána az interneten, hány ilyen ügy van!

Ugyanakkor érdemes a játékodat minél több gémernek bemutatni, ha esetleg mégis ilyen helyzetbe kerülnél, legyen, aki szükség esetén az online világban is kiáll melletted.

5 A NAGY DÖNTÉS

A külsős tesztelések során, még viszonylag korán érdemes eljutni arra a pontra, amikor megítéled, hogy van-e értelme több időt áldozni a játékodra. Ezt a pontot hívjuk úgy: a nagy döntés...

5.1 Konkurens játékok

Fontos, hogy mire idáig jutsz, már ne csak a témában és/vagy a mechanizmusban valamelyest hasonló konkurens játékok képét (és esetleg szabályait) ismerd, hanem egyet-kettőt próbálj is ki. Főleg azok közül, amik a BoardGameGeek (<http://boardgamegeek.com>) ranglistáján az első 1000-ben vannak.

Fontos, hogy megtudd (vagy megsaccold), milyen élményt jelent a konkurens társasjátékokkal játszani. A legtöbb játéknál ugyanis ez lesz a mérce, amit a játékodnak meg kell ugrania.

(Csak elrettentésképp egy adat, ha családi vagy komplex játékot készítesz: az USA-ban jó páran vannak olyan gémekek, akiknek 1500 darabos játégyűjteményük van.)

Az ötleted akkor jó, ha van valami, amiben jelentősen különbözik a tőbitől, és tartalmaz valamilyen szokatlan újítást, hangulati elemet.

5.2 Nem elég jó?

Ha az ötleted nem elég jó, ne áldozz rá több időt! Inkább pihentesd egy picit, és kezdj bele egy új játékba. Ez szerintünk jóval előbbre mutat, mint sokáig izzadni egy ötleten, ami nem akar megjavulni. Egy időre lépj ki a régi szerepedből! Az új játék tervezésével szerzett tapasztalatok csodát tehetnek! Ha 3-4 hónap múlva visszanezel a régi játékodra, egy csomó olyan dolog juthat eszedbe, ami korábban nem.

Az ötlet milyenségén kívül mérlegeld még: valóban van annyi időd és kedved a játék befejezésére, mint amit az megkövetel, és hogy a játék kiadása elérhető távolságban lévő cél-e?

5.3 Tárgyalóképes angol nyelvtudás

Ha még nincs tárgyalóképes angol tudásod, itt az ideje nekifeküdni a nyelvtanulásnak. Ha jó a játékod, azért, ha nem annyira jó (és több reklámra szorul), azért...

A nemzetközi kiadókkal való tárgyaláshoz / kapcsolatfelvételhez, a játék nemzetközi hírnévének terjesztéséhez, a majdan esetleg megjelent játék szabályával kapcsolatos kérdések megválaszolásához, a reagáláshoz a játékodat ért kritikákra és az interjúkhoz mindenképpen szükséged lesz tárgyalóképes angol nyelvtudásra!

Egy játék akkor jó, ha a központi mechanizmusa jellegzetes, és megkülönböztető más (vetélytárs) társasjátékoktól.

Nem érdemes sokáig görcsölni egy kevésbé jó ötleten. Tedd féle, és kezdj bele más ötlet megvalósításába!

Minél nagyobb rutinod van a társasjáték fejlesztésben, később annál jobb ötletek juthatnak majd eszedbe a félbehagyott ötleteidhez (is).

Ha nem tudsz jól valamilyen sokak által beszélt idegen nyelven (pl. angol, német), mint játékfejlesztő, erősen beszűkülnek a lehetőségeid.

Összefoglalva: az angolt csak akkor úszhatod meg, ha úgy döntesz, nem foglalkozol tovább az ötleteddel, vagy esetleg jól tudsz németül. :-)

6 KÖZTES LÉPÉSEK

Ha a nagy döntés eredményeként folytatod a játékod fejlesztését, folytatnod kell a játékod tesztelését is. Immáron azonban eljött az idő, hogy összeírjad, és formába öntsd a játékod szabályait, és megkeresd azokat a csatornákat, akik képesek a játékodat eljuttatni a célközönségedhez.

6.1 Kommunikáció erősítése

Fontos, hogy a játékod élete során megfigyeld, mely motívumok vagy szabálybeli elemek ragadják meg a legjobban a hallgatóságod figyelmét! Ez különösen igaz a külsős tesztelésekre.

A játékosoknak tetsző elemeket (a nem tetsző részekkel együtt) feltétlen jegyezd fel a fejlesztői naplódba, és ha csak teheted, a játékod bemutatását ezek felsorolásával kezd el! Egy jó nyitás után sokkal nyitottabb és érdeklődőbb lesz a közönséged.

Ha valaki fintorogva hallgatja a játékod szabálymagyarázatát, nem kell feltétlenül rábeszélned a játékod kipróbálására. Valószínűleg jobban jársz azokkal, akik valamelyest érdeklődőek. (Nem kell mindenkinek megfelelni.)

Ha csak teheted, a játékod bemutatásánál hangsúlyozd ki, milyen tulajdonságai vannak a játéknak, és ezek a játékosok számára milyen előnyökkel járnak. Pl.:

- A táblát 10 mezőlapka alkotja. *(Ez csak a játék tulajdonságát kommunikálja; ha lehet, az előnyt is kommunikáld, ami ebből következik.)*
- A játék minden alkalommal más, mert a játéktér lapkákból épül fel. *(Ez sem az igazi, mert csak az előnyt kommunikálja.)*
- A játéktér 10 mezőlapkából áll, amelyet a játékosok véletlenszerűen helyeznek fel az asztalra. Emiatt a játék minden alkalommal más lesz egy picit. *(Ez egy tulajdonság és előny együttes kommunikálása; lehetőleg így beszélj a játékról.)*

6.2 Költségkalkuláció

Annak ismeretében, hogy ki a célközönséged, el kell kezdened nagyvonalú kalkulációkat készíteni, hogy milyen módon és milyen összegben akarsz a játékból bevételhez jutni.

Jegyezd fel a fejlesztői naplódba, hogy mi ragadja meg az tesztelőid figyelmét!

Gondold végig, dobozos formában szerinted mennyiért lehetne eladni egy szakboltban a játékodat. Ha tudod, igazítsd ehhez a játékod alkatrészeit. És ha csak tudod, vegyél figyelembe gazdasági megfontolásokat is tervezéskor. (Ez akár saját, akár nem saját kiadás esetén is fontos.)

Ha megvan az ár, oszd ki a megfelelő százalékot az értékesítésben résztvevő szereplőknek

- az államnak a 27% áfát (amely így számolható ki: $\text{bruttó} * 27/127$),
- 20-35% hasznot a kiskereskedőknek ($\text{nettó} * 30/130$),
- 10-25% hasznot a nagykereskedőknek ($(\text{nettó} - \text{kiskereskedő}) * 20/120$),
- nyereséget, valamint az egy termékre jutó anyag-, grafikus munka- és egyéb tervezői költséget a kiadónak.

Te a gyártó hasznából tudsz részesedni - ami valószínűleg nem túl nagy összeg. A játékfejlesztői szakmában az átlag szerzői jutalék a nyereség 5%-a. (Persze ez a játék méretétől, és a szerző hírnevétől függően változik.)

6.3 Számok és realitások

Ha egy játékon 500 forint a hasznod, és neked, a fejlesztői napló szerint n órád van a játékban (és várhatóan még m órád lesz), mennyit kell eladni belőle, hogy pont megtérüljön a befektetett munkád? És mennyit kell eladni, hogy még keress is rajta egy keveset?

Fontos, hogy ezeket végiggondold, mert tisztában kell lenned a realitásokkal, és később, amikor a kiadó megpróbálja majd a jutalékrészedet lejjebb szorítani, vagy egy nyomda megpróbál valamire rábeszélni, ezek a számok fontosak lesznek.

Csak egy adalék: a Catanból az első kiadás alkalmával 5000 darabot gyártottak, és adtak el nagyon hamar.

Egyéb - meg nem nevezett - nyugat-európai eladási tapasztalatok azt mutatják, hogy egy új és kifejezetten jó társasjátékból általában 3000 példányt adnak el külföldön kiadásonként; Magyarországon ennek a felét, harmadát. Persze a kevésbé jó játékokból valószínűleg még ennyit se adnak el. Te se vennél olyan játékot, amiről rosszat olvastál...

Ha bővebben is érdekel a téma és nincs még saját költségkalkulációd, innen letöltheted a Játékfejlesztői útikalauz **Költségkalkulációs sablon** című mellékletét:

Gondold végig, mennyibe kerülne a játékod kereskedelmi forgalomban! Szerinted mekkora dobozban lenne eladható? Minőségi kinézettel és alkatrészekkel szerinted mennyit adna ki érte egy lelkes és egy kevésbé lelkes tesztjátékosod?

A tervezéshez használhatod a költségkalkulációs segédletet is, melyet a www.tarsasjatekos.hu weboldal Játékfejlesztés rovatából tölthetsz le.

- <http://letoltes.tarsasjatekos.hu/koltsegkalkulacio-tarsasjatek-kiadashoz>

6.4 Megjelenés? Átláthatóság?

Ha már azon gondolkozol, milyen csatornákon tudnád megszólítani a játékod terjesztőit, és csak ritkán változnak a játékod szabályai, átgondolhatod, akarsz-e javítani az aktuális prototípusod megjelenésén. Egy közel végleges prototípust (amire már nincsen tollal vagy ceruzával ráfirkálva semmi) mindenképp érdemes legyártanod, hogy el tudd küldeni a kiadónak a játékod, és demózni tudj vele.

A játékod grafikai megjelenését azonban nem érdemes *kiemelkedően* szépre megcsinálni. Bár a megjelenés olyan szempontból, hogy egyáltalán ránézzenek a játékodra, számít, de nem annyira, mint a játékod ötlete és (ha van) témája, valamint hogy van-e benne olyan újítás, ami sok embernek tetszhet!

A megjelenés - mondjuk azt - csak annyira számít, mint mondjuk egy saját honlap esetében; vagyis nézzen ki valahogy a játék, legyen áttekinthető, és derüljön ki belőle, hogy Te hogyan gondoltad megközelíteni a témát.

A kiadók saját profi grafikusainak majdnem akkora neve van, mint a játékok szerzőjének. Nekik a grafikai megjelenésre később még gondjuk lesz. Tehát a grafikai megjelenésbe nem szabad rengeteg energiát és pénzt ölni. Érdemes inkább ismerősi körben keresned valami pályakezdő grafikust, akinek a munkájáért nem kell horribilis összeget fizetned.

A játékod táblájának vagy a segédleteknek mindenképp átláthatónak kell lennie! Ha a tesztjátékosaid ennek átláthatatlanságára panaszkodnak, érdemes a javításra időt és szükség esetén pénzt szánni.

6.5 Tipushibák a szabálykönyvben

Ha már ritkán változnak a társasjátékok szabályai, itt az idő, hogy elkészítsd a szabálykönyvét!

A szabálykönyv kialakításakor érdemes számos dolgot figyelembe vened. A legjobb, ha szakértőre bízod a formai kivitelezését, de persze ez sokszor nem megengedhető.

Mielőtt azonban alaposabban is belemennénk abba, hogy mire érdemes figyelni, itt egy rövid lista a leggyakoribb tipushibákról. Ha ezek a játékok prototípusához készített szabálykönyvedben léteznek, feltétlen korigáld őket, mielőtt a játékokat egy komolyabb helyre is elküldöd!

Ahogy egyre inkább kiadás-közelivé válik a játék, úgy lesz egyre fontosabb a prototípus megjelenése.

Nem kell kiemelkedő megjelenésre törekedned (nehogy a megjelenés miatt ne akarj egy szabályon változtatni!), de a prototípusnak ránézésre is át kell tudnia adnia a hangulatot, és a tábla elrendezésével, a komponensek kialakításával fel kell ébresztenie a megismerés utáni érdeklődést.

Egy jól megtervezett játéktáblával pl. felkelthető az érdeklődés a működés iránt.

A tipushibákat mindenképp számold fel a szabálykönyvedben!

1. A szabálykönyv nem tartalmazza, hogy mi a játék célja

- Fontos! A játék céljának és működésének vázlatos (és kedvcsináló) leírását már a szabálykönyv elején közölni kell. Pl.: A játékosok befolyásos velencei családokat irányítanak, akik a körök során nyersanyagokat gyűjtenek, amelyekből munkásaik és építészeik segítségével épületek építhetők. A legértékesebb épületeket megépítő játékos lesz a játék győztese.
- Ennél lehet - sőt érdemes - kicsit bővebben és színesebben fogalmazni. Fontos azonban, hogy a leírás valóban rövid legyen, valamint már lehetőleg itt törekedj arra, hogy a játék hangulatából valamennyit átadj. Ha a játékosok nem tudják beazonosítani, hogy a játéknak milyen tartozéka mire szolgál, az elég nagy probléma. (Pl. amikor a szabálykönyv azt mondja, hogy "helyezz egy munkás figurát az erdőbe" a játékosoknak ezen lista alapján be kell tudnia azonosítani, hogy mi a "munkásfigura", és mi az "erdő".)

2. A szabálykönyv nem tartalmaz képet a kezdőfelállásról

- A kezdőfelállítás képe nagyon fontos! Rengeteg idő megspórolható, ha a kezdeti teendők az egyes lépések számaikat tartalmazó képpel is meg van támogatva. Nem beszélve a játékosok hozzáállásáról (ami így pozitív lesz).

3. A szabálykönyv nem tartalmazza a használt komponensek listáját

- Ha a játékosok nem tudják beazonosítani, hogy a játéknak milyen tartozéka mire szolgál, az elég nagy probléma. (Pl. amikor a szabálykönyv azt mondja, hogy "helyezz egy munkás figurát az erdőbe" a játékosoknak ezen lista alapján be kell tudnia azonosítani, hogy mi a "munkásfigura", és mi az "erdő".)

4. A szabálykönyv A4 méretű lapra van nyomtatva, de nem kéthasábos

- Szintén nagyon fontos! A 60 karakternél hosszabb sorok olvasása tudat alatt elveheti a kevésbé eltökélt olvasóid (vagy a kiadó tesztelőinek) kedvét az olvasástól. Ezért használj mindig több hasábos megjelenést, vagy (ehhez a dokumentumhoz hasonlóan) széles margót.

5. A szabálykönyved 4-5 sornál hosszabb bekezdéseket tartalmaz

- A bekezdések hosszúsága szintén a felhasználói hozzáállásra van hatással. A hosszú bekezdések elborzaszthatják az olvasókat, és olyan prekoncepciót szülhetnek a játékkal kapcsolatban, hogy az nagyon bonyolult.

Hibás az az ismertető, mely így próbálja megragadni az olvasók figyelmét: „A játékosok ebben a játékban győzelmi pontokat gyűjtenek. A játék győztese, aki a legtöbb pontot gyűjtötte.”

A cél ismertetésébe mindig szőj bele egy keveset a játékos hangulatából / témájából, valamint, hogy nagy vonalakban hogyan (milyen eszközökkel) lehet a cél eléréséért tenni.

6. A komponenseid nem nyelvfüggetlenek

- Hacsak nem kvíz, vagy történetmesélős játékot csinálsz, lehetőleg törekedj arra, hogy nyelvfüggetlen komponenseket használj! Ez akkor térül meg igazán, ha a játékod véletlenül befut, és egy másik nyelvre kell lefordítani. Ekkor elég csak a szabálykönyvben az ikonok jelentését részletezni.

A kiadónál egyébként a szabálykönyv végső változatának megírásával valószínű nem neked kell majd foglalkoznod, hanem az erre specializált team-nek, vagy leginkább: embernek.

6.6 A jó szabálykönyv...

Ahhoz, hogy a szabálykönyved jónak és átgondoltnak tűnjön, érdemes vele bizonyos szerkezeti és tartalmi dolgoknak megfelelni. Mivel az emberek nem szeretnek hosszú útmutatókat olvasni, a szabálykönyvben igyekezz mindig a lényegre szorítkozni!

Gondold végig, milyen fontosabb történésekből áll a játékod, és ennek mentén tervezd meg a szabálykönyved vázát, majd mutasd be a szabályokat! A szabálykönyv a legfontosabb része a játéknak. Ez alapján mondanak a játékról véleményt a kiadók (vagy ha szeretnél kihívásokat a nyakadba venni: a crowd funding oldalak olvasói). Ezért nagyon fontos, hogy nagyon jóra írd meg.

A szabálykönyv megalkotása során törekedj rá:

- Mondd el a keretsztorit, és korbácsolj fel a játékosok kíváncsiságát! (egy-két bekezdésben mondd el, mi a játék kerettörténete, kiket személyesítenek meg a játékosok; egyszóval próbáld meg minél többet átadni a játék hangulatából, valamint egy kicsit a szabályainak működéséből)
- Mondd el, milyen komponensekből áll a játék! (ez különösen fontos már a kiadónak elküldött példányban is)
- Mondd el, mi a játékosok célja! (itt már nem főképp a mechanizmus oldaláról megközelítve)
- Vázold föl nagyvonalakban, hogyan működik a játék, és mi történik a játékosokkal két cselekedetük között!
- Mondd el, mikor lesz vége a játéknak!
- Ismertesd a részleteket! Mondd el, hogy lehet elérni a célokat.
- Fogalmazz világosan! Kerüld a felesleges mondatokat!

Ezt az alfejezetet nyomtatott formában akár checklistaként is használhatod. Tegyéél pipát azokba a négyzetekbe, amiket az általad írt szabálykönyv teljesít.

(Amire törekedned érdemes: lehetőleg minden pont előtt legyen pipa.)

- Használj ábrákat, mert megkönnyítik az értelmezést! A szabálykönyvnek minimum a kezdőfelállásról tartalmaznia kell egy ábrát, hogy a játékot az olvasó el tudja képzelni, és könnyű legyen neki az induló állást felállítania.
- A nehezebben értelmezhető szabályokhoz írd példát! (Ha rendre van olyan eset, amire a tesztjátékosaid a szabályok meghallgatásakor rákérdeznek, az tipikusan ilyen.)
- Legyenek üres terek a szabálykönyvedben! Az üres terek segítik a szabálykönyv stuktúrájának áttekintését!
- Ha a társasjátékod bonyolultabb, az első (tanuló) játékhoz a szabálykönyvben tippet adhatsz, vagy valamilyen kiegyensúlyozottabb kezdőfelállítás/lapleosztás használatát javasolhatod a játékosoknak.
- Ha a játékhoz nem készítesz külön segédletet (ami nagyon sajnálatos), a szabálykönyved utolsó lapja mindenképp tartalmazzon egy összefoglalót a szabályokról.

Amire a szabálykönyv formázása során szintén érdemes törekedned:

- Használj bekezdéseket, de a bekezdéseid ne legyenek 3-4 sornál hosszabbak.
- Használj olvasható betűtípust! A talpas betűtípusok (pl. Times) a hosszú soroknál vezetik a szemet, a nem talpas (pl. Arial) betűtípust viszont gyorsabban lehet olvasni. A különleges betűkészletek (pl. valamilyen kalligrafikus betűk) és a dőlt betűk használata csökkenti az olvasási hajlandóságot. Ha ilyen betűket használasz, senki nem fogja venni a fáradságot (szerintünk a kiadók sem), hogy végigolvassák a szabályodat.
- Csak a fejezetek címsorait írd eltérő betűtípussal. A normál szövegben ne váltogasd az általad használt betűtípust, a szöveged legyen egységes!
- A fontos dolgokat emeld ki a szövegből vastagítással, ám kizárólag csak a címsorok esetében növeld meg a betűméretet.
- Dőlt betűt maximum csak a példánál vagy idézeteknél használj! Ne feledd! A dőlt betű nehezen olvasható!
- A soraid lehetőleg ne legyenek 60 karakternél hosszabbak.
- Kerüld a sorkizárt (justify) sorformázás használatát.

- Ha a játékszabályt A4-esre tervezed, és a sorhosszad nagyobb, mint 60 karakter, használj kéthasábos megjelenést az olvasást megkönnyítendő.
- Az ábrák mellett mindig hagyj 1-2 centi teret, hogy elkülönüljenek a többi szövegtől!
- A példák legyenek az eredeti szövegtől megkülönböztethetőek (pl. kisebb méret, dőlt betű és keret).

Ha gondolod, ezt az oldalt checklistaként is használhatod, pipát téve minden egyes ponthoz, amelyet a szabálykönyved teljesít.

Az elkészült szabálykönyvet a prototípussal együtt add oda idegeneknek, hogy próbálják meg a játékodat ez alapján játszani. Figyeld a reakciójukat, és csak akkor válaszolj a kérdéseikre, ha menthetetlennek látszik a helyzet.

6.7 Segédlet

Érdeemes az első prototípushoz készített segédletet mindvégig aktualizált állapotban tartani. A segédletek szerintünk rendkívül hasznos eszközök, amik nagyban segítik a játékosoknak a szabályok észben tartását, és ezáltal növelik a játékélményt.

A segédlet a játékosok magabiztosabbá tételére szolgál. A játékosok segédlet használatával könnyebben fel tudják eleveníteni játék közben a szabályok részleteit, valamint már szabálymagyarázat során is könnyebben memorizálni tudják a lehetőségeket, jobban tudják, mi mi után következik.

Ha e kalauz írójának (B.G.) lenne egy saját társasjáték kiadója, biztos, hogy minden ott megjelenő játékhoz csomagolna egy segédletet, függetlenül attól, hogy a játék családi vagy gémer, vagy hogy a segédletnek hány alkalomra van komoly haszna. Lehet ugyanis, hogy bizonyos játékosoknál ennyin múlik, hogy ad-e valaki a játéknak egy második esélyt. Ez pedig üzletileg egyáltalán nem mindegy...

Törekedj rá, hogy a segédleted ne foglaljon sok helyet, és maximum A5-ös méretű legyen.

A segédleten csak a fontos dolgokat érdemes feltüntetni, úgy, mint

- kör- vagy lépéssorrend,
- választható akciók neve (esetleg egy mondatos leírása),
- a fontosabb ikonok jelentése,
- a játék végi esetleges értékelés adatai.

„Ha nekem lenne egy saját kiadó, én biztosan minden általam kiadott játékhoz készítenék segédletet.”

- B.G.

Ha van a játéknak olyan része, amit jellemzően nehezen értenek meg az új tesztjátékosok, szintén érdemes rájuk játékonként egy külön magyarázó lapkát/kártyát készíteni. (Pl. egy komplex játéknál a harc, vagy valamilyen töltési mechanizmus.)

A segédlet lehet kétoldalas is. Sok társasjátéknál a segédletet egy kártyalapra nyomtatják.

6.8 Fényképek

Érdemes a játékról néhány jó minőségű fotót is készíteni, hogy másoknak fel tudd kelteni az érdeklődését, és pl. a kiadók el tudják képzelni, hogy néz ki a játékod.

A jó minőség és az előnyös beállítás a fényképeknél különösen fontos! Amíg ezt nem tudod biztosítani, inkább ne publikálj képeket a játékról, mert negatív elképzeléseket alakíthat ki az emberek fejében!

Ügyelj arra, hogy a kép háttérében ne legyenek zavaró részletek (pl. konyhaeszközök vagy rendetlen szoba, ami nem illik a kép témájához).

A jó fotózás alapja - úgy tartják - a kompozíció és az absztrakt gondolkodás. Próbálgd meg ne szó szerint gondolni a fotózásban szereplő tárgyakra, hanem mint különféle alakzatok csoportjára, melyeknek elrendeződése és perspektívája van. A tárgyakat absztraktul kell látnod ahhoz, hogy jó kompozíciót alakíthass ki.

Emellett, ha tudod, használj jó minőségű fényképezőgépet a fényképezéshez, ne feltétlen egy mobiltelefont. (Ha nincs jó fényképezőgéped, próbálgd meg kölcsönkérni az egyik ismerősödtől / rávennin őt a fotózásra.)

Ha nincs lehetőséged otthon jó körülmények között fényképet készíteni, menj el egy társasjáték klubba, és ott fényképezz! Végső esetben pedig homályosítsd el a kép hátteret, hogy ne vonja magára a figyelmet.

Inkább mutass a játékból kevesebbet, mint többet, ám előnytelenül!

7 KIADÁSI LEHETŐSÉGEK...

A külsős tesztek folytatása közben el kell kezdened felmérni, milyen lehetőségeid vannak arra, hogy a játéknak híre menjen! Kiknek tudnád a játékodat bemutatni? Hova tudnád a játékod egy-egy prototípusát elküldeni?

Ha nem találgd meg ezeket a személyeket és helyeket, rengeteg időd és energiálgd mehet kárba!

7.1 Kiadó

Ezt a fejezetet szándékosan a kiadókkal indítjuk. Szerintünk, ha egy kiadó vállalja, hogy saját kockázatára kiadja a játékod, az nem csak erkölcsileg lesz számodra siker, hanem valószínűleg üzletileg is.

A kiadók, mint profitorientált és terjesztői hálózattal rendelkező cégek.

Mindenek előtt fontos tisztázni, hogy a kiadók profitorientált cégek, akik abból élnek, hogy évente több-kevesebb társasjátékot adnak ki, és juttatnak el a vásárlóikhoz. A kiadók nagy előnye, hogy ismerik a piac felvevőképességét, tudják, hogy milyen játékot milyen minőségben és nagyságban érdemes kiadni (mert várhatóan mekkora lesz rá az igény), rendelkeznek a gyártáshoz szükséges grafikus háttérrel és nyomdával, és általában kiterjedt kapcsolati hálózatuk van, amely révén a játékodat el tudják juttatni az érdeklődőkhöz.

A játékból az előbbiek miatt sokkal valószínűbb, hogy sikeres és szeretett játék lesz, mint ha bármilyen egyéb formában adnád ki. (Bár persze a kiadóknak is vannak hátrányai...)

Mit nem csinálnak a kiadók?

Nem adnak például tanácsokat. Ha arra számíatsz, hogy a kiadók ötleteket adnak majd arra, hogy milyen játékot készíts nekik, vagy hogyan rakj bele egy csavart a középszerű játékötletbe, le kell, hogy lombozzunk. A kiadóknak erre nincs se idejük, se pénzük. Ha valamit egy kiadó tesztelni akar, akkor az az a játék, ami neki a következő kiadott játéka lesz. Az új (és részben titkos) ötletet meg valószínű az fogja megcsinálni nekik, akiben bizalmuk van: egy ismert, vagy új tehetségnek tartott játéktervező.

Ugyancsak ne számíts arra, hogy egy kiadó a saját üzleti kockázatára kiad egy középszerű játékot, mert nem éri meg neki! Egyetlen vevő sem vágyik arra, hogy középszerű játékokat vásároljon! Mindenki a legjobbat akarja, valamilyen újszerűt, valamilyen érdekeset egy adott témában! A kiadóknak kulcsfontosságú, hogy a vevőik elégedettek legyenek, a játékaik pedig emlékezetesek! Vagyis egy kiadó jellemzően inkább kevesebb, de emlékezetesebb játékot ad ki, mint sokat, de középszerűt...

Mit csinálnak a kiadók?

A kiadók elsősorban a társasjátékok kiadását és terjesztését végzik. Bizonyos esetben emellett tesztelési munkákat és önálló játékkidrást is végeznek.

Kiadó = profitorientált cég, aki abból kifolyólag, hogy üzletszerűen társasjáték kiadásból él, ismeri a piacot.

A kreativitásod saját magadnak kell fejlesztened. Sokat számít a rutin. Minél több játékot ismersz, minél több saját játék fejlesztésébe vágtd bele, annál könnyebben jönnek az új játékötletek, és annál inkább ráérezel, hogy mit érdemes fejleszteni. (Az első játékötlet – ahogy a könyveknél is van – a tanulópenz.)

Neked az ilyen típusú kiadókat kell megkeresned, és valahogy felkelteni a figyelmüket. Ha minden jól megy, a kiadók az első levélváltást követően először elkérik tőled a játékod prototípusát, majd a tesztalkalmakat követően szerződésre lépnek veled, és a jövőben valamikor kiadják a játékod.

Elsősorban külföldi kiadókkal próbálkozz...

Magyarországon, amikor e jegyzetet írjuk (2013-14) jóformán csak a gyerekjátékok terén beszélhetünk nagyobb mennyiségben önálló játékkiadásról. Bár vannak biztató jelek (pl. Gémklub), a nagyobb korosztálynak való, családi és komplex társasjátékok terén a magyar kiadók jellemzően külföldi sikerjátékok magyarításaival jelennek meg. Ez valahol érthető is, hiszen, mint mondtuk, a kiadók profitorientált cégek, és egy külföldön *befutott* játékot magyarul kiadni kisebb kockázat. Ráadásul az alkatrészek magyarítása is kevesebb költséget emészt fel.

Ilyenformán neked, ha komplex vagy családi játékot készítesz, erősen ajánljuk, hogy a magyar kiadón kívül külföldi kiadókat is keress meg. Ebből is lehetőleg többet, és tarts mindig sok vasat a tűzben, mert a kiadók az általunk ismert fejlesztők tapasztalatai szerint lassan reagálnak, és nincs idő egyesével több hónapot várni, és csak utána továbblépni.

A kiadók listáját e helyen nem sorolnánk fel, hiszen kis nyomozással számtalan kiadó email címe felkutatható, és egy kiadót se szeretnénk kiemelni e népes "tengerből".

Érdeemes a kedvenc, vagy a játékodhoz hasonló témában/profilban utazó kiadót megkeresned az ötletteddel, hisz róluk tudhatod, hogy mik az elvárásaik, és milyen minőségre vevők. Próbáld meg a legjobbakhoz is bekerülni egy jó ötlettel!

A kiadók és a játékötletek ellopása

A nemzetközi tapasztalat azt mutatja, hogy a kiadóknál a játékfejlesztők ötletei másolás szempontjából biztonságban vannak. Mivel hatalmas a verseny, a kiadóknak presztízs és üzleti érdeke is, hogy ne keveredjenek még a lopás gyanújába sem. (Ha nem hiszed, keress utána az interneten, hány játéktervező van, aki arra panaszkodik, hogy a játékötlejét egy kiadó ellopta.)

Ennek ellenére bizonyos óvintézkedéseket érdemes megtenned, mielőtt a kiadónak elküldöd a játékod:

Az egyik ilyen a nyilvános bemutatás. Érdemes legalább egy-két olyan rendezvényen vagy klubban is bemutatni a játékod, ahol gémekek is

Érdeemes több vasat tartani a tűzben...

megfordulnak. Az ilyen emberek ki tudnak az igazad mellett állni az online világban, ha szükséges.

A másik az ötleted kidolgozottsága. Tényleg legyen csavar a játékodban, valami újfajta szemléletmód, mert egy jó ötletet nehéz lemásolni anélkül, hogy csorbát ne szenvedjen a másoló tekintélye. Ugyanakkor egy kidolgozatlan/gyenge ötlet (pl. "az én játékom zombis, és a játékosok dobókockákkal tudják a zombikat kilőni" - ez az ötlet bárkinek eszébe juthatott) akár kedvet csinálhat egy ügyes, másik tervezőnek ahhoz, hogy a gyenge ötletből - egy csavar berakásával - egy sokkal jobb játékot csináljon.

Végül szót érdemel még a Szellemi Termékek Nemzeti Hivatala, ahol a játékod szabályait letétbe tudod helyezni önkéntes nyilvántartás formájában. Igaz ennek feltehetően csak Magyarországon van haszna, és itt is kétséges, hogy mennyi...

- <http://www.sztneh.gov.hu/kerdesek/gyik/onkentes.html>

Tesztelj sokat, de ne várj a végtelenségig!

Fontos, hogy a játékodat teszteld/finomítsd sokat, de ne a végtelenségig! Ha letesztelted a szélsőséges stratégiákat, ha a hasznos véleményeket átvezetted a játékodon, és már nagyjából minden rendben van, állj neki a játékodnak kiadókat keresni, és a játékod szabálykönyvét véglegesíteni. A szabálykönyv és a kísérőlevél megfogalmazása, a képek, amelyek felkeltik a figyelmét a kiadónak legalább olyan fontosak, mint pár hónapnyi munka egy-két esetleges apróbb változtatása. Míg a játékod prototípusa arra vár, hogy kipróbálják, Te tovább finomíthatod a játékod szabályait.

Ne várj arra, hogy felfedezzenek!

Fontos az is, hogy ne várj arra, hogy felfedezzenek, hanem menj utána a dolgoknak. Keresd föl a kiadót Te magad, és ne várj másra, hiszen a kiadás neked kell, hogy a legfontosabb legyen!

Visszacsatolás

A kiadók válaszait, ha többek, mint néhány odavetett mondat, érdemes alaposan elemezni. Nézd meg, milyen javaslatokkal élnek a játékkal kapcsolatban, és ezeket, hacsak nem szöges ellentétei a koncepciódnak, próbáld megfogadni. A kiadók bizonyára értenek ahhoz, hogyan kell egy játékot eladhatóvá és szerethetővé tenni.

Ha a játék nagyjából már kész van, érdemes egy kis időre félretenni, és nekiállni a promóciós fotók és anyagok elkészítésének. Ezek is fontosak!

Ne legyél kényelmes, menj utána a dolgoknak!

Ha valamilyen olyan dologgal kapcsolatban említenek meg kritikát, ami szerinted már a játékod része, csiszold a kommunikációd, és amikor más kiadóknak küldesz levelet, ezt a részt próbáld meg egy picit jobban kiemelni.

A tapasztalatokat és ötleteket jegyezd fel a fejlesztői naplódba.

Szerződéskötés a kiadóval

Ha a kiadóknak megtetszik a játékod ötlete, előbb el fogják kérni a játékod prototípusát, majd ha még mindig tetszik nekik az ötlet, szerződéskötést fognak felajánlani neked. Előfordulhat azonban, hogy egy kiadó a szerződés feltételének szabja, hogy megváltoztathatja a játékod témáját vagy kinézetét. Azt neked kell eldöntened, hogy ehhez hozzájárulsz-e vagy sem; mindenesetre a kérdés ne érjen váratlanul.

(Érdemes azonban azzal is tisztában lenned, hogy az áttematizálás mögött sokszor valamilyen nyomós ok húzódik meg, ami hozzájárulhat ahhoz, hogy a játékodat többen vegyék meg.)

A kiadóval kötött szerződésben sok minden alku tárgya, így többek között az eladások után járó jutalék (általában eladások után kapják a tervezők, értéke általában 1-5%), vagy az, hogy a kiadási jogok mely országokra vagy kontinensre vonatkoznak. Az igényeidet azonban próbáld meg a realitásokhoz igazítani. Mindig tartsd észben, hogy a kiadók a játékok értékesítéséből élnek, valamint nagy anyagi kockázatot vállalnak, és szervezési feladatokat vesznek le a válladról.

Jogos igény tehát egy kiadó részéről, hogy mindezek ellenében bizonyos dolgokat előír. Ez persze ez nem jelenti azt, hogy mérlegelés nélkül bármit el kell fogadnod, amit egy kiadó ajánl, de a szerződés végső formájának mindkettőtök számára előnyösnek kell lennie.

Minél nagyobb és ismertebb egy kiadó annál több embert tud megszólítani, és adott esetben annál ismertebbé tudja tenni a játékod (és téged).

A fentiek összességében azt jelentik, hogy a kiadóknak a játékodat olyan állapotban kell elküldened, olyan levéllel és szabálykönyvvel, ami a játékod lehető legelőnyösebb oldalát mutatja.

A kísérőlevélben...

Indíts valami olyan gondolattal, ami arra készíti a kiadót, hogy végigolvassa a leveled! Ne feledd, a kiadókat elsősorban az érdekli, hogy mennyire tetszett másoknak (értsd: társasjátékgyűjtőknek és társasjátékrajongóknak) a játékod.

Egy kiadóval kötött szerződésben – mint minden más szerződésben – bármi alku tárgya lehet.

- Térj ki arra, hogy miről szól a játékod és hogyan működik!
- Csak olyan dolgokról írd, aminek a játékodhoz vagy a játékod által kiváltott reakciókhoz köze van!
- Az elérhetőségeidet és adataidat szerintünk a levél végén add meg!
- A mondandódat tagold bekezdésekre és fejezetekre. A bekezdéseid ne legyenek 5-6 sornál hosszabbak!
- Ha vannak jó minőségű fényképeid a játékról, mellékelj fényképeket a leveledhez.
- Ne dicsérd a játékodat túl!

Fontos: ugyan a játékod kinézete és csomagolása hozzájárulhat a jó benyomáshoz, de ez a kiadó szemszögéből végig másodlagos! A kiadónak az ötleted nagyszerűsége a legfontosabb!

Prezentáció a kísérőlevél mellé

A kísérőlevél mellé készíthetsz elektronikus prezentációt (vagy videót) is. Ez figyelemfelkeltő lehet, és ebben minden lényeges dolgot kiemelhetsz, amit az olvasóknak a játékról és szabályáról feltétlen tudnia kell.

A prezentációnak tervezz koreográfiát! Különösen az első egy-két diát, és az utolsó diákat készítsd el nagyon ütősre, de a többi dia is legyen hasznos és sokatmondó. A prezentációban ne dicsérd túl a játékodat, mert az pont a várt hatás ellenkezőjét váltja ki, ugyanakkor álszerénynek sem kell lenned.

Ügyelj rá, hogy a prezentációd ne tartalmazzon 15-20-nál több diát (vagy a videód ne legyen több 4-8 percnél). Mindig tartsd észben: a prezentációd legfőbb célja a figyelemfelkeltés, hogy rávegye a nézőt arra, hogy elolvassa a játékod szabályát, és alaposan elolvassa a kísérőlevelet.

Jó trükk, ha a prezentációd diáit postit méretben előbb megrajzolod. Egy átlag ember a teljes diából kb. ekkora részt képes erőfeszítés nélkül értelmezni.

Arról írni egy kísérőlevélben, hogy pl. hogyan született meg a játékod ötlete nem szabad! Ez csak azok számára érdekes, akinek már kialakult a játékkal kapcsolatban valamiféle érzelmi kötődése!

A játékod bemutatójában minden mondatnak arra kell reflektálnia, hogy miért érdemes kipróbálni a játékod, és az hogyan működik!

A játékok játékiadó általi megjelentetésének előnyei és hátrányai:

Előny:

- A kiadó helyett vállal üzleti kockázatot.
- A kiadó rengeteg időt takarít meg neked azzal, hogy intézi helyetted a játékok további tesztelését, a grafikai megjelenését, a gyártást és a terjesztési munkálatokat.
- Egy kiadónál nagy példányszámban tud megjelenni a játékod.
- A játék alkatrészei és megjelenése valószínűleg jó minőségű lesz (gyenge minőség = elpártoló vevők).
- A kiadónak üzleti érdeke, hogy a játékod minél több emberhez eljusson, és jól legyen reklámozva.
- Egy kiadónak vannak nemzetközi kapcsolatai.
- Könnyebb más kiadókkal tárgyalnod, ha már valahol láttak potenciált abban, hogy megjelenjen a játékod.
- A kiadó a szerzői jutalékod után befizeti a szükséges adót.

Hátrány:

- A kiadó beleszólhat a játékod témájába, és javasolhatja a szabály módosítását.
- A kiadó üzleti kockázatot vállal, és ha sikeressé tudja tenni a játékod, jobban fog vele keresni, mintha magad adtad volna ki. (Az már más kérdés, hogy kiadó nélkül a játékod reklámja/terjesztése se biztos, hogy olyan sikeres lehetne...)

Kapcsolódó linkek:

- [Általánosan használt indítvány a kiadóval kapcsolatos kommunikációhoz](#) (angol és német nyelvű)

Kiadó segítségével kiadni egy játékot jóval több előnnyel jár, mint hátránnyal (főleg, ha még a neved sem ismert). Anyagi elismerést azonban a többi kiadási formához hasonlóan is csak sokára hoz.

8 ÖNFINANSZÍROZÁSÚ SAJÁT KIADÁS

Ezt az utat nagyon alaposan meg kell fontolnod, mielőtt nekivágsz. Saját kiadásba belevágni nagyon költséges - és főleg nagyon kockázatos!

Azoknak a játékoknak a saját kiadását, amelyre előtte minden kiadó nemet mondott, nem javasoljuk - hacsak nem dolgozol olyan helyen, ahol rálátásod van társasjáték vásárlói szokások megfigyelésére, és nem pont egy hiány betöltésére hoztad létre a játékodat.

A saját kiadás jelentős időt és utánajárást igényel. A következő dolgokkal mindenképp rendelkezned kell/kapcsolatban kell állnod a saját kiadáshoz:

- saját cég,
- üzleti terv, ami alapján el tudod dönteni, megéri-e az igényelt munkát a várható haszon,
- profi grafikus, aki a játékod szükséges grafikai elemeit elkészíti,
- nyomda vagy kiadó, ahol a játékodat legyártják (doboz, alkatrészek, szabály tördelés, szabály nyomtatás, stb.),
- vonalkód a játékod dobozához (ha azt szeretnéd, hogy nagyobb áruházláncok is forgalmazzanak a játékod),
- CE engedélyeztetés (megoszlanak róla a vélemények, hogy hazai forgalmazásba szükséges-e, mindenesetre mi több százból csak 1-2 olyan magyar kiadású társasjátékot ismerünk, amin nincs CE engedély),
- terjesztési hálózat (kisker vagy nagyker) a játékod terjesztéséhez.

Ami alapján a vásárlók megítélik majd a saját kiadású játékodat:

A játék dobozának mérete

Törekedj valamelyik standard dobozméret (pl. 30x30x7 cm) használatára. Bár sokan hangoztatják, hogy minél kisebb dobozban van egy játék, annál jobb, üzletileg nem érdemes szerintünk ezt a tanácsot megfogadni. A gyakorlat azt mutatja, leginkább a játék dobozának nagysága határozza meg a játék árkategóriáját is.

A játék dobozának borítóképe

Ezt profira kell megterveztetned a grafikusoddal! Ha nem profi a borítókép (vagy nincs rajta kép), máris elvesztetted a lehetséges vásárlóid felét. A borítónak közvetítenie kell azt az élményt, amit a játékod ígér.

Az önfinanszírozású saját kiadás rendkívül kockázatos! Ha még egy kiadónak is nagy kockázatot jelent egy új játék kiadása, gondold el, mekkora kockázatot jelenthet ez Neked, akinek sokkal kevesebb rálátása van a piacra, mint egy kiadónak, aki rendelkezik értékesítési hálózattal, gyártókkal, stb.!

A játék szabálya

A játék szabályának minél rövidebbnek, de minél világosabbnak kell lennie. Ha a szabályt nem tudják felfogni az emberek, rossznak fogják tartani a játékodat.

A játék komponenseinek minősége

A komponensek minősége ugyan mindenkinek számít, de leginkább a sokat játszó réteg érzékeny rá. Lehetőleg használj jó minőségű jelölőket, szépen megrajzolt táblákat. A legtöbb esetben a sokat játszó (gémerek) rétegből kerülnek ki először a játékod első kritikusai. Ha az ő bizalmukat elveszted, egy csomó (kevésbé fanatikus) emberhez el se jut a játékod híre.

A játékod megbecsülését emelheti, ha olyan színeket használsz, amik félhomályos helyen is jól megkülönböztethetőek, illetve a kártyalapokon és a játéktáblán szereplő színeket kis szimbólumokkal is megjelölöd a színtévesztők számára.

Elpakolási lehetőség

Az emberek szeretik, ha egy játékban mindennek megvan a maga helye. A kártyalapoknak van kialakított tartó, a bábuknak bemélyedés, az összehajtott tábla pedig pont passzol a műanyag tartó tetejére. Persze az ilyen kiadások jelentősen megemelik a költségeidet, főleg kis példányszám esetén, ezért nem is minden kiadó foglalkozik ezzel.

Vannak kiadók, akik pl. egy négy részre vagy hét részre hajtogatott vastag kartonlappal tagolják a dobozban lévő teret, és amit az inserten megspórolnak, azt a játék megjelenésére, vagy komponensei minőségének fejlesztésére tudják költeni.

Játékélmény

Ahhoz, hogy a játékodnak híre menjen, fontos, hogy a játék vagy jó legyen, vagy a tanítás ígéretével szólítsa meg az embereket. (Tanításra példa: ha ezt veszed, megtanulnak a gyerekeid a pénzzel gazdálkodni, vagy megtanulják a gyerekeid a magyar irodalom alakjait.)

Mi javasoljuk: a játékod elsősorban inkább izgalmas legyen, mint tanító jellegű. Az izgalmas játékkal egy felnőtt is szívesebben ül le játszani.

A játék ára

Ha a játékod borítóképe jó, és a dobozának a mérete nem kicsi, nem feltétlenül kell a játékod árával az olcsóságra törekedned. A játékod árát

mindig a célközönséged pénztárcájához igazítsd. A túlzottan olcsó ár közepszerűsége utalhat!

A játék kivitelezése

A játékod kivitelezési költségeit feltétlenül számítsd ki, mielőtt belevágnál a játék gyártásába. Ahogy egy korábbi fejezetben (Költség kalkuláció) is említettük, legjobb, ha a játékod árát egy forgalomban kapható másik játék ára alapján határozod meg, aztán visszaszámolod belőle a kiskereskedőknek járó jutalékot, a nagyker forgalmazónak járó jutalékot, a te nyereségedet, és a gyártási, marketing és grafikai költségeket megpróbárod a kijött számnál kevesebb pénzből kihozni.

A gyártáshoz érdemes több nyomdától is árajánlatot kérned. Minél több példányban rendeled meg a játékod, várhatóan annál olcsóbbak lesznek a gyártási költségek.

Optimális, ha a játékod kivitelezését egy helyen az elejétől a végéig el tudják intézni, mert ez csökkenti a menet közben felmerülő problémákat, amik mindig kockázatot jelentenek.

Mindig kérj mintát a játékodról, mielőtt a játékok gyártását megrendelnéd, mert nagyon sok pénzt veszíthetsz rajta, ha a játékról utólag derül ki, hogy valamelyik alkatrésze nem üti meg az elvárásokat.

Amihez nem értesz, azt bízod szakemberre! A szakemberek általában igyekeznek jól bánni a pénzzel, és többféle lehetőséget (olcsó/jobb) kínálni neked, és a segítségükkel Te is kicsit szakértőjévé válhatsz a játékgyártásnak.

Nem feltétlenül kell mindenből a legolcsóbbat választani. Pl. bár Kínából nagyon sok alkatrész olcsón beszerezhető, általában nem jók a tapasztalatok a kínai beszállítókkal. Gyakran késnek, nehéz a reklamáció, stb. Ha mégis innen szeretnél alkatrészt rendelni, feltétlenül nézz utána a szállító cégről írt véleményeknek az interneten.

Néhány nyomda, amit társasjáték-fejlesztő társaid ajánlottak nekünk:

- [Kártyagyár](#)
- [Kvíz'96 Kft.](#)

Költségcsökkentés és kompromisszumok a gyártás során

Mint korábban említettük, ha szakemberre bízod a játékod gyártását, egy kicsit Te is szakértőjévé válhatsz, hogyan kell adott költségből a legjobb minőséget kihozni. Minden esetre, mi is készítettünk egy rövid

Általános szabály a saját kiadáshoz:

1. Amihez kevésbé értesz, azt lehetőleg szervezd ki, és bízod szakemberre!

2. Lehetőleg olyanokkal dolgozz együtt, akiknek már van valamiféle tapasztalatuk a társasjáték kiadásban!

listát, esetleg mit javasolhatsz a kiviteleződnek, hogy csökkenjenek a költségeid.

Méretetek:

Az egyik legkézenfekvőbb megoldás a költségek csökkentésére, ha a játékod méretein zsugorítasz egy picit. Persze van egy határ, ami már a felhasználói élmény rovására megy, de amíg nem, addig csökkenthetsz rajtuk, és a megspórolt pénzt a játékod más összetevőjének javítására fordíthatod. A kisebb alkatrészek ráadásul jobban el is férnek.

(Pl. bár a Tobago című társasjátéknál jelentősége van a térkép kártyáknak, az általuk hordozott információ kisebb helyen is elfér, így a kártyalapokat nem hagyományos, hanem kisebb méretben csinálták meg. Ugyanezt nem tudták volna megtenni pl. a 7 Csodában, ahol a kártyáknak jelentősebb szerepe van, és a kisebb méret már a játékelmény rovására ment volna.)

Papír alkatrészek:

Aminek nincs központi szerepe a játékodban, azt lehetőleg igyekezz papírból megcsinálni, mert a papír jóval olcsóbb, mintha fából vagy műanyagból csinálnák az alkatrészeket. Persze itt is vannak határok. Pl. a Rizikó műanyag bábuait nehéz elképzelni papír tokenként, hiszen ezek lecserélése a játékelmény csökkenésével járna. (A Rizikó marketingjében a műanyag figuráknak központi szerepe van.)

Megváltozott munkaképességűek alkalmazása:

A játékod alkatrészeinek csomagolását, készítését végeztetheted megváltozott munkaképességű emberekkel. Így nem csak a költségeiden csökkenthetsz, hanem segíthetsz más, nem jó helyzetbe került embereken.

Az ERFO Nonprofit Kft-t az egyik fejlesztőtársad ajánlotta a figyelmünkbe:

- <http://www.erfo.hu/hu/>

Amin nem, vagy csak módjával szabad pénzt spórolnod...

az a játék szabálykönyvének korrekt megszerkesztése, a játék grafikája, valamint a kellő lapvastagság. A játékodnak jó benyomást kell tennie a vásárlóra, mert különben eladhatatlan!

Ha tudsz, készíts / készíttess a játékodhoz segédletet is!

Lehet egy játék mechanizmusa bármennyire jó, ha a grafikája és megjelenése nem üti meg a versenytárs játékok színvonalát, hatalmas hátrányból indul!

A játékok saját kiadásának előnyei és hátrányai:

Előny:

- Ha sikerül nyereségessé tenni a játékok eladását, nagyobb lesz a részesedésed a haszonból.
- Kipróbálhatod, hogy mire vagy képes, és mennyire működnek a megérzéseid.
- Saját kiadásod hatására alternatívát nyújtasz más fejlesztők számára is, így rád is saját játékok lehetséges kiadójaként tekintenek.

Hátrány:

- Üzleti kockázatot kell vállalnod, meg kell finanszíroznod a gyártási- és reklámköltségeket.
- Egy saját kiadás még 100 körüli példányszám esetén is magas befektetett költséget igényel (a nyomtatás ugyanakkor 1000-3000 példány esetén válik igazán gazdaságossá).
- A gyártás és a terjesztési hálózat kiépítése a részedről rengeteg utánajárást igényel.
- A játékodat neked kell alaposan kitesztelni, nincs kiadó, aki helyetted játszik további 20-30 partit.
- A játékkiadásban való tapasztalatlanságod következtében problémák sorával találkozhatod szembe magad, melyet egyedül kell megoldanod.
- A tapasztalatlanságod és a különféle menet közben felmerülő problémák következtében a határidőket valószínűleg kevésbé fogod tudni tartani.
- A cégedet nem ismerik a vevők, ezért nagyobb erőfeszítésbe fog kerülni a bizalmuk elnyerése.
- A Te válladon nyugszik a projekt sikeressége.

Kapcsolódó linkek:

- [Gyakori kérdések cégalapítással kapcsolatban](#)
- [CE bevizsgálás](#)
- [GS1 szerinti vonalkód igénylés](#) (magyar)
- [EAN/UPC vonalkód igénylés](#) (amerikai)

9 CROWD FUNDING (KÖZÖSSÉGI FINANSZÍROZÁS)

A crowd funding vagy közösségi finanszírozás a saját kiadás egy másik lehetséges formája. Sok szempontból hasonlít a saját kiadásra, az előnyei és hátrányai nagyrészt a saját kiadással megegyezők, ám amíg a saját kiadásnál neked kell előre megfinanszíroznod egy adott megjelenési példányszám gyártási költségét, addig egy crowd funding projektnél elegendő csak egy ígéretet tenned arra, ha összejön ennyi pénz, kiadod a játékot. Vagyis, ha sikerül megnyerni a játéknak a crowd funding oldalak közönségét, a közönség előre megrendel tőled annyi játékot, amennyi neked ahhoz kell, hogy megérje a kiadásba belevágnod.

Előzetes költség- és időráforításod persze ilyenkor is lesz. Minden crowd funding projekthez érdemes (kell) videót készíteni, amiben meggyőződ a közönséged arról, hogy miért érdemes a játékot megvásárolni. A játéknak emellett majdnem kész állapotúnak kell lennie, hogy a gyártási költségeket ki tudd számolni, és már előre tudd, ha támogatnak, hol és mennyiért készülnek el a játékod egyes komponensei, ki oldja majd meg a játékod szállítását külföldre és mennyiért, stb. Egy reklám is meggyőzőbb egy olyan játéknál, aminek már kész van a grafikája, mint egy olyannál, ami csak ígéreteket tesz.

[\(Ha megnézed pl. a Kickstarteres kampányokat, azt fogod tapasztalni, hogy nagyon ritka, hogy valaki félkész játékokkal érjen el sikereket.\)](#)

A játékból érdemes egy mintapéldányt is elkészítened, amin leellenőrizheted a komponensei minőségét. Igen kellemetlen, ha csak kiadás után derül ki, a játékban szereplő kártyalapok pl. túl vékonyak (nem lehet őket jól megkeverni), vagy a különféle jelölők kinyomkodásakor gyakran megsérül a jelölőn található grafika.

Számíts rá, hogy a legtöbb crowd funding portálon a támogatás mértékétől függően több ígéretet is tenned kell, mi történik akkor, ha valaki támogat. Pl. ha valaki csak 4 EUR-ral akarja támogatni a projekted, annak küldesz egy olyan képeslapot, ami a játék fedlapján lévő képet ábrázolja, aki viszont már 25 EUR-ral, az megkapja a játékot, stb.

A sikeres crowd funding projektek után jutalékot kell fizetned a crowd funding oldal üzemeltetőjének. A jutalék külföldi oldalak esetén általában 3-5% körül mozog.

Mielőtt egy crowd funding projektbe belevágsz, érdemes megnézned jó pár sikeres társasjátékos videót, hogy ihletet meríts belőlük. Te melyik társasjáték megjelenését támogatnád a saját pénzeddel, milyen mértékben és miért? Hajlandó lennél pénzt is fizetni érte? Ha igen, ne csak a levegőbe beszélj! Éld át, mennyire könnyű vagy nehéz egy ilyen crowd funding projekt támogatásába beszállni, és mi alapján választ egy

Bár a crowd funding kiadás kevésbé kockázatos, mint az önfinanszírozású saját kiadás, ám még az ilyen kiadásnak is komolyabb az induló költsége. Ezért csak alapos megfontolás után vágj bele az ilyen kiadásba, és csak akkor, ha tényleg nagyon jó a játékod! Ha belevágsz, akkor is vedd igénybe lehetőleg az erre specializálódott cégek segítségét, hogy a pénzed és energiád ne vesszen kárba! Sikeres kampányt készíteni nehéz...

(Bár még mindig akkor lehetsz a legbiztosabb abban, hogy a játékod befut, ha egy kiadó adja azt ki.)

Ha mód van rá, másold le a jó ötleteket! Nézd végig pár korábbi sikeres társasjáték kampányát, és ami tetszik, azt építsd bele a saját kampányodba!

ember! Fontos, hogy milyen zene szól a háttérben? Kell narrátor, vagy elég olvasni a fontosabb gondolatokat a videóban? Mennyire számít a játék megjelenése? Mennyit érdemes a saját játékból megmutatni a közönségnek, hogy elnyerjed a közönség támogatását? A tapasztalatokat használd fel a saját videód elkészítésében!

Crowd funding oldalakat találhatsz magyar nyelven és idegen nyelven is. Mi a két lehetőség közül egyértelműen a külföldi oldalakat, azon belül is a Kickstarter.com-ot és az Indiegogo.com-ot ajánljuk a sokkal nagyobb nézettség és megvalósulási esély miatt. Magyar oldalra kampányt csinálni kidobott idő és pénz; és sajnos csak elvétve láttunk példát projektek megvalósulásra is (és azt sem a többszázézes, vagy többmilliós kategóriában).

Ha külföldi oldalon hirdetsz, gondoldj a szállítási költségre is, amit külön fel kell tüntetned!

Néhány ismertebb crowd funding oldal címe:

- <http://www.kickstarter.com/>
- <http://www.indiegogo.com/>
- <http://www.creativeselector.hu/> (csak mutatóba; nem ajánlott)
- <http://indulj.be/> (csak mutatóba; nem ajánlott)

Interjúk, videók:

- <http://boardgamegeek.com/geeklist/59640/boardgame-kickstarter-projects>
- <http://boardgamegeek.com/geeklist/143687/magyar-kickstarter-figyelo-toborzo>
- <http://www.webdistortion.com/2010/07/18/9-crowdfunding-websites-to-help-you-change-the-world/>
- <http://computerworld.hu/masfel-milliard-dollar-a-kozosseg-erejevel-20120508.html>
- <http://www.crowdsourcing.org/>

Néhány olyan oldal címe, ahol viszonylag olcsón vásárolhatsz a videóhoz jó minőségű aláfestő zenét:

- <http://www.premiumbeat.com/>
- <http://audiojungle.net/>

10 PRINT & PLAY

A print & play, vagy ahogy magyarul nevezik: nyomtasd ki és játssz! játékok a társasjátékok olyan fajtái, amelyeket az érdeklődő ingyenesen letölthet, és kinyomtathat magának.

Ha társasjátékot fejlesztesz, érdemes mérlegelned, hogy azt kiadói megjelentetés hiányában ne add-e ki print & play változatban. Talán ez a második legjobb módja annak, hogy sok játékrájonzó megismerje a neved - persze kizárólag külföldön, és csak akkor, ha van a többi játékhöz mérten valami plusz a társasjátékod mechanizmusában vagy témájában. Ilyesmivel itthon az érdeklődők kis száma miatt nem is javasoljuk próbálkozni.

Ha a játékod gémer körökben sikert arat, elképzelhető, hogy páran javasolni fogják neked a crowd funding vagy kiadó általi kiadást. Ha több ilyen javaslatot is kapsz, érdemes rajta elgondolkoznod. Ismerünk pár olyan társasjátékot, amelynek a karrierje innen indult.

Azonban még mielőtt nekiállnál rengeteg időt fektetni a játékod print & play változatának elkészítésébe, higgadtságra intünk. A print & play játékok mennyiségével valósággal Dunát lehet rekeszteni; nehéz közülük kitűnni. Csak akkor vágj bele, ha valóban kiemelkedő a játékod ötlete, és van rá valami koncepciód, hogy hogyan fogsz vele kitűnni a tömegből. (Ez egyébként lehet akár a játék grafikai megjelenése is.)

A print & play kiadás előnyei és hátrányai:

Előny:

- Nincs üzleti kockázat.
- A közönség visszajelzése és javaslatai jobbra tehetik a játékod.
- A jó print & play játék megismertetheti a játékrájonzó közösséggel a nevedet (karrierépítés).
- Ha a közönség és a kiadó tudja, hogy van egy egész jó játékod, a következő játékodra már jobban odafigyelnek.
- Kedvező esetben kapcsolatokra és tapasztalatra tehetsz szert, ami akár a mostani, akár a következő játékod megjelentetésénél a hasznodra lehet.

Hátrány:

- Nincs üzleti hasznod a játékból. A fejlesztés költségei csak akkor térülnek meg, ha a játék megél egy crowd funding vagy egy kiadói kiadást.
- A játék tesztelése, komponenseinek és szabályának kidolgozása majdnem ugyanannyi időt igényel, mintha kiadott játékról lenne szó.

A print&play játékokra nehéz érdeklődőket találni. Mivel ingyenesek, és ráadásul kevésbé mutatósak, érezhetően kisebb a megbecsülésük.

- A sok print & play játék között, nehezebb a figyelmet a saját játékkodra irányítani

Tipp:

Erősen javasoljuk, mielőtt a játékkod print & play változatát publikálsz, teszteld le magadon és közeli ismerőseiden, rá tudnád-e venni őket egy ilyen játék kipróbálására. Mérd fel, mekkora igény lehet az ilyen játékokra! Hajlandóak vagytok többször is játszani egy-egy ilyen játékkal? Mi az, ami az előnyére válik az ilyen print & play játéknak? A rövid játékidő? A rövid szabálykönyv? A jobb grafika? Az izgalmas téma?

A print & play játékok tesztelése során azt is felmérheted, mennyire fontos tényező egy prototípus grafikai megjelenése és szabályának érthetősége. Egy nem saját játékkal sokkal kritikusabb tud lenni az ember! Sokkal jobban meg tudod látni egy nem kiadott játék gyengéit, és ezeket a gyengéket - ha őszinte tudsz lenni a saját játékkoddal - a magad játékában korrigálhatod.

Pár példa és hasznos link print & play játékokra:

- <http://tarsasjatekos.hu/2012/12/21/deathlon-tarsasjatek-letoltes/>
- http://huzopakli.blog.hu/2011/06/02/a_vilag_megmentese_kockajatek_formajaban
- <http://boardgamegeek.com/boardgame/11508/katego>
- <http://www.tabulamagazin.hu/uploads/files/pdf/zazshigh.pdf>
- <http://mindthegapstudios.com/games/wizarddodgeball/>
- <http://www.boardgamegeek.com/boardgame/63715/open-rails-origins>
- <http://www.boardgamegeek.com/tag/printandplay>

11 WEBES MEGJELENÉS

Ha a játékkod bármilyen jellegű saját kiadásán gondolkozol, mindenképp érdemes figyelmet fordítanod a játékkod webes megjelenésére. De nem szabad túlbecsülnöd a web jelentőségét! A web - főleg hirdetés nélkül - nem egy kincsesbánya, ami százsámra hozza neked a megrendelőket! A web a Te játékkod esetében csak arra lesz jó, hogy információkkal és érvekkel gazdagítsa azokat a vevőket, akik már hallottak valamit a játékkodról, miért érdemes megrendelniük a játékkod. A játékkod webes arculatának kialakítására tehát nem érdemes 50-100 ezer forintokat költeni, mert véleményünk szerint, ha nem rendelkezel nagy terjesztői hálózattal, nem fogja behozni az árát!

A webes megjelenésnek saját kiadás esetén van jelentősége.

Egy weboldal arra jó, hogy azokat, akik már úgy mennek oda az oldaladra, hogy érdeklődnek a játékkod iránt, érvekkel lássa el (miért érdemes megvásárolni a játékkod?), valamint, hogy egybefogja a játékkod rajongótáborát.

Az interneten egyébként rengeteg ingyenes, jó minőségű weboldal kinézet (ún. template) áll az érdeklődők rendelkezésére, melyet kicsit átalakítva elkészítheted saját oldaladat.

Amit a weboldaladnak a játékkal kapcsolatban érdemes tartalmaznia:

- információk arról, hogy hogyan lehet megszerezni a játékot és mennyibe kerül,
- és miért érdemes megszerezni,
- jó minőségű fényképek a társasjátékról,
- letölthető szabálykönyv,
- letölthető segédlet,
- videóajánló (ha készítettél videót a játékodhoz).

Ha bővebben is érdekel a téma, vagy szeretnéd leellenőrizni, hogy a weboldalad kialakítása megfelelő-e, olvasd el jegyzetünk *Webes megjelenés* című mellékletét:

- [Webes megjelenés melléklet](#)

Ha a weboldalas téma részletesebben is érdekel, figyelmedbe ajánljuk a www.tarsasjatekos.hu Játékfejlesztés oldaláról letölthető „Webes megjelenés” c. mellékletet.

VÉGE