

PC-pelien digitaalinen jakelu

Wille Toivonen

Opinnäytetyö

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

2014



Tekijä tai tekijät Wille Toivonen	Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2011
Raportin nimi PC-pelien digitaalinen jakelu	Sivu- ja liitesivumäärä 50
Opettajat tai ohjaajat Jari Hyrkäs	
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia PC-pelien digitaalisen jakelun syntyä, kehitystä, nykytilaa ja tulevaisuudennäkymiä ja miten se on vaikuttanut tapaan jolla kuluttaja, pelinkehittäjä ja pelijulkaisija toimivat alalla. Tutkimuksessa selvitettiin pelialan historiaa ja taustaa yleisesti, markkinakanavien kehitystä, myynnin kehitystä digitalisoitumisen yleistyessä ja miten PC-pelialan digitalisoituminen on vaikuttanut kuluttajan, pelinkehittäjän ja pelijulkaisijan toimintaan. Opinnäytetyö kuvaa kuinka PC-pelien digitaalinen myynti on vaikuttanut eri osapuolten toimintaan ja miten se tulee vaikuttamaan tulevaisuudessa.</p> <p>Tutkimuksessa käytettiin kirjallisia ja sähköisiä lähteitä, jotka olivat oleellisia aiheen kannalta. Lähteiden ja opinnäytetyön tekijän oman kokemuksen perusteella johdettiin päätelmät PC-pelialan digitalisoitumisen taustoista, vaikutuksista ja tulevaisuudennäkyistä kaikkien kolmen osapuolen näkökulmista. Yleisesti ottaen, PC-pelien digitaalisen myynnin kehitys on ollut positiivinen asia kaikille osapuolille. Kuluttajat saavat enemmän ja tarkemmin mitä haluavat vähemmällä rahalla ja vaivalla, pelinkehittäjät saavat enemmän vapauksia ja kanavia kehittää haluamiansa tuotteita ja pelijulkaisijat pääsevät kokeilemaan uusia tuottoisia ansaintamalleja ja houkuttelemaan pelaajia itselleen omilla sovellusalustoillaan ja pelien myyntisivustoilla.</p>	
Asiasanat Digitaalinen pelikopio, PC-pelien jakelu, Fyysinen pelikopio	



Degree Programme in Business Information Technology

Authors Wille Toivonen	Group or year of entry 2011
The title of thesis DIGITAL DISTRIBUTION OF PC GAMES	Number of report pages and attachment pages 50
Advisor(s) Jari Hyrkäs	
<p>The purpose of his thesis was to investigate the birth, development, current state and the future of digital distribution of PC games. Furthermore, the aim was to clarify how this kind of distribution model has influenced the way in which the consumers, developers and publishers operate in the field of PC gaming.</p> <p>This study explains the history of gaming in general, how the market channels have evolved, how the sales changed when digital distribution became more popular and how the digitalization of PC gaming has impacted the consumer, the developer and the publisher. In addition, this thesis answers the question how the digital distribution of pc games has influenced how the three parties act and react to the development.</p> <p>The background information for the thesis was gathered from literal on online sources. Based on the sources and the personal experience and knowledge of the author, conclusion were drawn about the history, the influences and the future of digital distribution of PC gaming in addition to how the changes have impacted all three parties.</p> <p>The thesis indicated that the development of digital distribution of pc games has been a positive concept to all the parties included. According to this thesis, consumers get more for less and they get a saying what they really want; developers are freer to do what they want and have more channels to reach the consumers; and, finally, publishers can try out new profitable revenue models and they get to attract more paying customers with their own gaming platforms and websites.</p>	
Key words Digital distribution, Distribution of PC-games, Physical distribution	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Mitä tutkitaan.....	2
2.1	Tutkimusaihe ja sen rajaus	2
2.2	Tutkimusmenetelmä	2
2.3	Tutkimuksen tavoitteet ja hyväksikäyttömahdollisuudet	2
3	Pelaamisen tausta ja historia	4
3.1	Pelikulttuurin kehitys	4
3.2	Pelien ja pelilaitteiden historiaa	4
3.3	Peliharrastuksen perusteet.....	6
3.4	Pelien kulttuurikehitys nykypäivään.....	7
4	PC-pelien jakelu - mistä on kyse?.....	9
4.1	Fyysinen kanava.....	9
4.2	Digitaalinen kanava	9
4.3	Myynnin kehitys.....	10
5	PC-pelien digitaalisen jakelun kanavat ja palveluntarjoajat.....	16
5.1	Steam.....	16
5.2	Origin.....	18
5.3	Gamersgate	20
5.4	Good Old Games.....	21
5.5	Muut palveluntarjoajat.....	21
6	Digitalisoinnin vaikutukset pelialaan	22
6.1	Vaikutukset kuluttajaan	24
6.1.1	Omistusoikeus ja DRM	27
6.1.2	Laiton lataaminen	28
6.2	Vaikutukset pelinkehittäjään	29
6.3	Vaikutukset julkaisijaan.....	32
7	Tulevaisuudennäkymät	35
8	Pohdinta	39
9	Lähteet.....	41
10	Käsitteet.....	45

1 Johdanto

Suurin syy valita digitaalinen jakelu on sen suora luonne verrattuna tavalliseen kivijalkakauppaan. Tehdäkseen kaupallisesti ja taloudellisesti onnistunutta jälkeä, taiteilijan tai yrityksen pitää asettaa tuotteensa kustannusketjuun. Kustantajat ja julkaisijat auttavat sisällöntuottajaa mainostamaan ja rahoittamaan tuotetta, sekä jakamaan sitä jälleenmyyjille. Joillakin toimialoilla, kuten peliteollisuudessa, pelinkehittäjät ovat yleensä sidottu tiukasti yhteen julkaisijaan ja monissa tapauksissa eivät pääse tekemään sitä sisältöä mitä he oikeasti haluavat. Julkaisijat voivat ajatella, että se ei ole tuottavaa bisnestä. Tämä voi ja on myös johtanut sisällön tasapaksuuteen joillakin tuotemerkeillä. Tuttu ja turvallinen on kannattavaa julkaisijan näkökulmasta.

Valitessaan digitaalisen jakelun, sisällöntuottaja saa tuotteensa yleensä helpommin kuluttajalle ilman monia välikäsiä ja välistä vetäjiä. Tämä myös yleensä johtaa halvempaan lopputuotteeseen kuluttajalle.

Digitaalijakelu avaa kokonaan uusia liiketoimintamalleja. Esimerkiksi artisti voi julkaista yhden kappaleen koko levyn sijasta ennen kuin se on valmis. Kirjailija voi julkaista ensimmäisen kappaleen kirjasta ennen kuin hän edes tietää miten se loppuu. Tämä voi auttaa heitä taloudellisesti viimeistelemään tuotteen tai varoittamaan, jos tuote ei ollutkaan sitä mitä kuluttajat odottivat. Peleillä on vielä enemmän joustovaraa tällä alueella. Mikromaksut ja pelien laittaminen jo alpha-versiossa kuluttajan saataville ovat auttaneet monia pienempiä pelinkehitysyrityksiä tuomaan tuotteensa markkinoille mahdollisimman pienellä pääomalla ja saamaan siitä tuottoa. He voivat tuoda keskeneräisen tuotteen markkinoille ja pelaajat voivat tukea peliä pienillä maksuilla tai jopa ostaa pelin nykykunnossaan joiden tuotoilla sitten peliä kehitetään. Digitaalijakelua on syytetty perinteisten kivijalkakauppojen ahdingosta ja vuosia. Monia suuria jakeluketjuja on kaatunut, koska saman tuotteen on saanut halvemmalla ja pienemmällä vaivalla suoraan omalle koneelle.

2 Mitä tutkitaan

2.1 Tutkimusaihe ja sen rajaus

Opinnäytetyö keskittyy PC-pelaamisen digitaaliseen jakeluun ja sen kehitykseen. Tutkimuksen aiheen pohjustukseen kuuluu konsoli- ja PC-pelaamisen historia kokonaisuudessaan ja raportti tulee vertaamaan PC- ja konsolipelaamisen myynnin kehitystä ja miten digitaalinen jakelu on niihin vaikuttanut. Tutkimus syvenyy tarkemmin vain PC-pelien digitaaliseen jakeluun ja miten sen kehitys on vaikuttanut kuluttajaan, kehittäjään ja julkaisijan toimintaan alalla. Opinnäytetyö ei tule käsittelemään konsolipelien digitaalista jakelua kuin pintapuolisesti, mutta projektin lopputuloksista voi olla hyötyä konsolipuolelle sovellettaessa johdettuja päätelmiä PC-puolelta.

2.2 Tutkimusmenetelmä

Kyseessä on laadullinen tutkimus eli kvalitatiivinen tutkimus. Tutkimus on kirjallinen tutkimus, joka toteutettiin ensisijaisesti tutkimalla aiheeseen liittyviä alan dokumentteja, kuten Internet-artikkeleita ja alan kirjallisia julkaisuja ja johtamalla niistä sekä omasta kokemuksesta vahva pohja tutkimukselle ja tuottamaan niistä luotettavia tuloksia tutkimuksen aiheesta. Raportti tulee sisältämään laajan esittelyn aiheesta ja siihen liittyvää taustatiedosta. Raportista käy ilmi kuka hyötyy ja kenelle on eniten haittaa digitaalisen jakelun kehityksestä.

Lähdemateriaalista suurin osa on sähköisessä muodossa, koska itse alakin toimii suurimmalta osalta Internetissä sähköisessä muodossa. Tutkimuksessa ei käytetty erityisen laajaa aineistoa, mutta lähteet valittiin merkityksellisyyden ja sisällön perusteella. Näin saatiin uskottava ja riittävän kattava pohja tutkimukselle pienemmällä lähdemäärällä.

2.3 Tutkimuksen tavoitteet ja hyväksikäyttömahdollisuudet

Tutkimuksessa selvitetään, kuinka paljon Internetin leviäminen ja kehittyminen on muuttanut tapaa, jolla pelit ostetaan ja jaetaan kuluttajille. Pelien hinnoittelu, omistusoikeus sekä kuluttajien käyttäytyminen tulevat olemaan pääkohtia tutkimuksessani. Julkaisijan ja kehittäjän näkökulmat tulevat myös vahvasti esiin tutkimuksessani. Tutkimus

selvittää myös alan tulevaisuudennäkymiä ja kuinka pitkälle digitaalinen jakelu voi tulevaisuudessa mennä.

Projektille asetettuihin tavoitteisiin kuuluu raportin helppolukuisuus ja jäsenys. Projektin lopputuloksen täytyy olla niin selkeä, että kuka tahansa aiheeseen perehtymätön voi ymmärtää lopputuloksen. Projekti tuottaa dokumentin, jossa selvitetään laajasti PC-pelien digitaalisen jakelun taustaa ja historiaa. Dokumentista käy ilmi mistä ala on lähtenyt ja mihin sillä on potentiaalia kehittyä.

Tutkimuksen tuloksista tulee olemaan hyötyä niin kuluttajille kuin jälleenmyyjille ja pelikehittäjille. Tutkimus tulee käsittelemään pelien digitaalista jakelua jokaisen tahon näkökulmasta ja miten digitaalinen jakelu on vaikuttanut eri osapuolten toimintatapoihin ja käyttäytymiseen markkinoilla. Tutkimus antaa myös kattavat perustiedot aiheeseen perehtymättömälle ja kertoo miten siihen tulisi suhtautua.

Kuluttajalle tutkimus kertoo miten digitaalisen jakelun esiintulo ja kehitys ovat vaikuttaneet pelimarkkinoihin ja tietysti itse pelien hintaan ja niiden saatavuuteen. Pelinkehittäjälle tutkimus antaa tietoa miten pelien digitaalinen jakelu on mahdollistanut pienien pelinkehittäjien ja pelien esiintulon, mikä olisi ollut ennen mahdotonta ilman suuren pelinjulkaisijan apua ja rahoitusta. Pelien julkaisijoille ja jälleenmyyjille tutkimus tarjoaa mahdollisuuden tutkia digitaalisen jakelun ilmiötä ja miten se on vaikuttanut markkinoihin ja kuluttajien käyttäytymiseen. Onko digitalisoitunut maailma uhka vai pitäisikö siihen suhtautua avoimin mielin ja sopeutua vääjäämättömään muutokseen? Ketkä ovat hyötäneet ja ketkä ovat kärsineet eniten vahinkoa digitaalisen jakelun vallatessa PC-markkinoita?

3 Pelaamisen tausta ja historia

3.1 Pelikulttuurin kehitys

Vuosien kuluessa pelikulttuurit ovat käyneet läpi monenmoisia vaiheita joiden myötä peliharrastus on kehittynyt valtavasti viimeisen vuosikymmenen aikana. 2000-luvulla pelit ovat varsin erilaisia kuin ennen, pelaamiseen kykeneviä laitteita on enemmän ja ne ovat kallistuneet, eikä pelaaminen ole enää yksityistä tai rajattua sosiaalista toimintaa kuten se joskus aikaisemmin miellettiin. Pelit ovat koko ajan vahvemmin ja vahvemmin liittyneet populaarikulttuurin merkitykseen ja kehitykseen. Pelit ovat tärkeä oppimisen, politiikan, ideologian, taiteen ja viihteen muoto. Jos vertaisi pelaajakuntaa nyt ja vuosikymmen sitten, olisi se aivan erinäköistä. (Patterson 2014.)

Ikähaarukan muutos on se ehkä konkreettisin muutos pelaajakunnassa. 1970- ja 1980-luvuilla pelejä merkkinoitiin pääasiassa nuorisolle. Aikuisten pelimarkkinointi alkoi vasta 1990-luvulla. Vuosittain tehdyt tutkimukset 2000-luvun alkupuolella osoittajan pelaajan keski-ään nousseen tasaisesti, Suomessa pelaajan keski-ikä oli noin 37 vuotta vuonna 2007. Vaikka pelaajien keski-ikä on noussut vahvasti, julkisuudessa esitetään edelleen pelaajia ja pelikulttuuria lasten ja nuorten kautta. Todellisuudessa pelaajia on nykypäivänä niin paljon erilaisia, että jokainen on omanlaisensa pelaaja. Pelaajat voivat poiketa suuresti toisistaan. Verkosta pienpelien lataajat ja asiaan perehtyneet roolipelaajat poikkeavat paljon toisistaan. He puhuvat ja suhtautuvat peleihin täysin erilaisesti ja käyttävät niihin hyvin erilaisia määriä energiaa, aikaa ja rahaa. He ovat kuitenkin molemmat pelaajia. (Sihvonen ja Mäyrä 2009.)

3.2 Pelien ja pelilaitteiden historiaa

Pelaaminen tietokoneilla on jo itänyt tutkijoiden päässä 1940-luvulta asti. Ensimmäiset sovellukset, jotka oli tarkoitettu pelaamiseen, liittyivät shakkiin, lautapeleihin ja korttipelisiin. Pelejä suunniteltiin ja pelattiin 1950- ja 1960-luvulla pääosin korkeakouluissa ja laboratorio-oloissa ja ne liittyivät teknisiin kokeiluihin ja projekteihin. Peliharrastajat kehittivät itse pelejensä. (Sihvonen ja Mäyrä 2009.)

Jo 1950-luvun Suomessa suunniteltiin pelejä, mutta vasta 1960- ja 1970-luvuilla pelien käyttö laajeni, kun yhä useammat opiskelijat kiinnostuivat peleistä (NIM-peli kuuluisin). Tietotekniikka ei pahemmin ollut saatavilla tuohon aikaan kotioloissa, joten pelaaminen keskittyi ATK- ja tietokonekerhoihin korkeakouluympäristöissä. Vasta 1970-luvulla pelit alkoivat olla osana markkinalähtöistä harrastus- ja kulutuskulttuuria, kun markkinoille saapui erilaisia pelilaitteita ja pelejä. (Sihvonen ja Mäyrä 2009.)

1970- ja 1980-lukujen vaihteessa ihmisten elintaso nousi ja markkinat vastasivat siihen elektroniikka-, televisio ja videopelilaitteilla. Integroitujen mikropiirien kehitys vaikutti valtavasti elektroniikan yleistymiseen ja tekniikasta tuli niin huokeata, että se avasi ovet kuluttajamarkkinoille. Vuosien edetessä peliharrastus levisi uusiin ympäristöihin kuten pelihalleihin, mukana liikkuviin pelilaitteisiin ja koteihin, pääasiassa television kautta toimiviin pelikonsoleihin. Pelaaminen rantautui myös vihdoon tietokoneisiin. (Suomi-
nen 1999.)

Tähän aikaan peliharrastuksen yleistyessä myös vapaa-ajan ja viihteen merkitys kasvoi ja tämän myötä markkinat heräsivät vastaamaan ihmisten uutta tarvetta. Myös kotitietokoneiden ja tietokoneohjelmistojen menekki kasvoi voimakkaasti. Valmistajat ja markkinoijat huomasivatkin tämän ja ymmärsivät, että jos tekniikka tehdään ihmisille helpommin lähestyttävämmäksi, kysyntä sen kuin kasvaisi lisää ja alan teollisuus saisi piristyneeseen.

1980-luvulla suosituin pelikone oli Commodore 64, joka on yksi suurista tietokoneklassikoista, joita peliharrastajat muistelevat kaiholla. Se on kaikkien aikojen myydyin yksittäinen tietokonemalli. Samoihin aikoihin oli markkinoilla Apple II ja ZX Spectrum, jotka olivat nykyajan PC-tietokoneita edeltäneitä kotitietokoneita. 1980-luvun loppupuolella markkinoille tulleet Commodore Amiga ja Atari ST eivät vastanneet Commodore 64:n myyntilukua, mutta ne olivat teknisiltä ominaisuuksiltaan C64:ää edellä. Tämän kehityksen myötä pystyttiin toteuttamaan hienompia ja monipuolisempia pelejä. Aiemmin käytetty viivagrafiikka korvattiin kehittyneemmällä tekstuureilla jotka puolestaan mahdollistivat uudentyyppisten pelien, kuten simulaattorien esiinmarssin. (Sihvonen ja Mäyrä 2009.)

Vaikka tekniikka kehittyi huimasti 1970- ja 1980-luvuilla, ei pelien sisältö vastannut kysyntää, jota pelaajat vaativat. Pelijulkaisijat joutuivat julkaisemaan ala-arvoisia pelejä, koska mitään muuta ei ollut saatavilla. Tämän johtikin alan romahdukseen varsinkin USA:ssa, jossa Atarin ja muut "kultakauden" yrityksen joutuivat taloudellisiin vaikeuksiin tai jopa konkurssiin. Videopelialalla meni kehnosti ennen kuin Nintendo ja muut japanilaiset pelivalmistajat toivat markkinoille kuluttajien vaatimia laadukkaita, kotikäyttäjälle tarkoitettuja pelejä. Tämä nosti peliteollisuuden uudelleen omalle tasolleen. (Patterson 2014.)

3.3 Peliharrastuksen perusteet

Suomessa 1980-luvulla suurin osa peleistä ei ollut kaupallisesti saatavilla, vaan ne jouduttiin kopioimaan tai jopa ohjelmoimaan itse tietokoneoppaissa ja -lehdissä julkaistujen koodien perusteella. Suosituimpien pelien mallit kopioitiin melkein suoraan niitä edeltäneiden pelien maailmasta. Juuri tämä saatavuuden haasteellisuus loi pohjan suomalaiselle peliharrastukselle ja peliharrastajille. Pelaajat perustivat omia verkostoja joiden sisällä ulkomaalaisia pelejä jaettiin ja ohjelmoitiin itse ja yhdessä muiden kanssa. Näissä piireissä kehittyi muun muassa tietokonedemojen ohjelmointi. (Suominen 1999.)

Tietokonedemojen ympärille kehittyi alakulttuuri ja se alkoi levitä 1980-luvun loppupuolella peliharrastajien rikkoessa pelien kopiosuojauksia ja lisätessä pelien alkuun oman pelaajantunnuksensa (Sihvonen ja Mäyrä 2009). Nämä olivat multimediaesityksiä ja niitä motivoi kaiken tehon ottaminen irti omasta tehottomasta kotitietokoneesta. Ilmiötä alettiin nimetä demoskeneksi, kun tietokonedemoista tuli itsenäisiä ja huolella tehtyjä taideteoksia. Suomessa on järjestetty vuodesta 1992 lähtien Assembly tietokonefestivaali, joka on tullut tunnetuksi juuri demoskenen harrastajien vuosittaisena kohtaamispaikkana.

Pelaamisen leviämiseen ja syntyyn vaikuttivat eniten teknisten laitteiden yleistyminen tavallisen kuluttajan saataville ja pelaamiseen liittyvän harrastus- ja kehitystoiminnan yleistyminen yhä suuremman ja nuoremman harrastajapiirin keskuuteen. ATK osana koulutusta, pelijournalismi, kerho- ja harrastajatoiminta ja tapaamiset toivat pelaamista lähemmäksi tavallisen suomalaisen elämää. (Suominen 1999.)

Pelaamiseen käytettävät laitteet ovat tulleet vakituiseksi osaksi suomalaista kotia varsinkin viimeisen vuosikymmenen aikana. Vuonna 1996 noin joka neljäs suomalainen koti sisälsi tietokoneen, vuonna 2005 tietokoneita oli yli 60 % kotitalouksista. (Sihvonen ja Mäyrä 2009.)

3.4 Pelien kulttuurikehitys nykypäivään

Pelaamisen kulttuurihistoria keskittyy suosituimpien pelien ja peligenrejen kehitykseen. PONG (Atari, 1972) jäljitteli pöytätennistä, jolloin uuden pelaajan tarttuessa pelin pariin, hän tiesi heti mikä oli pelin idea. Pelien kehittyessä vuosikymmenten ajan on tullut vastaan pelityyppejä, joita olisi mahdotonta toteuttaa millään muulla kuin tietotekniikalla. (Sihvonen ja Mäyrä 2009.)

IBM standardoi PC:n (Personal Computer) ja se vakiintui Suomessa yleisimmäksi kotikoneeksi 1990-luvun alussa. Vuonna 1993 id Softwaren kehittämä toimintapeli Doom ilmestyi. Doom rinnastetaan usein nykypelikulttuurimme kantakiveksi. Doomien idea on ensimmäisen persoonan näkökulma, jossa liikutaan sokkeloissa ja ammutaan vastaan tulevia vihollisia ja yritetään pysyä hengissä ja löytämään tie pelattavan tason loppuun asti. Doom oli ilmestyessään jotain ennenkuulumatonta, se yhdisti elementtejä sotaelokuvista, kauhusta ja rock-musiikista ja siitä tuli USA:ssa varsinkin uskonnollisten piirien paheksuma mediateos. Vuonna 1978 ilmestynyt Space Invaders oli aikaisemmin aiheuttanut samantasoista paheksuntaa ilmentäessään muukalaisten hyökkäystä, jota vastaan piti puolustautua. (Sihvonen ja Mäyrä 2009.)

Nykypäivänä pelinkehittäjät voivat luottaa siihen, että peliharrastajien pelinlukutaito ja pelisivistys ovat korkealla tasolla. Nykypäivänä on myös nopeasti kasvava joukko erilaisten taustojen omaavia ja eri ikäisiä ihmisiä, jotka eivät ole luokitelleet itseään peliharrastajiksi. Nykypelit voikin jakaa karkeasti kahteen eri laatikkoon: selkeitä ja helposti omaksuttavia pieniä pelejä, jotka eivät vie paljon aikaa ja antavat nopeasti pelaajalle palautetta, tai sitten isolla budjetilla toteutettuja suuren luokan pelejä, joiden pelaaminen vie aikaa ja vaatii keskittymistä. Nämä ison luokan pelit yhdistelevät yleensä monien eri

pelien elementtejä yhteen pakettiin ja vaikuttavat jopa elokuvamaisilta (välianimaatiot, ääninäyttelijät). Pelin ohjaaminen voi vaatia kokemusta samantyyppisistä peleistä.

Vaikka pelaaminen on tavoittanut enemmän ihmisiä kuin koskaan aiemmin, mielletään se vieläkin valtakunnallisessa mediassa pienen joukon harrastukseksi. Tämä trendi on kovaa vauhtia muuttumassa, vaikka digitaaliset pelitaidot eivät ole yhtä laajalle levinneitä kuin esimerkiksi luku- ja kirjoitustaito. Pelit ja virtuaalimaailmat eivät onneksi enää tällä vuosituhannella ole niitä samoja outoja ja erillisiä todellisuuksia kuin ne vielä 1990-luvulla miellettiin. Pelit ovat tänä päivänä yksi tärkeä osa oppimisen, sosiaalisen elämän ja elämysten kannalta muiden yhteiskunnan osien kanssa. Suurin ongelma tänä päivänä on luultavasti pelaajien välinen ikäkuilu. Kolmenkymppin rajapyykin alle ja yli menevät puhuvat peleistä hyvin eri kielillä, koska he ovat eläneet ja kasvaneet niin eri ympäristöissä pelikulttuurin kehittyessä heidän ympärillään. (Sihvonen ja Mäyrä 2009.)

4 PC-pelien jakelu - mistä on kyse?

PC-pelien jakelu on kuin minkä tahansa muun tuotteen jakelu. Kehittäjäosapuoli valmistaa tuotteen, julkaisija monistaa tuotteen ja mainostaa peliä kuluttajille ja lopuksi tuote päätyy kauppaan kuluttajien saataville. Digitaalinen jakelu on muuttanut voimakkaasti tätä perinteistä jakelukanavaa helpottaen ja edesauttaen kuluttajan asemaa markkinoilla.

4.1 Fyysinen kanava

Ennen kuin Internet yleistyi koko kansan huippunopeaksi tietoväyläksi, ainoa keino saada haluamansa uutuuspelin, oli kävellä lähimpään pelikauppaan tai hyvin varustettuun tavarataloon ostamaan se itsellensä fyysisenä kopiona. Peli oli pakattu aina isoon pahviseen laatikkoon, jota koristivat etupuolella pelin logo ja takapuolella kuvakaappauksia pelistä ja perustietoa mistä pelissä oli kyse. Laatikon mukana tuli ohjekirja, joka oli usein todella kattava ja monisivuinen, itse peli CD-levyille poltettuna ja kaikenlaista oheismateriaalia liittyen peliin (kartta, juliste yms.). Paketit pienenivät myöhemmin DVD-kotelon kokoisiksi DVD-jakelumuotoon yleistyessä ja paksut ohjekirjat pieniksi vihkosiksi, jotka mahtuivat koteloon levyjen kanssa. Oheismateriaalit hävisivät tai muuttuivat maksullisiksi lisätuotteiksi.

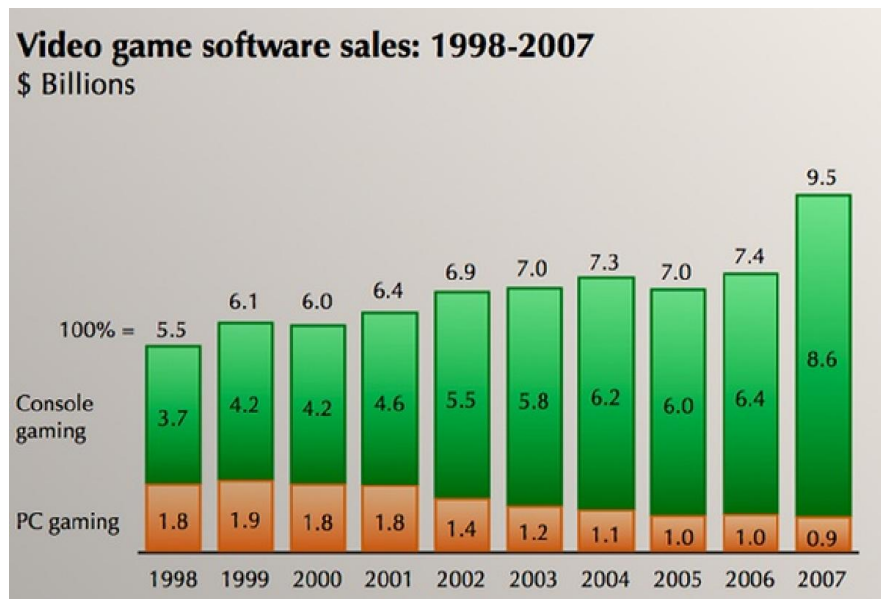
Fyysinen jakelukanava on suoraviivainen, mutta siihen kuuluu monta välikättä ja porasta ennen kuin pelinkehittäjän tuote päätyy kuluttajan käteen. Näihin välikäsiin kuuluu muun muassa tuotteen polttaminen CD- tai DVD-levyille, paketointi, kuljetus, varastointi ja hyllytys.

4.2 Digitaalinen kanava

Pelien digitaalista jakelua esiintyi jo modeemiajalla 1990-luvulla shareware-pelien muodossa. Nämä pelit olivat pieniä yksittäisten ihmisten tai yritysten julkaisuja, joita kuka tahansa sai ladata ilmaiseksi ja niitä myös levitettiin käyttäjältä toiselle Internetissä. Yhteyksien hitaus ja pätkiminen estivät suurten pakettien ja pelien jakelun. Kun Internet-nopeudet kasvoivat ja kehittyivät modeemi- ja ISDN-ajasta ADSL- ja DSL-yhteyksiin ja nopeuksiin, avautui täysin uusi kanava jakaa pelituote kuluttajalle.

Kun peli jaetaan digitaalisesti, kuluttaja ostaa oikeuden ladata kopion pelistä omalle koneelleen ja asentaa se. Mitään fyysistä ei vaihda omistajaa. Peliä jakaneella taholla on periaatteessa pelin kopioita loputtomasti eikä varasto voi loppua. Pelin ostaminen on yleensä sidottu käyttäjätunnukseen ja vielä erikseen omaan sovellusalustaan, jonka kautta koko osto- ja asennusprosessi hoidetaan, itse pelaaminen mukaan lukien.

4.3 Myynnin kehitys



Kuvio 1. Videopelin myynti Pohjois-Amerikassa 1998-2007 (mygaming.co.za 2010)

PC-pelaamisen kulta-aika oli 90-luvun loppu ja 2000-luvun alku. Tällöin päivänvalon näkivät sellaiset pelit kuin StarCraft, Half-Life, Quake ja The Sims. Uudet näytönohjaimet, pelien toimivuus kaikenlaisten kokoonpanojen kanssa, uudet tuoreet ideat ja se pelkkä fakta, että kehittäjät panostivat pelien sisältöön eivätkä pelkkään grafiikkaan., tähän aikaan PC oli pelimaailman kuningas. Pelit olivat AAA-luokkaa ja tekniikka huijussa uusien tehokkaiden ja pitkäikäisten näytönohjainten ansiosta. Vuonna 2002 alkoi lasku ja konsolit alkoivat syödä PC:n markkina-alueita.

PC:n kultakauden lasku johtui suurimaksi osaksi itse pelien ja tekniikan kehityksestä. Pelit rupesivat olemaan kalliimpia ja kalliimpia kehittää. Tämä taas johti siihen, että sisältö unohtui, julkaisijat halusivat samaa tuttua ja turvallista hyvin myyvää tavaraa vain hienommassa paketissa (hienempi grafiikka). Enää ei pärjännyt PC:llä, jonka osti vuon-

na 1998. Jos halusit pelata uusinta peliä, sinun täytyi ostaa uusi PC tai vähintään päivittää se.

Konsolivalmistajat osasivat vastata tähän. Kun ostit Playstationin, Xboxin tai Nintendon konsolin, tiesit, että saat täysiverisen pelikoneen, jota ei tarvitse päivittää ensi vuonna. Pelit toimivat ja näyttivät hyvältä. 2000-luvun alussa myös pelien kehitys konsoleille oli halvempaa kuin PC:lle johtuen juuri koko ajan kehittyvästä peligrafiikasta ja siihen vaadittavasta tehosta käyttäjän koneessa. Kun pelinkehittäjät kehittivät konsoleille peliä, he tiesivät tasan tarkkaan kuinka tehokas se on ja kuinka pitkälle he voivat mennä grafiikan suhteen. Kun pelinkehittäjät kehittivät uutta hienoa peliä PC:lle, he käyttivät aina tehokkainta ja uusinta PC-rautaa kehittäessään peliä. Tämä johti siihen, että kuluttajan piti aina olla tekniikan harjalla halutessaan pelata sitä uusinta ja hienointa, räiskintäpeliä jota pystyi samaan aikaan pelaamaan sillä vanhalla Xboxilla. (Young 2008.)

PC- ja konsolipelaajat ovat aina mieltyneet erityyppisiin peleihin. ESA (Entertainment Software Association) on julkaissut Yhdysvalloissa pelien myyntitilastoja.

TOP 20 SELLING VIDEO GAMES OF 2005 BY UNITS SOLD

RANK	TITLE	PLATFORM	RATING
1	MADDEN NFL 06	PS2	E
2	GRAN TURISMO 4	PS2	E
3	MADDEN NFL 06	XBX	E
4	NCAA FOOTBALL 06	PS2	E
5	STAR WARS: BATTLEFRONT II	PS2	T
6	MVP BASEBALL 2005	PS2	E
7	SW EPISODE III: SITH	PS2	T
8	NBA LIVE 06	PS2	E
9	LEGO STAR WARS	PS2	E
10	STAR WARS: BATTLEFRONT II	XBX	T
11	WWE SMACKDOWN! VS RAW 2006	PS2	T
12	GOD OF WAR	PS2	M
13	MIDNIGHT CLUB 3: DUB	PS2	T
14	STAR WARS: BATTLEFRONT	PS2	T
15	NEED SPEED: MOST WANTED	PS2	T
16	SOCOM 3: US NAVY SEALS	PS2	M
17	GRAND THEFT AUTO: SAN ANDREAS	PS2	M
18	TONY HAWK AMERICAN WASTELAND	PS2	T
19	RESIDENT EVIL 4	GCN	M
20	CALL OF DUTY 2: BIG RED ONE	PS2	T

Kuvio 2. Parhaiten myyneet konsolipelit vuonna 2005 Yhdysvalloissa (theesa.com)

TOP 20 SELLING COMPUTER GAMES OF 2005 BY UNITS SOLD

RANK	TITLE	RATING
1	WORLD OF WARCRAFT	T
2	THE SIMS 2: UNIVERSITY EXPANSION PACK	T
3	THE SIMS 2	T
4	GUILD WARS	T
5	ROLLER COASTER TYCOON 3	E
6	BATTLEFIELD 2	T
7	THE SIMS 2 NIGHTLIFE EXPANSION PACK	T
8	MS AGE OF EMPIRES III	T
9	THE SIMS DELUXE	T
10	CALL OF DUTY 2	T
11	CIVILIZATION IV	E10+
12	HALF-LIFE 2	M
13	MS ZOO TYCOON 2	E
14	DOOM 3	M
15	HALO: COMBAT EVOLVED	M
16	MS ZOO TYCOON: COMPLETE COLLECTION	E
17	MS FLIGHT SIMULATOR 2004: CENTURY OF FLIGHT	E
18	THE SIMS: UNLEASHED EXPANSION PACK	T
19	WARCRAFT III BATTLE CHEST	T
20	ROME: TOTAL WAR	T

Kuvio 3. Parhaiten myyneet PC-pelit vuonna 2005 Yhdysvalloissa (theesa.com)

Kuten kuvioista 2 ja 3 huomataan, vuonna 2005 PC- ja konsolipelaajat olivat mieltyneet täysin erilaisiin peleihin. Tämä tietenkin johtuu siitä, että suurinta osaa PC-peleistä listalla ei ole edes julkaistu konsoleille ja urheilupelit eivät ole koskaan olleet suuria hittejä PC:llä. Urheilupelit sopivatkin paljon paremmin pelattavaksi olohuoneessa sohvalla kavereiden kanssa konsoliohjain kädessä. PC:llä pelataan perinteisesti strategia-, rooli- ja FPS (First Person Shooter)-pelejä.

TOP 20 SELLING VIDEO GAMES OF 2012 BY UNITS SOLD



RANK	TITLE
1	CALL OF DUTY: BLACK OPS II
2	MADDEN NFL 13
3	HALO 4
4	ASSASSIN'S CREED III
5	JUST DANCE 4
6	NBA 2K13
7	CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 3
8	BORDERLANDS 2
9	LEGO BATMAN 2: DC SUPER HEROES
10	FIFA SOCCER 13
11	JUST DANCE 3
12	SKYLANDERS GIANTS
13	MASS EFFECT 3
14	NBA 2K12
15	NCAA FOOTBALL 13
16	NEW SUPER MARIO BROS. 2
17	BATTLEFIELD 3
18	ELDER SCROLLS V: SKYRIM
19	BATMAN: ARKHAM CITY
20	MARIO KART 7

Source: The NPD Group/Retail Tracking Service

Kuvio 4. Parhaiten myyneet konsolipelit vuonna 2012 Yhdysvalloissa (theesa.com)

TOP 20 SELLING COMPUTER GAMES OF 2012

BY UNITS SOLD



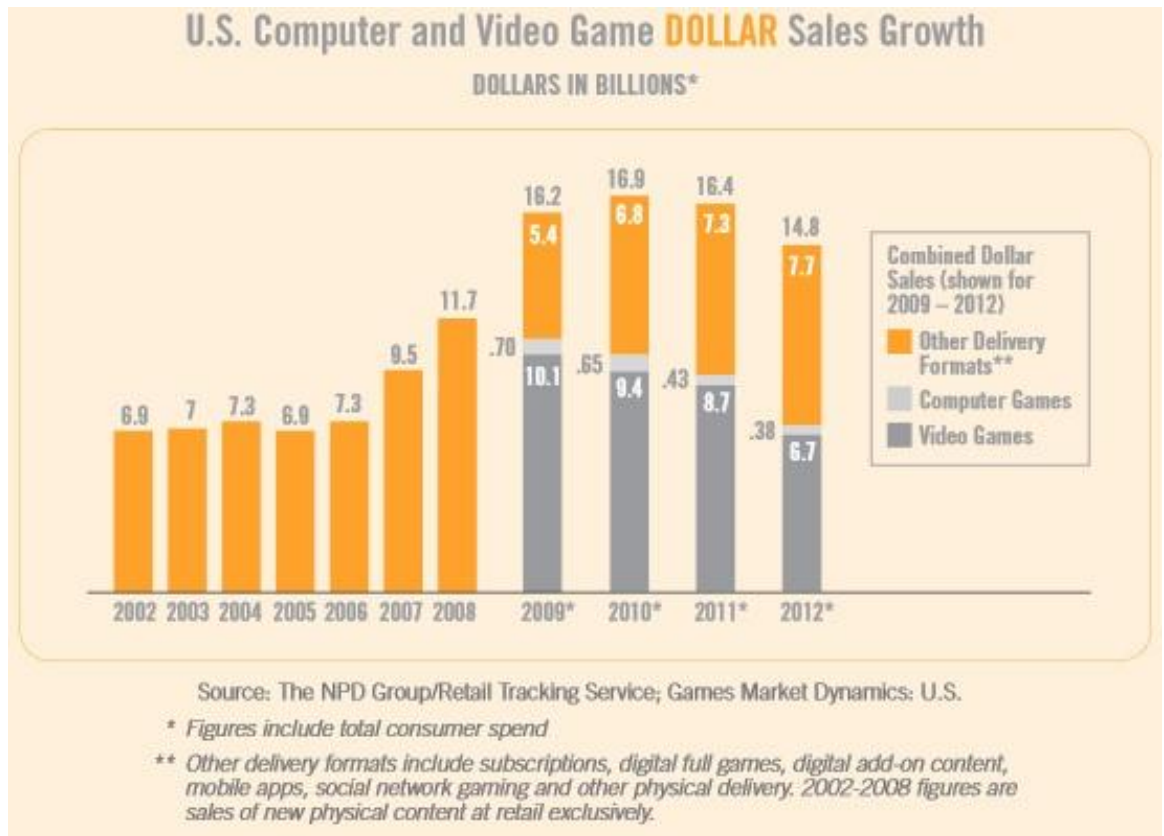
RANK	TITLE
1	DIABLO III
2	GUILD WARS 2
3	WORLD OF WARCRAFT: MISTS OF PANDARIA EXPANSION PACK
4	THE SIMS 3
5	STAR WARS: THE OLD REPUBLIC
6	THE SIMS 3: SUPERNATURAL EXPANSION PACK
7	ELDER SCROLLS V: SKYRIM
8	THE SIMS 3 SEASONS EXPANSION PACK
9	WORLD OF WARCRAFT: BATTLE CHEST
10	STARCRAFT II: WINGS OF LIBERTY
11	AMAZING HIDDEN OBJECT GAMES 3 PACK
12	THE SIMS 3: PETS
13	MASS EFFECT 3
14	THE SIMS 3: SHOWTIME EXPANSION PACK
15	DIABLO BATTLE CHEST
16	BATTLEFIELD 3
17	THE SIMS 3: MASTER SUITE STUFF
18	THE SIMS 3: LATE NIGHT EXPANSION PACK
19	CIVILIZATION V
20	THE SIMS 3: GENERATIONS

Source: The NPD Group/Retail Tracking Service

Kuvio 5. Parhaiten myyneet PC-pelit vuonna 2012 Yhdysvalloissa (theesa.com)

Kuvioista 4 ja 5 huomataan, että vuonna 2012 myyntilastojen kärkinimet eivät ole draamattisesti vaihtuneet. Konsolipelipuolella toiminnallisemmat pelit ovat kavunneet kärkisijoille urheilupelien väistyessä. Tämä johtuu toimintapelien budjettien räjähdysmäisestä kasvusta verrattuna vuoteen 2005. Tämä kasvu johtuu suurelta osin tekniikan kehityksestä ja sen myötä graafisen tason ylläpitämiseen vaaditusta työstä. Pelit ovat myös elokuvamaisempia ja niiden tähdiksi palkataan oikeita näyttelijöitä. Suuren budjetin pelit maksavat satoja miljoonia euroja, mutta myös tuottavat paljon enemmän verrattuna vuoden 2005 pelituloihin pelien hintojen kasvaessa.

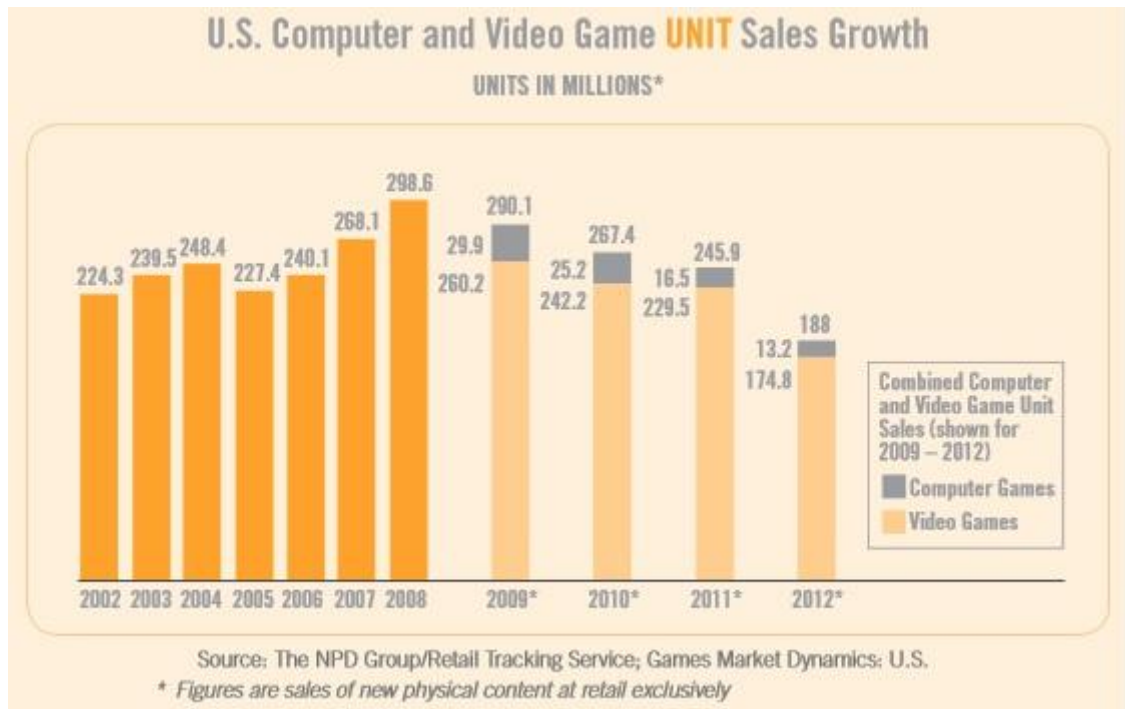
PC-pelien kärkinimien myyntitilasto voi olla harhaanjohtava, koska kuvio kertoo vain fyysisten kopioiden myyntitilaston kärkinimet. Vuonna 2012 digitaalinen jakelu oli jo hyvässä vauhdissa. Digitaalisen jakelun myynnin seuraaminen on vaikeaa, koska esimerkiksi PC-pelien digitaalisen jakelun suurin taho, Steam, ei kerro myyntilukujaan olleenkaan julkisuuteen. On arvioitu, että jo vuonna 2010 48 % PC-peleistä myytiin digitaalista kanavaa pitkin (Meer 2010).



Kuvio 6. Konsoli- ja PC-pelien myynti vuonna 2012 Yhdysvalloissa (theesa.com)

Kuviosta 6 huomataan, että pelien kokonaismyynti on kasvanut räjähdysmäisesti vuodesta 2007 lähtien peliharrastuksen yleistyessä koko kansan keskuuteen. PC-pelien digitaalinen myynti alkoi vasta vuoden 2008 tienoilla kasvaa suuresti Steaminkin kautta. Konsolipuolella (kuviossa 6 Video Games) digitaalinen jakelu on vielä alkutaipaleella DLC-lisäsisällön ja pienempien ilmaispelien muodossa. Juuri ilmestynyt uusi konsolisukupolvi yrittää ottaa PC:n kiinni digitaalisessa jakelussa.

PC-pelien digitaalinen jakelu hallitsee tällä hetkellä markkinoita ja on selvästi vaikuttanut pelien kivijalkakauppaan ja trendi jatkuu voimakkaana. Pelikaupoissa PC-peleille varattu hyllytila pienenee koko ajan, koska kuluttajat ovat siirtyneet niin suurella määrällä digitaalisen jakelun pariin. Konsoleissa samaa ilmiötä ei ole vielä havaittu, joten pelikauppoja ja -divareita löytyy vielä.



Kuvio 7. Konsoli- ja PC-pelien myynti kappaleittain vuonna 2012 Yhdysvalloissa (thesa.com)

Kuten kuvio 7 käy ilmi, että pelien fyysisten kopioiden myynti on roimasti laske-
maan päin. Tähän pääsyytä on yksin digitaalinen jakelu. Varsinkin PC-pelien fyysinen
myynti Yhdysvalloissa on romahtanut vuoden 2009 29,9 miljoonasta kappaleesta vain
13,2 miljoonaan kappaleeseen kolmessa vuodessa. Yhdysvaltojen myyntitilastoja voi-
daan pitää mallina ainakin Euroopan pelimyyntille. PC-pelien kokonaisyntiä on vai-
kea hahmottaa nykypäivänä, koska läheskään kaikki alan toimijat eivät julkaise ollen-
kaan digitaalisia myyntitilastojaan.

5 PC-pelien digitaalisen jakelun kanavat ja palveluntarjoajat

Tällä hetkellä suurimmat ja näkyvimvät toimijat ovat Valven Steam ja Electronic Arts:n Origin, koska ne ovat suoraan tietokoneelle asennettavia palveluita, joita pelaaja tarvitsee halutessaan pelata niihin liitettyjä pelejä. Muita suuria varteenotettavia toimijoita ovat muun muassa Gamersgate, Good Old Games ja Blizzard.

5.1 Steam

Digitaalisen PC-jakelun jättiläinen on Steam, jonka perusti vuonna 2002 muun muassa Half-Lifen julkaissut Valve. Steam on roolimalli muille alan toimijoille, sillä sen pelivalikoima on valtava ja valikoima kasvaa kiihtyvällä vauhdilla. Uusin aluevaltaus on Mac-pelit. Arvioiden mukaan Steamin osuus digitaalisesta PC-pelien jakelusta on häkellyttävät 70 prosenttia, mutta tämä on vain arviota, koska Steam ei julkista tarkkoja myyntilukujaan. Steam on kuitenkin suurin toimija markkinoilla ja sillä on käytännössä lähes monopoliasema. Voidaankin sanoa, että yksinomaan Steam pelasti PC-pelaamisen sen kultakauden loputtua. Ennen Steamin esiintuloa ennustettiin jopa PC-pelaamisen totaalista kuolemista.

Jotain Steamin suosiosta nykypäivänä kertoo se, että se sai marraskuun 2013 ja tammi-kuun 2014 välisenä aikana 10 miljoonaa uutta käyttäjää kasvattaen kokonaiskäyttäjälukunsa 75 miljoonaan. Myös Steamin mobiiliapplikaatio on suosittu, se on kerännyt seitsemän miljoonaa käyttäjää. (Gareffa, 2014)

Steam on ilmainen palvelu, joka vaatii oman asiakasohjelman (kuvio 8). Steam tarjoaa pelimyynnin lisäksi ilmaisen moninpeliportaalin ja siihen kuuluvat pelien sisäiset saavutukset ja tulokset ja yhteisöpalvelut. Yhteisöpalvelut ovat laajentuneet voimakkaasti, tänä päivänä ne sisältävät käyttäjien tekemiä videoita, oppaita, kuvankaappauksia, pelisuosituksia, taideteoksia, arvosteluita ja monia muita ominaisuuksia mitä peleissä tarvitsee ollakseen vuorovaikutuksessa muihin pelaajiin. Nykyään Steam myös sisältää eräänlaisen varmuuskopioinnin, minkä takia yhä useampi tavallisesta kaupasta ostettu peli vaatii Steamin asennuksen. Jos ostat pelin kaupasta ja levy vaurioituu, se ei haittaa,

koska pelin voi ladata ilmaiseksi Steamistä olettaen, että kyseisen pelin peliavain on tallessa.

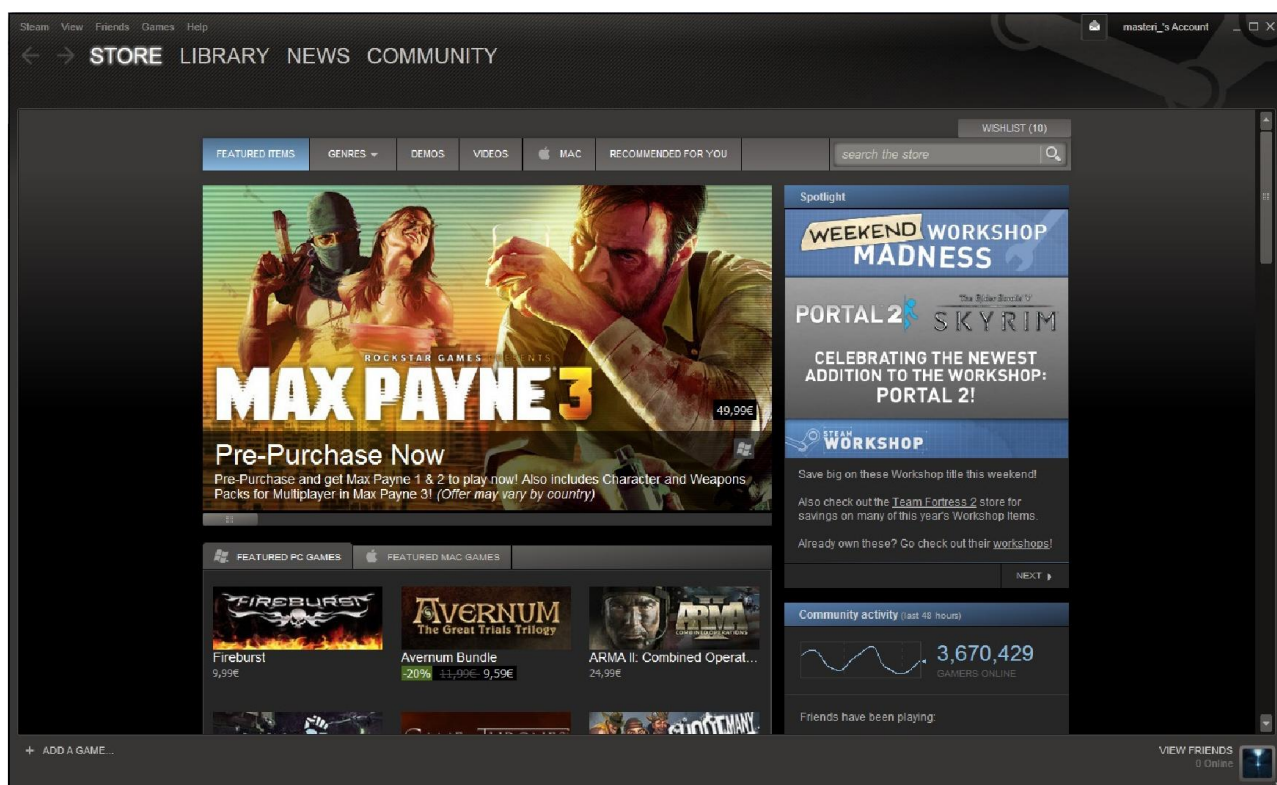
Steam tekee PC-pelaamisesta helppoa: se asentaa pelin automaattisesti ja myös päivittää ne uusimpiin versioihin automaattisesti. Jos peli jostain syystä ei toimi, mikä on tosin harvinaista, Steamin omilta pelikohtaisilta keskustelupalstoilta yleensä saa vastauksen nopeasti. Jos nettiyhteys on poikki, asennettuja pelejä voi silti pelata, jos itse peli ei vaadi nettiyhteyttä (yksinpelit yms.). Steamiin voi myös lisätä sellaisia ulkopuolisia pelejä, jotka eivät tue sitä. Tällöin pelaaja saa käyttöönsä esimerkiksi Steamin pikaviestinnän pelatessaan Steamin ulkopuolista peliä. (Honkala 2010, 22-25)

Steam myös kerää tietoa pelaajistaan, heidän omalla luvallaan tietenkin. Steamin omilta sivuilta voi käydä kuka tahansa tarkistamassa minkälainen on keskiverto tietokone, jolla pelaaja pelaa Steamin kautta pelejä. Tietoja kerätään niin PC:n prosessorien ytimien lukumäärästä kuin pelaajan käyttöjärjestelmästä ja onko mahdollisesti mikrofoni käytössä. Steam myös julkaisee latausnopeuksia maittain. Suomesta on Steamin kautta ladattu 14.4.2014 mennessä yhteensä 282.7 TB pelejä, keskimääräinen latausnopeus on 12.9 Mbps ja Suomen kautta kulkee 0,8 % Steamin maailmanlaajuisesta tietoliikenteestä. (Valve 2014.)

Steam julkaisee avoimesti käytöstään статистиikoita. Ainoastaan myyntiluvut ovat pysyneet tiukasti salassa tähänkin päivään asti. Steamiä käyttää päivittäin noin seitsemän miljoonaa käyttäjää ja tällä hetkellä suosituin peli on Dota 2, jota pelaa tällä hetkellä noin 600 000 pelaajaa samanaikaisesti. (Valve 2014.)

Ostokset maksetaan rahalla, luottokorteilla tai Paypal-tilillä. Steamin hinnoittelu poikkeaa hieman kivijalkakauppojen tavasta hinnoitella tuotteita. Upouudet pelit maksavat Steamissa ohjehinnan, joka on usein korkeampi kuin kaupasta haettu versio. Kun peli vanhenee hieman, kuvio muuttuu rajusti. Vanhemmat pelit voivat maksaa vain kymmeniä prosentteja kaupan hinnasta. Steam järjestää lyhyin väliajoin suuria ja kuuluisia alennuskampanjoitaan, joissa pelejä myydään polkuhinnoin. Digitaalinen jakelu on kannattavampaa kuin perinteinen kauppa melkein kaikkien osapuolten näkökulmasta. Vain kivijalkakaupat ja perinteiset jälleenmyyjät ovat valittaneet myynnin laskua. Ilman

turhia välikäsiä itse kehittäjä ja julkaisija saavat enemmän voittoa tuotteelleen. Myös kuluttajalle hinta on halvempi kuin kivijalkakaupasta ostettu. Steamin alennukset kääntävät massoittain pelaajia digitaaliseen jakeluun.



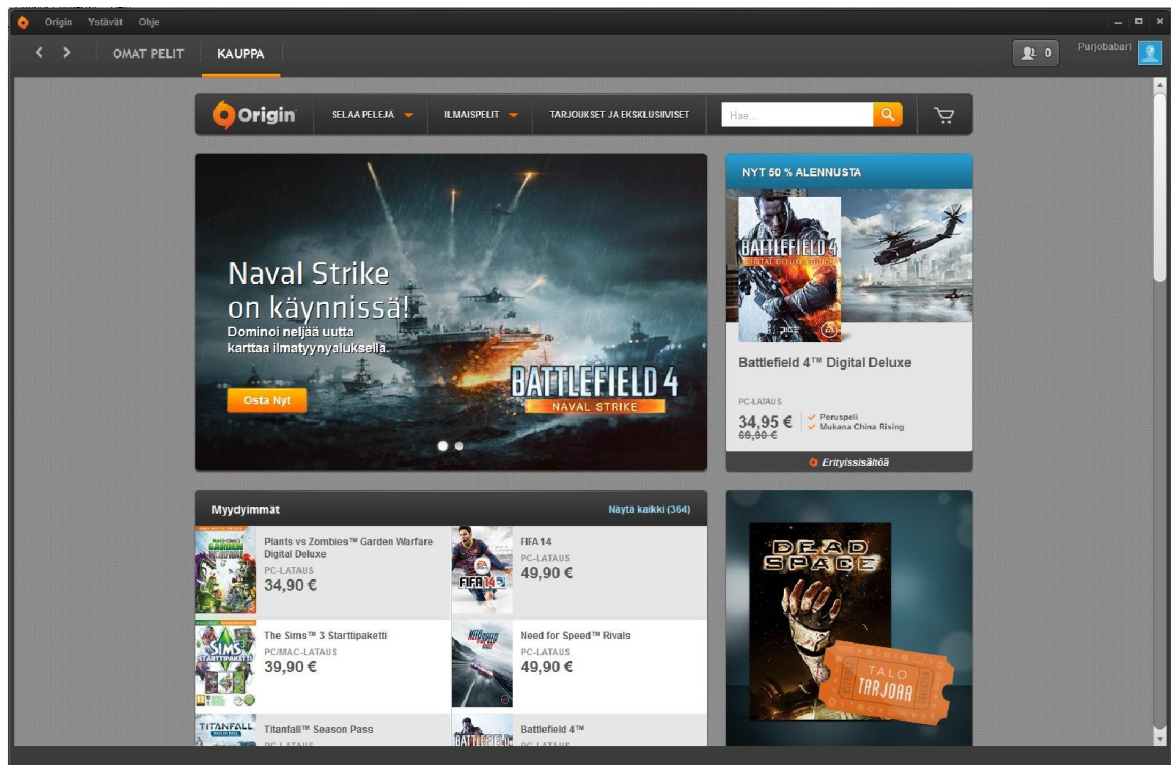
Kuvio 8. Kuvakaappaus Steam-kaupan etusivusta tekijän omalla Windows 7-tietokoneella.

5.2 Origin

Electronic Arts, yksi pelialan suurimmista julkaisijoista, julkisti Origin-palvelunsa vuonna 2011 kilpailemaan kovassa nousussa olevan Steamin kanssa. Origin on suora kilpailija Steamille ja ei edes yritä peitellä sitä. Steamin tapaan Origin on asennettava ensin omalle kotikoneelle, jotta pelejä voi sen kautta ostaa ja pelata. Origin onkin suoranaisesti kopioinut Steamin ominaisuuksia omaan palveluunsa. Electronic Artsilla yrityksenä ei ole paras maine ja se onkin äänestetty monesti Amerikan huonoimmaksi yritykseksi (Makuch 2014). Electronic Arts on pelaajien mukaan rahanahne yritys, joka tekee mahdollisimman vähän mahdollisimman suurella voitolla välittämättä kuluttajasta. Electronic Arts on tunnetusti ostanut pienempiä pelinkehittäjiä ja vain yksinkertaisesti hävittänyt nämä tieltään. Yritys myös satsaa jättimäiset summat mainontaan ja julkaisee kaiken suuremman lisäsisällön peleihinsä maksullisena, joskus jopa heti samana päivänä pelin ilmestyessä (Usher 2012). Tästä syystä Originia ei otettu avosylin vastaan

sen ilmestyessä. Se nähtiin vain rahanahneen yrityksen tuotteena vallata Steamin markkinoita. Tätä vihaa lisäsi myös se, että Electronic Arts veti joitain pelejään pois Steamistä ja julkaisi ne vain omassa Origin-palvelussaan. Sellaiset suuret nimet kuin Battlefield ja Star Wars The Old Republic eivät ollenkaan tulleet Steamiin alkuperäisistä suunnitelmista huolimatta. Battlefieldin vanhempia versioita on vielä saatavilla Steamissa, mutta uusia ei ole vuosiin nähty siellä. Ymmärrettävästi Electronic Arts haluaa pitää omat pelinsä omalla alustallaan, mutta tämä ei palvele pelaajaa tai kilpailua.

Alkuvaikeuksista huolimatta Origin on onnistunut saavuttamaan jalansijan PC-pelien digitaalisessa jakelussa ja syömään osan Steamin hallitsemasta markkinasta. Tämä on onnistunut juuri Electronic Artsin alkuperäisellä taktiikalla eli pitämällä omat julkaisupelinsä vain omalla alustallaan. Jos haluaa pelata Electronic Artsin peliä PC:llä on pakko asentaa Origin vähintään moninpelien ollessa kyseessä. Vanhemmat pelit voivat toimia ilman Originia, mutta kaikki vähänkään uudemmat pelit vaativat sen. Tällöin pelaaja totutetaan alustaan ja sen toimintaan. Sen kautta voi myös tarjota lisäsisältöä ja uusia pelejä uudelle asiakkaalle. Ulkoisesti sovellusalustat eivät eroa toisistaan suuresti, molemmat ovat neutraalin harmaita tai tummia ja heti etusivulla on tarjolla uutuuksia ja tarjouksia kuten kuvioista 8 ja 9 nähdään. Steamillä on kuitenkin enemmän ominaisuuksia tarjolla yläpalkissa.



Kuvio 9. Kuvakaappaus Origin-kaupan etusivusta tekijän omalla Windows 7-tietokoneella.

Origin on vakiinnuttanut asemansa markkinoilla ja Electronic Artsin julkaisemat tilastot puoltavat sitä. Electronic Arts ei julkista myöskään myyntilastojaan tai muitakaan pelitilastoja aktiivisesti, mutta vuonna 2013 se julkaisi tilaston, jonka mukaan Originissa tehtiin 158 952 020 pelien sisäistä saavutusta, 726 858 789 sisään kirjautumista ja pelattiin yhteensä 61 miljardia minuuttia (gamereactor.fi 2014). Vaikka Originin kaupan valikoima ja tekniikka onkin yhä Steamiä kehnompaa, on se tuonut yhden ominaisuuden lisää, jota sen pahimmalla kilpailijalla ei ole. Origin tarjoaa ostotakuuta peleilleen. Se tarkoittaa, että kuluttaja voi peruuttaa tehdyn pelikaupan 24 tunnin sisällä, jos pelin sisältö ei ole miellyttänyt. Takuu koskee kuitenkin vain Electronic Artsin omia pelejä. Tämä on kuitenkin hieno ominaisuus ja kädenojennus kuluttajan suuntaan ja kilpailuvaltti siksi ominaisuus jota Steamillä ei ole. (Mitchell 2014.)

5.3 Gamersgate

Ruotsalaisen Paradoxin operoima Gamersgate on jatkuvasti kasvava digitaalijakelu-kauppa. Paradoxin omien pelien lisäksi valikoimasta löytyy varsin kattava, mutta ei Steamien kokoluokkaa oleva valikoima muiden julkaisijoiden pelejä. Gamersgatessa on

monia julkaisijoita ja pelejä, joita Steamissa ei ole, joten se sopii mainiosti rinnakkaispalveluksi. Päinvastoin kuin Steam, Gamersgate toimii nettiselaimen kautta ja ei vaadi omaa alustaa pelien pelaamiseen. Suomalaisen kannalta Gamersgate saa lisäpisteitä siitä, että muiden maksutapojen lisäksi ostokset voi maksaa myös Nordean verkkopankissa.

5.4 Good Old Games

Vanhoja peliklassikoita myy moni palveluntarjoaja, mutta yksi tekee sen erinomaisesti. Good Old Games tarjoilee menneiden vuosien peliklassikoita halvalla kaikki mahdolliset suojaukset poistettuina. Pelit ovat myös muokattu niin, että ne toimivat suoraan nykyisissä tietokoneissa. Lisäbonuksena peleihin saa kaikkea ilmaista lisämateriaalia digitaalisesta manuaalista ja soundtrackista avatar-kuviin. Kauppa toimii nettiselaimella. Good Old Games on saavuttanut suuren suosion juuri vanhoilla klassikoillaan ja sujuvalla toimivuudellaan. Pelit pyörivät sujuvasti niin vanhoilla kuin uusilla koneilla ja käyttöjärjestelmillä. Pelien ostaminen, asentaminen ja pelaaminen ei vaadi mitään erityistä alustaa.

5.5 Muut palveluntarjoajat

Nykypäivänä melkein jokainen pelinkehittäjä tai -julkaisija tarjoaa omilla nettisivuillaan mahdollisuutta ostaa ja ladata kehittämänsä tai julkaisemansa peli täysin digitaalisesti. Kuluttaja voi siis ostaa pelin monesta eri paikasta, joko pelin omilta sivuilta, Steamistä tai Originista, täysin ulkopuoliselta taholta tai vaikka saada lahjaksi kaveriltaan. Kuluttajan ei tarvitse enää hankkia muuta kuin pelin virallisen uniikin peliavaimen, jolla hän avaa pelin käyttöoikeuden ja pelin voi ladata pelin omilta kotisivuilta suoraan kotikoneelle. Jos peli on Steamissä tai Originissa, niin se yleensä pitää aktivoida erikseen juuri peliavaimella, jotta pelin saa yhdistettyä palveluun. Jos nykypäivänä ostaa peliavaimen ulkopuoliselta taholta ja peli on liitetty Steamiin tai Originiin, sitä ei edes voi pelata ilman kyseistä palvelua. Kilpailutettaessa hintoja, kuluttajan pitääkin olla varuillaan ulkopuolisten huijaussivustojen varalta. Nämä sivustot voivat myydä vääriä peliavaimia. Yleensä hinta on vain kalliimpi Steamissa pelin julkistuksen aikoihin.

6 Digitalisoinnin vaikutukset pelialaan

Pelialaan vaikuttaja ja pelinkehittäjä Jason Rohrer kertoo blogissaan (Rohrer, 2014), että ei aio laittaa seuraavaa peliään alennukseen Steamissa. Alennusmyynti tuo hänen mukaansa liikaa rahaa. Rohrer paljasti Inside Star-filled Sky -räiskintäpelin tuottaneen Steam-avausviikollaan neljäsosan koko elinkaarensa rahoista, seuraavassa alessa kassaan kilisi kymmenesosa, samoin seuraavassa. Alennusten välissä myynti oli käytännössä nollassa. Tilille rapsahti noin 3 000 dollaria aina, kun hän laittoi räiskintänsä Steam-alennukseen. Omalla työllään elävälle pelintekijälle se vastasi kuukauden palkkaa parissa päivässä. (Grönholm 2014.)

Rohrer tiivisti kantansa yhdellä lauseella: alennukset pettävät fanit. Fanit rakastavat pelejä ja odottavat seuraavaa innolla. He haluavat pelit heti niiden ilmestyttyä täydellä hinnalla. Rohrerin mielestä he ovat hölmöjä tehdessään niin, sillä alennukset ovat aina ihan nurkan takana. Hän ei ole täysin väärässä. Alennuksista tuli nopeasti Steamille elinehto ja todennäköisesti tärkein syy, miksi kauppapaikka valtasi käytännössä yksin PC-pelien digitaaliset myyntimarkkinat. Hinnoittelu eroaa suuresti perinteisistä kivijalkakaupoista, ja Steamin massiivisiin joulualennusmyynteihin verrattuna konsolimaailmassa ei ole koskaan nähty yhtään alennusta. Halvimmillaan pelit maksavat Steamissä euroja, kun Microsoft Xboxin Livessä, Sony Playstationin PlaystationNetworkissä ja Nintendo Shopissa jo 10 prosentin alennusta pidetään hyvänä alennuksena. (Rohrer 2014.)

Vuonna 2009 Steamissa oli yksi iso alennusmyynti, seuraavana vuonna jo kolme ja nykyään alennusmyynnit pyörivät käytännössä koko ajan. Massiivisissa joulu- ja kesäalennuksissa hyvää pelattavaa saa enemmän kuin kukaan normaali ihminen ehtii pelata. Rohrer näkee asiassa ongelman, vaikka Steam periaatteessa pelasti pelimaailman luomalla pelintekijöille keinon ansaita menneiden aikojen suurtöillään. Digitaalisen kaupan myötä myynnin häntä piteni parista kuukaudesta vuosiin, mikä tasoittaa tulovirtoja edes vähän. (Grönholm 2014.)

Rohrer antoi blogissaan julkisen lupauksen, että hänen pelinsä eivät enää koskaan ole alennusmyynnissä. Jos johonkin tehdään riittävästi uusia ominaisuuksia, hinta voi jopa

nousta. Hän nostaa esimerkiksi oikeasta tyylistä Markus Perssonin luoman Minecraftin, joka oli sitä halvempi, mitä aikaisemmin pelin osti. Minecraft myy edelleen mielettömän hyvin. (Rohrer 2014.)

Minecraft on kuitenkin ilmiö, josta ei voi vetää yleispäteviä johtopäätöksiä. Ruotsalainen legoleikki nousee kohisten kaikkien aikojen myydyimpien pelien listalla eikä tahti tunnu laantuvan vieläkään. Kolme vuotta sitten ilmestyneen Minecraftin ostaa päivittäin lähes 20 000 ihmistä. Maailma ei tunne toista vastaavaa tapausta, sillä luvusta puuttuvat vielä konsoli- ja mobiilikäännösten myynti. Tosin Rohrer toimii tarkoituksella toisin kuin pelimaailmassa on tapana. Hän ei haaveile miljoonaomaisuudesta, vaan tekee pelejä silkasta luomisen ilosta, kaikki hänen pelinsä saa halutessaan ilmaiseksi. Rohrerin siunauksella jopa. (Grönholm 2014.)

Rohrer näkee itsensä taiteilijana, joka pyrkii laajentamaan ajatusta peleistä, pelaamisesta ja ehkä vähän pelaajistakin. Rohrerin tavoitteena on luoda viihteen sijasta tunteita ja kokemuksia. Idea on kunnioitettava ja Rohrerin yritys hyvä.

Hän on juuri julkaissut The Castle Doctrinen, jonka tavoitteena on aiheuttaa ahdistusta nettipelissä. Tämä voi kuulostaa oudolta, mutta Rohrerin ratkaisu taas on monimutkaisempi. Pelaajat rakentavat talonsa, keräävät sinne aarteita ja yrittävät suojata sen muiden pelaajien ryöstöretkiltä. Idea kääntää tavallaan kääntää pelien perusidean ympäri: mitä enemmän Castle Doctrinea pelaa, sitä enemmän on menettävää. Yleensä peleissä on tapana, että mitä enemmän pelaa, sitä enemmän tavaraa ja taitoja sinulle kertyy. Ja niitä ei oteta sinulta pois. (Rohrer 2014.)

Rohrerin teoksissa ajatus on usein parempi kuin itse lopputuote. Massaviihtheeksi peleistä ei ole, sillä ulkoasu on karu, mekaniikat kasarihenkisiä ja Rohrerin tavoitteiden tunteminen ei paranna kokemusta. Tämä on aika paljon vaadittu yleisöltä, joka on tottunut siihen, että ruudulla pomppii vihreä nuoli näyttämässä oikeaa suuntaa. Taideteoksina ne usein kuulostavat kiinnostavilta, mutta pettävät pelatessa. (Rohrer 2014.)

Valtaosa Steamin alennusmyynneistä ostetuista peleistä jää valitettavasti pelaamatta. Useimmilla on Steam-tilillään satakunta peliä, osaa ei ole edes asennettu ja muutamia

vain kokeiltu. Rohrerin näkemyksen mukaan pelit on tehty koettaviksi. Ikään kuin joku ostaisi Picasson kaikki teokset ja piilottaisi taulut pankkiholviinsa.

Steamin alennusmyynnit ovat melkein kaikkia osapuolia hyödyttäviä. Siinä ei ole häviäjiä, pelaaja voi ostoksellaan tukea pelinkehittäjää, vaikka ei koskaan peliin koskisi-kaan. Jos Steamin alennukset jonkun pettävät niin pelintekijän. Kaikki pelaajat eivät osta ennakkomyynnistä enää täysihintaista odottamaansa peliä, vaan he mieluummin odottavat vähän aikaa, että se tulee alennukseen. Tosin Kickstarter- ja muut alfa-rahoitussysteemit muuttavat kuluttajan suhtautumista ennakkomyyntiin. Jos peli kiinnostaa, kuten vaikka tšekkiläisten fantasiaton Kingdom Come-roolipeli, kuluttaja voi ostaa sian säkissä. Tosin jos lupaukset realistisesta keskiaikaseikkailusta lunastetaan, lopputulos on aika uniikki, vain Mount & Blade -sarja pääsee lähelle.

Pelialan hinnoittelupolitiikka ja myyntitilastot ovat nykyään todella ajankohtaisia, koska moni muukin ala painii samojen ongelmien kanssa kuin pelialakin. Valtaosa pelimaailmassa keksityistä ratkaisuista on melkein sellaisenaan siirrettävissä suoraan vaikkapa lehtialaan. Netissä kaikki tieto haluaa olla vapaata, joten sisällöllä ei voi tienata. Sisällön sijaan pitäisi alkaa myydä palvelua, aivan kuten Valve tekee Steamissä. Käytännössä Steam antaa pelaajille waretajan edut ostajan oikeuksilla. (Grönholm 2014.)

6.1 Vaikutukset kuluttajaan

Digitaalisen jakelun kehitys on vaikuttanut suuresti kuluttajan käyttäytymiseen markkinoilla. Noin 10 vuotta sitten kuluttaja oli tottunut kävelemään kauppaan ja jopa jonottamaan haluamaansa pelituotetta. Nykyäänkin järjestetään pelitapahtumia ja jonotuksia uusien pelien ilmestyessä, mutta ne ovat nykyään enemmänkin sosiaalisia tapahtua kuin pakollisia jonotuksia uuden pelin saamiseksi. Nykypäivänä varsinkin uudet PC-pelin julkaistaan kaikki digitaalisesti samaan kellonaikaan koko maailmassa. Enää ei uutuuspeliä haluavan tavallisen kuluttajan tarvitse jonottaa kylmässä pelikaupan ulkopuolella ja toivoa, että hänellekin riittäisi yksi kappale fyysisiä kopioita.

Nykyajan kuluttaja on tottunut laatuun ja siihen, että kaiken saa omalle kotisohvalle tai -työpöydälle heti, kun hän sen haluaa. Jos suomalainen kuluttaja haluaa jonkun tulossa

olevan pelin, hän tietää milloin se julkaistaan ja hän saa sen juuri samaan aikaan kuin amerikkalaiset toisella puolella valtamerta ja hän tietää myös, että pelikopiot eivät tule loppumaan, vaikka kuinka monta pelaajaa pelin tulisi ostamaan. Usein myös pelin saa ladattua ennakkoon omalle koneelleen, koska pelin omat palvelimet ovat tietenkin ruuhkavaarassa pelin julkaisun aikoihin kaikkien peliavaimen ostaneiden ladataksa peliä omalle kotikoneelleen. Peli sitten aktivoidaan julkaisijan toimesta julkaisupäivänä. Pelin julkaisijan ei kannata investoida suuria summia palvelimiin varautuessaan julkaisupäivän ruuhkiin, koska suurin osa pelaajista osaa varautua ja ovat tottuneet ruuhkahuippuihin. Kaikki pelaajat eivät rynnistä pelaamaan sillä sekunnilla, kun peli avautuu, vaikka iso osa tekee niin kuitenkin. Tämä tietenkin riippuu pelityypistä. Tarinavetoiset yksinpelit eivät vaadi suuria palvelinresursseja, kun taas isot toiminnalliset moninpelit vaativat isompia investointeja palvelimiin, jotta isoille pelaajamäärille saadaan toimitettua tarvittavat resurssit.

Digitaalinen jakelu on myös vaikuttanut kuluttajan tapaan suhtautua pelien hinnoitteluun ja tapaan ostaa pelejä. Varsinkin Steamin ansiosta peruskuluttaja osaa ja tietää, että AAA-luokan pelistä ei enää tarvitse maksaa 50-60 euroa kuin juuri ilmestymisajankohdalla. Pelin voi saada halvemmalla jopa muutaman viikon päästä julkaisusta. Tämän osaltaan mahdollistaa se, että digitaalinen jakelu on hävittänyt yhden välikäden kuluttajan ja pelinkehittäjän välistä halventaen kokonaiskustannuksia ja säästön usein siirtyessä itse pelin loppuhintaan kuluttajalle. Ostaessa tuotteen digitaalisen jakelun kautta ei tuotetta tarvitse myöskään pakata fyysiseen muotoon ja pakettiin julkaisijan toimesta. Ehkä siis tärkeimpänä puolena digitaalisessa jakelussa kuluttajalle on itse lopputuotteen eli pelin halvempi hinta kuin jos sen ostaisi fyysisenä kopiona kivijalkakaupasta.

Digitaalisessa jakelussa kuluttaja määrää ja päättää mitä tahoa ja julkaisijaa haluaa tukea rahallisesti. Saman tuotteen voi saada monesta eri paikasta moneen eri hintaan. Kuluttaja voi periaatteessa ostaa pelin peliavaimen mistä tahansa nettikaupasta, joka sitä myy ja aktivoida sen pelin omilla sivuilla ja ladata joko peli suoraan omalle koneelleen tai peliin liitetyn sovellusalustan, kuten Steam tai Origin, kautta. Pelin ladattavat tiedostot voivat olla isoja, mutta nykyajan nettiyhteyksien kehitys on mahdollistanut sen, että kuluttajan ei tarvitse ladata päiviä haluamaansa peliä. Suomessa suurimmissa kaupungeissa nettioperaattoreiden tällä hetkellä halvin kaapelitalouksiin tarjoama nopeus on

noin 30-50 Mbit/s, joten suurimmissakaan pelipaketeissa ei mene muutamaa tuntia kauempaa. Kuten missä muussa tahansa kaupassa, jossa raha liikkuu, myös pelien digitaalissa jakelussa liikkuu huijareita ja kuluttajan kannattaakin olla varuillaan valitessaan kauppaa, josta pelin peliavaimen ostaa. Jos hinta vaikuttaa uutuuspelille liian alhaiselta epämääräisen oloisessa nettikaupassa, ei ehkä kannata syöttää sinne luottokortin numeroa. Peliavain voi olla väärä tai pahimmassa tapauksessa luottokorttitiedot varastetaan.

Pelin fyysisten elementtien puuttuessa myös tilaa säästyy kuluttajan kotona ja pelien valikoima digitaalisissa kaupoissa on todella laaja vanhoista klassikoista uutuuspeleihin. Jotkut vanhemmat pelaajat ovat nähneet tämän myös huonona puolena, koska ennen PC:n pelijakelun digitalisoitumista pelit julkaistiin hienoissa paketeissa, jotka olivat itsessään jo taideteoksia. Pelien paketteja kerättiin hyllyihin samaan tapaan kuin CD-äänilevyjä tai VHS- ja DVD-elokuvia.

Ilman digitaalista jakelua olisi vaikea kuvitella pelaavansa uudella Windows 7 tai 8 käyttöjärjestelmällä ja uudella tehokkaalla PC:llä vanhaa Baldur's Gate-roolipeliä vuodelta 1998, mutta tänä päivänä kuluttaja voi vain ostaa pelin ja se on päivitetty tai päivittyy automaattisesti valmiiksi toimimaan nykyajan käyttöjärjestelmillä ja tietokonekokoonpanoilla. Jos ennen halusi pelata vähän vanhempaa peliä omalla uudella PC:llään, piti ensiksi opiskella ja selvittää, mitä kaikkea säätöjä pitäisi tehdä, jotta vanha peli olisi edes mahdollista käynnistää omalla koneella.

Steam ja Origin tarjoavat pelialustoillaan laajan valikoiman lisäpalveluita ja -ominaisuuksia itse pelikaupan lisäksi. Ehkä tärkeimpänä näistä on itse pelaajan pelikirjasto, jossa pelialusta säilyttää tiedon pelaajan ostamista tai saamista peleistä. Pelikirjastossa näkyy kaikki pelaajan pelit, myös asentamattomat, ja se on sidottu käyttäjätunnukseen. Steamissä pelikirjastoon voi myös lisätä Steamin ulkopuolisia pelejä, jolloin Steamin muut ominaisuudet voi ottaa käyttöön pelattaessa Steamin ulkopuolista peliä. Pelialustojen toinen tärkeä ominaisuus on pelitallennusten ja -asetuksien automaattinen tallentaminen palveluntarjoajan pilvipalveluun. Tämä tarkoittaa sitä, että vaikka pelaajan oma PC kaatuisi ja peli jouduttaisiin asentamaan uudestaan, pelien omat tallennukset ja muut tiedot säilyvät tallessa pelaajan asentaessa Steamin uudelleen koneelleen ja kirjautuessa samalla käyttäjätunnuksella. Näin Steam ja Origin tarjoavat automaattista var-

muuskopiointia. Muita Steamin tarjoamia ominaisuuksia ovat pikaviestintä pelin aikana muiden Steam-pelaajakavereiden kanssa, VoIP-keskustelut, pelikohtaiset foorumit, pelivideoiden ja -ohjeiden jakaminen muiden pelaajien kanssa, pelisuositukset ja monet muut ominaisuudet. Pelialustat yrittävät siis tarjota pelaajalle mahdollisuutta sosiaalistua muiden pelaajien kanssa vahvasti vaikka olisi yksinpelaaja ja pitäisi vain yksinpeleistä. Pelatessaan yksinpeliä pelaaja voi siis keskustella samaan aikaan kavereidensa kanssa tai jopa puhua mikrofonin välityksellä käyttämällä Steamin VoIP-palvelua, katsoa vinkkejä tai videoita foorumeilta kiperään kohtaan tai vain selata nettiä Steamin sisäänrakennetulla selaimella. Valve (Steamin kehittäjä) onkin ymmärtänyt, että sosiaalisuus on nyt tullut myös PC-maailmaan jäädäkseen. Ennen PC-pelaajat miellettiin yksin kotona istuviksi nörteiksi, jotka pelasivat vain simulaattoreita ja strategiapelejä yksin. Nyt PC-pelaajat ovat ottaneet kiinni yhteisöllisyydessä konsoliveljiään, vaikka he eivät istuisikaan samassa olohuoneessa vierekkäin pelaamassa samalla konsolilla huutaen toisilleen kannustuksia. Nykyajan PC-peli mielletään aivan yhtä moninpelattavaksi kuin konsolipelikin. Moninpeli vain tapahtuu yleensä Internetin välityksellä ja sosiaalinen puoli mikrofonin kautta. (Polanco 2014.)

6.1.1 Omistusoikeus ja DRM

Pelialan digitalisoituminen on muuttanut tapaa, jolla pelit ostetaan ja omistetaan. Kun pelistä ostaa fyysisen kopion, kuluttaja omistaa sen ja saa tehdä sille mitä haluaa. Kuluttajan ostaessa digitaalisen peliavaimen hän ostaa oikeuden digitaaliseen kopioon pelistä. Kuluttaja ostaa oikeuden ladata peli omalle tietokoneelleen. Omistajuusoikeus peliin riippuu paljolti paikasta, josta peliavaimen ostaa. Jos ostaa pelin Steamistä tai Originista, ostan vain käyttöoikeuden peliin vaikka se näkyisikin käyttäjän omassa pelikirjastossa. Kuluttaja siis ostaa vain lainaus- ja käyttöoikeuden peliin. Good Old Games on yksi harvoja suuria toimijoita, jotka eivät vain vuokraa pelioikeuksia. Good Old Games ei pakota sitomaan peliä mihinkään käyttäjätunnukseen tai alustaan. Kun ostat pelin heidän nettikaupastaan, omistat pelin ja saat tehdä sillä mitä haluat. Peli on tietenkin digitaalisessa muodossa ja kuluttajan pitää ladata se Good Old Gamesin palvelimilta, mutta muuten kuluttajalla on täydet oikeudet peliinsä. (Caron 2008.)

DRM eli Digital Rights Management on digitaalisen jakelun myötä tullut tekniikka, jolla julkaisijat pyrkivät estämään laitonta kopiointia ja vahtimaan peliensä oikeuksia ja kennellä on oikeus pelata niitä. DRM yksinkertaisesti tarkoittaa sitä, että käynnistääksesi pelin peli ottaa ensin yhteyttä julkaisijan palvelimeen ja tarkistaa, että juuri sinulla on käyttöoikeus juuri tähän peliin. Tämä tapahtuu myös yksinpelien kohdalla, vaikka nettiyhteyttä ei pidettäisiinkään pelin aikana päällä. Tästä hyvä esimerkki on tuorein Blizzardin Diablo-pelisarjan osa, joka ilmestyi keväällä 2012. Diablon aikaisemmissa osissa oli yksinpeli, jota pystyi pelaamaan täysin ilman Internet-yhteyttä. Tähän uusimpaan Diabloon Blizzard oli pakottanut mukaan DRM:n eli enää ei pystynyt pelaamaan pelkkää yksinpeliä ilman Internet-yhteyttä. Jos halusit edes käynnistää pelin, sinulla täytyi olla nettiyhteys päällä, jotta Blizzardin palvelimet saivat varmistettua, että sinulla todella oli oikeus pelata peliä. Yksinpeliä pystyi edelleen pelaamaan, mutta Internet-yhteys täytyi olla koko ajan päällä. Pelaajat eivät koskaan ole pitäneet ylimääräisistä rajoituksista ja alkuvaikeudet pelin julkaisussa palvelimien kanssa eivät ainakaan auttaneet asiaa. Blizzardin tärkein syy ajaa DRM:ää pelissään oli pelin sisäinen huutokauppa, joka toimi myös oikealla rahalla. Tällöin pelin kokonaisturvallisuus oli julkaisijan käsissä ja palvelinten ja palomuurien takana. (Anthony 2012.)

6.1.2 Laiton lataaminen

Laiton lataaminen eli verkkopiratismi nousi esiin Internetin yleistyessä ja latausnopeuksien kasvaessa. Laiton lataaminen tarkoittaa yksikertaisuudessaan pelin tai minkä tahansa kopiosuojatun materiaalin lataamista Internetistä tai suoraan toiselta käyttäjältä omalle tietokoneelle. Suurin osa laittomasta lataamisesta tapahtuu Torrent-verkoston kautta. Torrent-verkossa käyttäjät lähettävät ja lataavat pieniä osia tiedostoista toisilta käyttäjiltä kunnes tiedosto on valmis. Ladatessaan tiedostoa, käyttäjä lähettää sitä samalla eteenpäin toisille käyttäjille.

PC-pelaamisen ennustettiin kuolevan ennen kuin digitaalinen jakelu ja Steam tulivat suuren kansan tietoon. Yksi näistä syistä oli verkkopiratismi. Internet-yhteydet olivat jo 2000-luvun alussa hyvässä kehitysvaiheessa ja kuluttajan oli helppo ladata omalle tietokoneelleen Torrent-ohjelma ja etsiä oikea Torrent-tiedosto haluamalleen pelille tai elokuvalle. Tämä kuulosti paljon helpommalta ja halvemmalta (ilmaiselta) kuin kävellä

kivijalkakauppaan ja ostaa pelistä tai elokuvasta fyysinen kopio. Laiton lataaminen on laitonta ja rangaistavaa, mutta sitä on vaikea valvoa ja rangaista, koska käyttäjät periaatteessa lähettävät tiedostoja toisilleen ja näin rikkovat lakia. Torrent-tiedostoja välittävät nettisivut onkin helpompi saada vastuuseen ja Ruotsissa suuri PirateBay-sivusto saatettiin oikeuden eteen ja tuomittiin pitkiin vankeus- ja vahingonkorvaustuomioihin (Laitila 2012). Tämä ei ole hidastanut PirateBay-sivuston toimintaa ja se toimiikin kuten ennenkin. Suomessakin on päädytty niinkin äärimmäiseen ratkaisuun kuin palveluntarjoajien asettamaan estoon, jotta käyttäjät eivät pääse PirateBay:n sivulle. Tämä on kuitenkin todella helppo kiertää ja Google.fi:n ensimmäinen hakusana PirateBay:lle on kuinka eston voi kiertää.

Digitaalinen jakelu on osaltaan pelastanut PC-pelaamisen, koska se tarjoaa laillisen vaihtoehdon verkkopiratismille. Kuluttaja pystyy samaan tapaan saamaan haluamansa tuotteen omalle tietokoneelleen omalta kotisohvalta ilman matkaa kauppaan tai suurempaa odottelua, laillisesti. Kuluttaja saakin verkkopiraatin edut ja oikeudet täysin laillisesti maksaessaan tuotteesta. Digitaalinen jakelu kannustaakin kuluttajaa toimimaan laillisesti. Kuluttajan ei tarvitse ruveta opettelemaan verkkopiratismiin saloja, kuluttaja saa juuri sen tuotteen mistä on maksanut ja kuluttajan ei tarvitse pelätä viruksia tai haittaohjelmia eikä sitä, että poliisi kolkuttaisi huomenna ovelle vaaten tietokonetta. Tavallinen pelaaja on nykypäivänä valvettuneempi laittomasta lataamisesta ja miten siitä voidaan rangaista. (Danaher, Dhanasobhon, Smith, Telang 2010.)

6.2 Vaikutukset pelinkehittäjään

Pelinkehittäjät ovat ottaneet digitaalisen jakelun avosylin vastaan. Digitalisoitumisen myötä pelinkehittäjä voi olla myös samalla pelijulkaisija, koska tänä päivänä ei ole enää selvää linjausta, että mitä kautta kuluttaja saa tuotteen pelinkehittäjältä. Pelinkehittäjät eivät ole enää sidottuja yhteen julkaisijaan kerrallaan tai julkaisijaan ollenkaan. Ennen digitaalista jakelua, jos pelinkehittäjä halusi saada tuotteensa vähänkään suuremmille markkinoille, kehittäjän oli pakko solmia levitys- ja julkaisusopimus jonkun suuren pelijulkaisijan kanssa, kuten Electronic Arts, Ubisoft tai Microsoft. Pienillä peliyrityksillä ei ollut varaa suuriin mainoskampanjoihin tai massamonistuksiin jota ennen tarvittiin, jotta saatiin tuote kuluttajan tietoisuuteen ja saataville kivijalkakauppoihin.

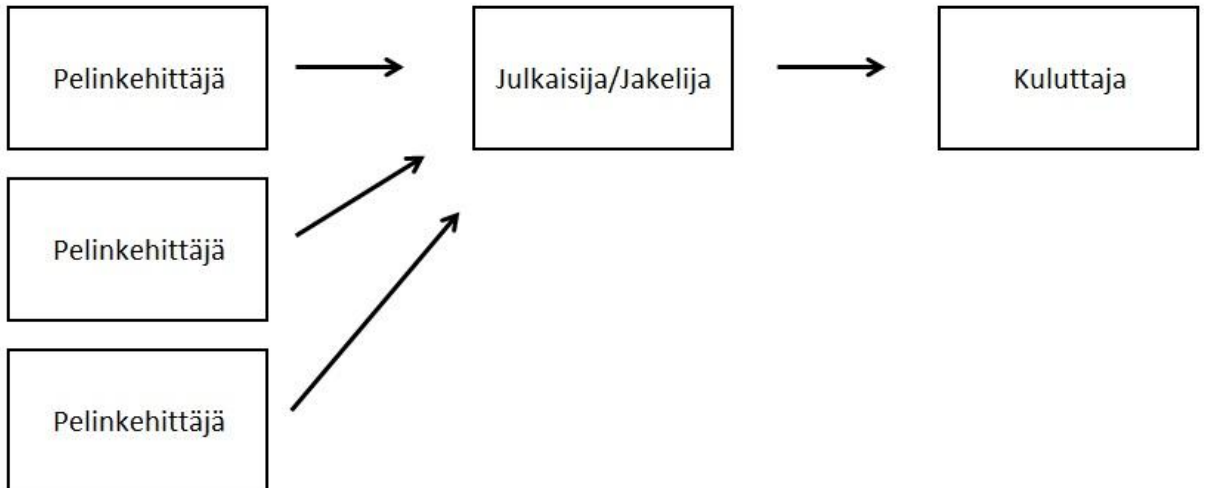
Tavanomainen jakelukanava



Suoraan kuluttajalle



Pelinkehittäjältä jakelualustalle/sivustolle (Esimerkiksi Steam)



Kuvio 10. Jakelukanavat pelinkehittäjältä kuluttajalle.

Kuviossa 10 nähdään tämän päivän jakeluketjut pelinkehittäjältä kuluttajalle. Pelien jakelu digitaalisesti on mahdollistanut pelinkehittäjälle monipuoliset kanavat ja keinot saada tuotteensa kuluttajan tietoon ja saataville. Pelinkehittäjä voi jakaa omaa peliänsä vaikka omilla Internet-sivuillaan ilman mitään muita välikäsiä saaden kaiken tuoton työstään. Pelaaja ostaa pelin tai peliavaimen sivuilta ja lataa sen suoraan sivuilta omalle koneelleen. Pelinkehittäjän tarvitsee vain ylläpitää palvelimia ja yhteyksiä, joilla peli jaetaan kuluttajalle. Pelinkehittäjä voi myös valita jonkun jakelu- tai julkaisijatahon, joka levittää peliä julkaisijan puolesta. Tällöin tietenkin osa tuotosta menee jakelutaholle, mutta pelinkehittäjä saa mainosta ja paljon paremmat välineet pelin levitykseen ja kuluttajien kanssakäymiseen.

Pelin jakaminen digitaalista kanavaa käyttäen on myös mahdollistanut pelin julkaisemisen tai myyntiin laittamisen jo aikaisessa kehitysversiona. Tällaisia pelinkehittäjiä sanotaan Indie-pelinkehittäjiksi, koska he kehittäjat peliä ilman julkaisijan taloudellista tukea.

Idea pelin julkaisemisessa aikaisessa kehitysversiona on rahallisen tuen saaminen ja kuluttajan kiinnostuksen herättäminen. Pelinkehittäjä voi esimerkiksi laittaa omasta pelistään varhaisen alpha-version myyntiin ja pelaaja voi näin tukea rahallisesti odotta- maansa peliä jo ennen kuin se on valmis. Yleensä porkkanana tällaisessa mallissa on se, että ostettuaan pelin aikaisessa kehitysvaiheessa, pelaaja saa koko pelin ja kaiken tule- vaisuudessa julkaistavan sisällön siihen samalla hinnalla kuin mitä maksoi pelin kehitys- vaiheessa. Ainoa vaara tällaisessa rahoitusmallissa on se, että pelistä ei koskaan julkais- takaan lopullista versiota ja kuluttajalle jää vain käteen pelin aikainen kehitysversio. Jos pelinkehittäjä on sitoutunut kehittämään peliä ja kuluttajat haluavat tukea sitä, kaikki osapuolet hyötyvät alpha-rahoitusmallista. Pelinkehittäjä saa rahallista tukea jo ennen julkaisua ja todella arvokasta palautetta pelaajilta heidän pelatessaan keskeneräistä peliä. Pelaajat hyötyvät saadessaan haluamastaan pelistä jo aikaisen kehitysversion, saadessaan tukea haluamaansa Indie-pelinkehittäjää, ja saadessaan koko pelin halvempaan hintaan alpha-vaiheessa kuin julkaisupäivänä.

Ehkä tunnetuin ja paras esimerkki Indie-rahoituksen menestyksestä on ruotsalaisen Markus ”Notch” Perssonin Minecraft-peli. Minecraftin idea on mitä yksinkertaisin: hiekkalaatikko, missä ei ole mitään muuta päämäärää kuin selvitä öisin luonnon vaaroil- ta. Kaikki muu tekeminen ja päämäärä on pelaajan korvien välissä. Mitään tavoitteita ja tilastoja ei ole. Minecraft on kuin virtuaalinen hiekkalaatikko legopalikoilla. Ja pelaajat rakastuivat tähän ensisilmäyksellä. Minecraft tuli myyntiin alpha-versiona vuonna 2010 hintaan 10 € ja tänä päivänä se on yksi maailman myydyimmistä peleistä yli 42 miljoon- nan kappaleen myynnillä. Minecraft on levinnyt PC:ltä konsoleille ja mobiililaitteille hinnan vaihdellessa viidestä eurosta 20 euroon. Minecraft on ilmiö, jonka vain digitaalinen jakelu on mahdollistanut. (Burke 2014.)

Kuluttajat tukevat mieluummin pientä persoonallista pelinkehittäjää kuin suurta kasvo- tonta suuryritystä, joka haluaa vain tehdä rahaa peleillä. Pienien peliyritysten mielessä on harvemmin ensimmäisenä raha ja taloudellinen menestys. Myös Valve on havahtu- nut Indie-pelien suosioon ja onkin lisännyt Steam-alustaansa Steam Greenlight-osion. Greenlightin idea on se, että kuka tahansa voi laittaa sinne tekemänsä pelin, oli se sitten iso kolmiulotteinen toimintapeli tai pieni tekstipohjainen seikkailupeli. Greenlightissa pelaajat itse äänestävät mitkä pelit ansaitsevat päästä Steamin julkiseen kauppaan ja

mitkä eivät ole sen arvoisia, ainakaan vielä. Pelin ei tarvitse olla valmis tai edes pelikunnossa vaan riittää, että pelin idea on hyvä ja pelistä saa riittävästä tietoa esimerkiksi kuvakaappauksia, videon ja julisteen. Greenlightin idea on mainio ja se palveleekin kaikkia osapuolia. Pelintekijät saavat ilmaista mainosta ja pääsevät ehkä jopa Steamiin myyntiin. Pelaajat taas saavat vallan päättää minkälaisia pelejä he haluavat pelata ja ehdottaa kehitysideoita pelinkehittäjälle. Steamistä pystyy nykyään myös ostamaan suoraan pelien kehitysversioita samaan tapaan kuin pelin omalta sivulta ja saada ne näin jo pelattavaksi kehitysvaiheessa alennettuun hintaan. (Valve 2014.)

Tietenkään läheskään kaikki peli-ideat eivät tuota Minecraftin kaltaista menestystä ja Kickstarter- ja Steam Greenlight-kanavat ovat täynnä huonoja pelejä ja jopa rahastusyrityksiä. Jos peliyrityksellä on hyvä peli-idea, mutta ei pääomaa tai resursseja sen toteuttamiseen, on tänäkin päivänä järkevä vaihtoehto yrittää esittää ideansa ja tehdä sopimus jonkun suuren pelijulkaisijan kanssa. Tällöin ehkä taiteellinen vapaus voi kärsiä, mutta taloudelliset avut ovat kunnossa.

6.3 Vaikutukset julkaisijaan

Pelijulkaisijat ja kivijalkakaupat on pakotettu PC-pelien digitaalisen jakelun myötä ajattelemaan uudelleen strategioitaan. Kivijalkakaupat ovat huomanneet PC-pelien siirtymisen kovaa vauhtia täysin digitaaliseen jakeluun ja karsineet PC-pelejä valikoimistaan ja keskittyen konsolipeleihin (Castele 2014). Pelijulkaisijat taas ovat yrittäneet sopeutua ja keksiä uusia ansaintamalleja Kickstart-projektien ja indie-pelien kasvattaessa suosiotaan. Yhä useampi pelinkehittäjä julkaisee omat pelinsä digitaalisesti karsien pelijulkaisijan kuluttajan ja pelinkehittäjän välistä.

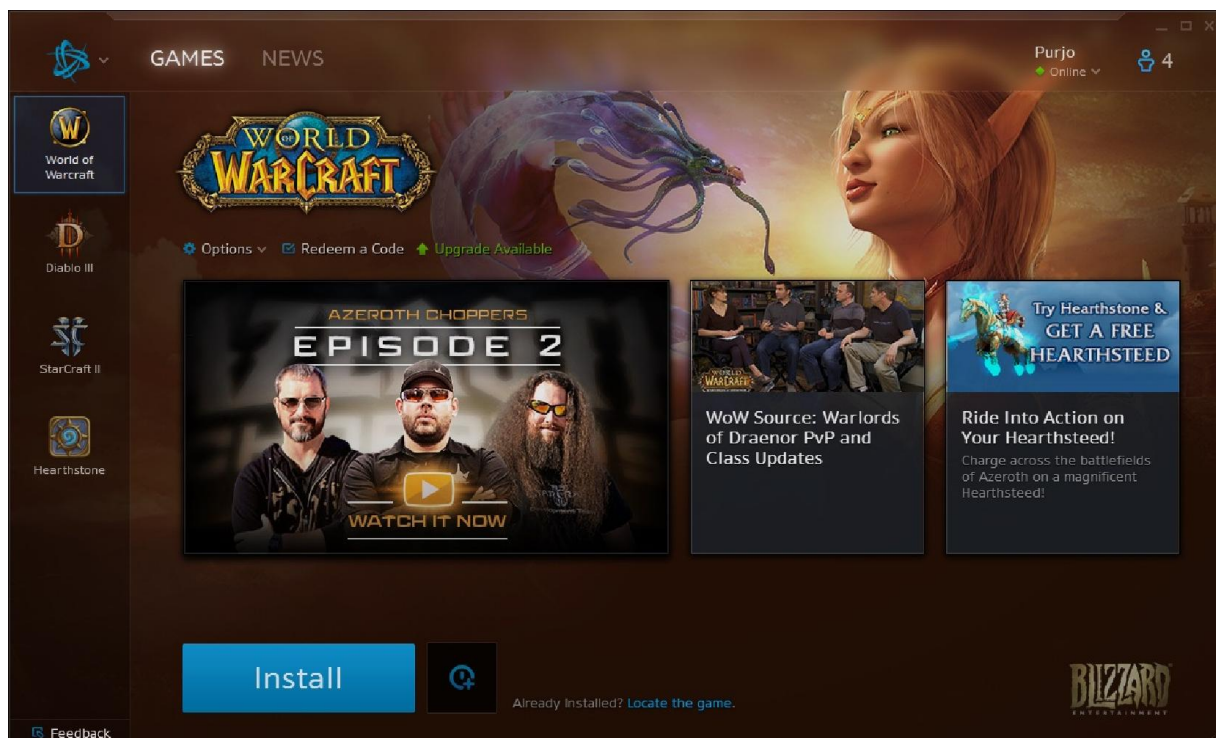
Suuren luokan budjetin AAA-luokan pelisarjat, jotka ilmestyvät kaikille suurille pelikonsoleille ja PC:lle, kuten Assassin's Creed-, Call of Duty- ja GTA-pelisarjat tulevat aina tarvitsemaan julkaisijaosapuolen, koska näiden pelisarjojen tuotantokustannukset ovat niin suuret tänä päivänä, että yksikään yksittäinen pelinkehittäjä ei pysty niihin vastaamaan. Näiden isojen pelisarjojen omistajat ovatkin hankkineet ja palkanneet pelintekijät omille palkkalistoilleen tekemään näitä pelisarjoja vuodesta toiseen. Pelintekijät ovat sulautuneet osaksi julkaisijaa. Kivijalkakaupan ja muiden fyysisten välikäsien puut-

tueissa myös pelijulkaisijan loppuhinta halpenee ja tämä säästö voidaankin usein siirtää loppuhintaan kuluttajalla joka taas lisää kokonaisuutta.

Toiset pelintekijät ja -julkaisijat ovat keksineet uusia ansaintamuotoja. Riot Games julkaisi vuonna 2009 pelin League of Legends. Peli oli suora kopio vanhasta, mutta suosittu Warcraft 3-modista Defense of The Ancients. League of Legends on ilmainen peli, jota kuka tahansa voi pelata vain rekisteröitymällä pelin sivuilla. Pelin ansaintamalli on Free2Play ja peliä voi pelata ja menestyä käyttämättä senttiäkään peliin. Tämän mallin idea on se, että itse peli on ilmainen kaikille, mutta lisäsisällöstä täytyy maksaa rahalla. Free2Play pelien suurena vaarana on se, että rahalla saa epäreilun edun muihin peleihin verrattuna. League of Legends:n Free2Play on tehty erinomaisesti ja mallikkaasti. Rahalla ei saa ostettua kuin pelkästään visuaalisia uusia ulkomuotoja hahmoille ja pieniä aikoja säästäviä tehokkuuslisäyksiä. Kun pelissä pääsee maksimitasolle, kaikki pelaajat ovat samalla viivalla varallisuudesta riippumatta. Tämän mallin ansiosta League of Legends on noussut yhdeksi kilpapeliamisen johtotähteksi ja sen liikevaihto oli viime vuonna 624 miljoonaa dollaria (Maiberg 2014). Viime vuonna Riot Games jakoi League of Legends:n kilpaturnauksissa yhteensä kahdeksan miljoonaa dollaria maailmanlaajuisesti palkintorahoina pelaajille (Gamespot 2014). Mistään pienestä yrityksestä ja pelistä ei siis ole kysymys vaikka itse peli on täysin ilmainen pelaajille. Free2Play onnistuu silloin, kun pelaajaa ei pakoteta ostamaan rahalla mitään, mutta kannustetaan tukemaan peliä saamalla esimerkiksi uusia visuaalisia herkkuja rahan vastineeksi.

Yksi pelialan ja varsinkin PC-pelialan suurimmista pelintekijöistä ja -julkaisijoista, Blizzard, on onnistunut siinä, missä kukaan muu ei ole. Blizzard kehittää ja julkaisee omat pelinsä, joten kaikki tapahtuu siis oman talon sisällä. Blizzardin suurin peli World of Warcraft on kuukausimaksullinen massiivinen monen pelaajan verkkoroolipeli, jossa pelaaja pelaa tuhansien muiden pelaajien kanssa samassa maailmassa. Pelin pelaaminen maksaa 14 € kuukaudessa ja tällä hetkellä sillä on 7,8 miljoonaa pelaajaa, jotka maksavat joka kuukausi tämän summan pelin pelaamisesta (Karmali 2014.) Korkeimmillaan World of Warcraft:lla oli yli kymmenen miljoonaa pelaajaa (Karmali 2012). Tämän lisäksi Blizzard on ottanut digitaalisen jakelun omakseen ja lanseerannut oman pelialustansa peleilleen. Alusta on nykyään pakko asentaa, jos haluaa pelata mitään Blizzardin pelejä. Kuvioista 11 nähdään, että alusta on vielä alkutekijöissään, mutta sillä pystyy jo

juttelemaan kavereiden kanssa, jotka ovat pelaamassa Blizzardin pelejä ja tarkastamaan uusimmat uutiset. Blizzard on myös ottanut käyttöön Free2Play:n piirteitä kuukausimaksulliseen World of Warcraftiinsa. Peliin voi ostaa lemmikkejä ja erilaista kosmeettista lisäsisältöä rahalla.



Kuvio 11. Kuvakaappaus Blizzardin Launcherista.

7 Tulevaisuudennäkymät

Suomen Pelinkehittäjät ry:n teettämän tutkimuksen mukaan Suomen peliteollisuudella on potentiaalia kehittyä huimaan vauhtia. Vuonna 2008 Suomen peliala työllisti 1 150 henkeä ja liikevaihto suomalaisissa peliyhtiöissä oli 88 miljoonaa euroa. Suomen sisäisten omien markkinoiden pienuuden ja alan globaalin luonteen vuoksi jopa 87 % pelialan Suomalaisesta tuotannosta päätyy vientiin. Suomen Pelinkehittäjät ry:n mukaan pelialalla Suomessa työskentelee vuonna 2020 jo 6600 henkilöä ja liikevaihto on 540 miljoonaa euroa. (Suomen Pelinkehittäjät ry 2010.)

Suomalaisiin menestystarinoihin kuuluu Rovion Angry Birds-tuotesarja ja Supercellin Clash of Clans- ja Hay day-pelit. Kaikki nämä ovat mobiilipelejä, jotka jaetaan kuluttajille digitaalisesti. Pelit ovat myös saatavilla fyysisessä muodossa PC:lle ja konsoleille, mutta niiden myynti on marginaaliluokkaa verrattuna Android- ja iOS-myyntiin.

PC-pelien digitaalisen jakelun tulevaisuus näyttää hyvältä, vaikka PC-kotitietokoneiden myynti on laskenut jopa 11 prosenttia vuosi vuodelta. Tämä on suurestikin mobiililaitteiden kehityksen ja kasvun syytä. Tablettien ja älypuhelimien laskentateho on jo samaa luokkaa kuin halvalla kotitietokoneella tai kannettavalla tietokoneella. Mobiililaitteet myös tyydyttävät tavallisen pelaajan hetkelliset pelitarpeet paljon helpommin kuin vaikeaksi pelikoneeksi mielletty PC. Konsoli pitää käynnistää ensin, kun taas mobiililaitteet voidaan vain ottaa käteen ja parilla napautuksella käynnistää pelin. Gabe Newell, Valven perustajajäsen ja johtohahmo, kertoi Seattlessa tammikuussa 2014, että ei ole huolissaan PC:n myynnin laskusta. Steam kasvaa Newellin mukaan 76 prosenttia vuodesta toiseen. Newell esitteli messuilla tarkemmin Valven ja Steamin seuraavaa siirtoa: Steamboxia. Steambox perustuu Linuxin Debian 'wheezy' (stable 7.1) -jakeluversioon. Steamboxin ajatus ei ole myydä konsolia, vaan jakaa Steam-käyttöjärjestelmä laitevalmistajille, jotka esiasentavat järjestelmän koneisiinsa ja tietokone muuttuu Steambox-konsoliksi. Lähin vastine idealle on mobiilimaailman Android. (Crossley 2013.) (Sinerma 2014.)

Valve ei ole yksinkertaistamassa PC-pelaamista konsolitasolle. Yhden kiinteän laitekokoonpanon sijasta Steamboxista tehdään noin 14 erilaista mallia. Hinnat vaihtelevat

sadan ja kuuden tuhannen dollarin välillä, mikä näkyy myös laitteiden tehoeroissa. Eri kokoonpanojen arvioiminen jää pelaajayhteisön hartioille ja kuinka paljon he ovat valmiita maksamaan Steamboxista. Omasta laitekokoonpanosta voi antaa arvosanan sille kuinka hyvin pelit koneella toimivat. Käyttäjien arvosanoja voi vertailla kokoonpanojen ja pelien suhteen, minkä olisi tarkoitus auttaa ostopäätöksissä. Valve aikoo nopeilla konetehon muutoksilla pysyä kehityksen mukana sekä suorituskyvyssä että valinnanvarassa. Vaikka Steamboxista tulee teoriassa tehokkaampi kuin uusista nykykonsoleista, herää kuluttajalle kysymys, että miksi ostaisi Steamboxin oman kotitietokoneensa rinnalle. Tehokkaan PC:n ostajille Valve tarjoaa olohuoneisiin halpoja Steamboxeja, joille vain lähetetään kuvaa pelitietokoneelta. Idea voi kuulostaa kaukaa haetulta, mutta ei alkuperäinen Steamikään syyttänyt heti PC-pelikansaa. Tänä päivänä se on erottamaton osa PC-pelaamista ja ilman Steamiä PC-pelaamista ei enää ehkä olisi olemassa. (Sinerma 2014.)

Jos konsolisodat ratkeavat pelien määrällä, Valve on jo voittanut ennen ensimmäistä erää. Siinä missä uuden sukupolven konsolit eivät tue vanhoja pelejä, kaikki Steamin pelit tulevat toimimaan Steamboxissa aina ensimmäisestä Counter-Strikesta lähtien. Steamillä on tällä hetkellä valikoimissaan noin 3000 peliä ja lisää tulee koko ajan. Steamboxin julkaisuajankohta on vielä auki, mutta sen sydäntä, Big Picture-moodia pystyy jo kokeilemaan. Jos teknistä taitoa ja kiinnostusta riittää, Steambox-käyttöjärjestelmän saa jo ladattua itselleen beetestaukseen. (Valve 2014.) (Sinerma 2014.)

Digitaalisen jakelun kehitys on vain osa pelialan kehitystä. Kaikki tulee tulevaisuudessa kasvamaan ja viemään enemmän rahaa. Suuren luokan pelit, joilla myydään uusia konsoleita ja parhaita PC-pelikoneita tulevat olemaan yhä elokuvamaisempia, graafisesti vaativampia ja vaativat enemmän ja enemmän markkinointia kilpailun kiristyneessä kuluttajan rahoista. Tekninen kehitys vaikuttaa myös siihen, että pelien vaatimat konetehot kasvavat kasvamistaan. Myös pelien koot tulevat kasvamaan ja täten kiintolevyiltä ja Internet-yhteyksiltä vaaditaan enemmän ja enemmän. Tämä taas vaatii panostusta kuluttajan puolelta ja tiedettävästi suurin osa kuluttajista ei ole valmis päivittämään konsoliaan tai tietokonettaan vuoden välein suurella summalla. Pelintekijöiden ja -julkaisijoiden pitääkin miettiä, mikä on se kultainen keskitie, kun puhutaan pelin budje-

tista, pelin loppuhinnasta ja pelin vaatimasta panostuksesta kuluttajan puolelta. Peli ei tule menestymään, jos sitä voi pelata vain kaikkein tehokkaimmalla ja uusimmalla PC-kokoonpanolla.

Pilvipelaaminen on mahdollisesti yksi PC-pelaamisen muodoista tulevaisuudessa, mutta vielä tänä päivänä se ei ole saavuttanut suurta suosiota teknisten esteiden, kuten palvelinten ylläpidon vaatimien resurssien määrä ja Internet-yhteyksien nopeus. Tämän vuoksi tulevaisuudessa on mahdollista, että käyttäjä ei enää asentaisikaan mitään omalle tietokoneelleen vaan pelaisi vain pilvipalvelun kautta ja kaikki fyysiset tiedostot sijaitsisivat palveluntarjoajan palvelimilla. Vaikka tavallinen käyttäjä ei käyttäisi pilvipalveluita, pelijulkaisijoiden ja ylläpitäjien kustannukset tulevat vain kasvamaan, koska myös vanhojen pelien palvelimia on ylläpidettävä vaikka pelaajamäärät olisivat tippuneetkin julkaisuvuodesta. Vanhempien Battlefield-pelien palvelimia ylläpitävä GameSpy Technology ilmoitti, että se aikoo sulkea palvelimensa, joilla vanhemmat Battlefieldit pyörivät. Näin näiden pelien moninpelaaminen olisi mahdotonta. Electronic Arts omistaa Battlefield-pelien oikeudet ja se onkin ilmoittanut, että työtä tehdään parhaillaan sen eteen, jotta näiden vanhempien Battlefield-pelien kohdalla verkkosota voisi jatkua Origin-palvelun puolella. Näiden vanhempien pelien palvelimien ylläpitäminen maksaa tietenkin rahaa, minkä ei soisi näkyvän kuluttajahinnoissa tulevaisuudessa julkaistavien pelien ja ylläpidettävien palvelimien määrän lisääntyessä. (Corriera 2014.)

PC-pelien digitaalisen jakelun myötä Indie-pelit ovat nousseet suosioon kuluttajien keskuudessa ja tulevat olemaan myös tulevaisuudessa. Tähän syytä ovat pelien yleensä halvempi hinta verrattuna AAA-peleihin, pelinkehittäjän tukeminen suoraan ja uudet ideat. Nykypäivänä onkin trendinä suurilla julkaisijoilla luottaa siihen tuttuun turvalliseen rahaa tuovaan merkkiin ja pakata se vain vähän hienompaan pakettiin graafisesti. Tämä on johtanut pelien tasapaksuuteen ja toistoon. Indie-pelit ovat vastanneet tähän ja kansa on huomannut Indie-pelit ja niiden tuoreet ideat.

Otto Korkon opinnäytetyössä teettämässä kyselyssä kysyttiin digitaalisen jakelun tuomia mahdollisuuksia kuluttajalle ja pelinkehittäjälle. Kuluttajanäkökulmasta 44:stä PC-pelaajasta 18 % vastasi pelien alemman hinnoittelun olevan tärkein mahdollisuus digitaalisessa jakelussa. Toiseksi eniten vastauksia keräsi ostamisen helppous, 7 % vastaajis-

ta. Pelinkehittäjälle tärkeintä oli pienten studioiden aseman edistyminen pelialalla (18 % vastaajista) ja jakelukustannusten aleneminen (11 % kyselyyn vastanneitten mielestä). Digitalisoitumisen suurimpina hyötyinä nähdään siis kuluttajahinnan aleneminen ja pienten peliyriyten esiin nouseminen ja tukeminen. (Korko 2013.)

8 Pohdinta

PC-pelaajan ja kuluttajan näkökulmasta digitaalinen jakelu on muuttanut pysyvästi tapaa ostaa pelejä ja suhtautumistani hinnoitteluun, saatavuuteen ja palvelun laatuun. Steam, Origin ja muut palveluntarjoajat vain hoitavat työnsä niin sujuvasti ja helposti kuluttajan kannalta, että on vaikea kuvitella palaavansa enää entiseen fyysisen jakelun aikaan. En edes muista milloin olisin ostanut tai tilannut viimeksi fyysisen kopion PC-pelistä tai mistä tahansa muustakaan digitaalisesta viihdetuotteesta. On vain niin paljon helpompaa istua omalla koneella ja valita (yleensä) halvempia tuotteita Internetistä ja ladata ne omalle tietokoneelleen nopealla Internet-yhteydellä. Pelikirjastoni Steamissä on täysin digitaalinen ja olen jopa valmis maksamaan jo omistamistani vanhemmista peleistä, jotta saisin ne Steamiin muiden pelien joukkoon päivitettyinä toimimaan tämän päivän tietokoneella ilman ylimääräistä säätöä. Vanhempien pelien hienot laatikot ja ulkokuoret saavat toimia nostalgiahetkinä kirjahyllyssä.

Ymmärrän myös kritisoijien kannan digitalisoinnin uhista PC-pelialalle. Steamin monopoliasema ja fyysisten kopioiden väheneminen kaupoista ei edistä kilpailua ja voi olla pitkällä tähtäimellä jopa pahaksi alalle. Jatkuva palvelinten ylläpito, yhteyksien nopeuksien ja kiintolevyjen kasvaminen nostavat kustannuksia, jotka voivat näkyä kuluttajahinnassa. Tätä ei kuitenkaan vielä ole havaittavissa. Uudet PC-pelit maksavat digitaali-kaupoissa ohjehinnan vain hetken julkaisun aikaan ja myynnistä riippuen laskevat nopeasti fyysisten kopioiden hinnan alle. Omistajuusoikeus on myös yksi kiistanalainen asia, koska jos esimerkiksi Steam joskus lopettaa toimintansa, kaikki pelaajien pelit lakkaavat toimimasta, koska Steam omistaa kaikki sen valikoimissa olevat pelit. Pelaajat vain ostavat oikeuden pelata pelin kopiota. Tähän pitää tulevaisuudessa varsinkin päätäjien ja lakiasiantuntijoiden kiinnittää huomiota, jotta kuluttajien oikeudet turvataan.

PC-pelien digitaalisen jakelun kehitys on ollut merkittävää koko alan kannalta ja tulee olemaan myös tulevaisuudessa. Kaikkein eniten digitaalinen jakelu on auttanut pieniä pelintekijöitä, indie-kehittäjiä ja näiden kautta itse kuluttajaa. Ilman digitaalista jakelua ei päivänvaloa olisi nähneet sellaiset suuret menestystuotteet kuten Minecraft ja DayZ. DayZ oli alunperin pelaajavoimin tehty Arma 2:n ilmainen lisäosa, joka kohosi suosioon ja tämän seurauksena Arma 2:n myynti kohosi Steamin kärkisijoille. DayZ:stä

on julkaistu itsenäinen peli, joka on myynyt jo kaksi miljoonaa kappaletta vaikka peli on vielä alpha-vaiheessa. Tämä menestys on siis suurilta osin digitaalisen jakelun ansiota, koska peli saadaan näin aikaisin suuren yleisön tietoisuuteen. Ilman digitaalista jakelua, pelaajien rakastamat ja rahallisesti tukemat Minecraft ja DayZ olisivat jääneet ehkä toteutumatta. PC-pelien digitaalinen jakelu on vapauttanut pelinkehittäjät pelijulkaisijoiden vaatimuksilta ja rajoituksilta.

Pelijulkaisijat ovat huomanneet kehityksen ja yrittäneet sopeutua uuteen tilanteeseen. Kuluttajasta on tullut yhä vaativampi ja kuluttaja osaa ilmaista, mitä hän haluaa. Free2Play on hyvä esimerkki pelijulkaisijoiden uudesta menestyksekkästä hinnoittelumallista vastata kuluttajien vaatimuksiin. Valven Dota 2 ja Riotin League of Legends ovat hyvin suosittuja ja tuottavat miljoonia pelkästään mainostuloilla ja pelaajien ostamalla digitaalisilla kosmeettisilla avuilla. Jotain näiden kahden pelin suosioista kertoo vuosittaiset mestaruusturnaukset, joissa pelinkehittäjät jakavat miljoonia dollareita palkintorahoina ammattipelaajille. Ilman digitaalista jakelua tämäkin ammattikunta olisi jäänyt paljon pienemmäksi. Pelinkehittäjät ovat ymmärtäneet, että pelaajaa ei voi pakottaa maksamaan täyttä hintaa pelistä, josta kuluttaja on epävarma, mutta pelin pariin voi houkutella ilmaiseksi ja sitten pienillä kerättävillä maksuilla päästä voitolle. Free2Play-rahoitusmuodon on ennustettu yleistyvän voimakkaasti tulevaisuudessa. En kuitenkaan usko, että se tulee koskaan täysin korvaamaan normaalia ansaintamallia.

Uskon, että tulevaisuudessa fyysiset PC-pelit tulevat häviämään kokonaan pelikaupoista ja siirrytään täysin digitaaliseen jakeluun Internetin kehityksen myötä. Tähän sisältyy yksi haittapuoli, digitaalisella ajalla ei enää pysty lainaamaan kaverille pelilevyä jota hän haluaisi kokeilla omalla tietokoneellaan. Onneksi Valve on huomannut tämän puutteen Steamboxin ja tulevan Steam Family Share-toiminnolla, jolla voi antaa kaverille oikeuden lainata omia pelejään, kun itse ei pelaa niitä. Digitaalisesti tietenkin. Odotan innolla miten Valven ratkaisu tulee toimimaan ja miten pelaajat ottavat sen ja Steamboxin vastaan. Olisi myös mielenkiintoista nähdä miten digitaalinen jakelu tulee vaikuttamaan konsolimaailmaan. Juuri julkaistujen uuden sukupolven konsolien myötä konsolit ovat ottamassa ensimmäistä suurta askelta kohti digitaalista aikaa pelien jakelussa.

9 Lähteet

Anthony, S. 2012. Why Diablo 3's always-online DRM is a good thing. Luettavissa: <http://www.extremetech.com/gaming/129688-why-diablo-3s-always-online-drm-is-a-good-thing> Luettu: 26.4.2014.

Burke, S. 2014. Luettavissa: <http://www.gamersnexus.net/news/1308-minecraft-most-selling-game-all-time>. Luettu: 28.4.2014.

Caron, F. 2008. Interview: Good Old Games and the “idiocy” of DRM. Luettavissa: <http://arstechnica.com/gaming/2008/09/idiocy-of-games-drm/> Luettu: 26.4.2014.

Castele, J. 2014. Luettavissa: <http://www.fool.com/investing/general/2014/01/27/why-digital-distribution-wont-kill-gamestop-yet.aspx>. Luettu: 28.4.2014.

Corriera, A. 2014. EA working to keep three older Battlefield titles up after GameSpy server shutdown. Luettavissa: <http://www.polygon.com/2014/4/11/5604232/ea-working-to-keep-three-older-battlefield-titles-up-after-gamespy>. Luettu: 29.4.2014.

Crossley, R. 2013. 'Grim PC decline' not hurting games, says Gabe Newell. Luettavissa: <http://www.computerandvideogames.com/429750/grim-pc-decline-not-hurting-games-says-gabe-newell/> Luettu: 29.4.2014.

Danaher, B., Dhanasobhon, S., Smith, M., Telang, R. 2010. Luettavissa: http://www.heinz.cmu.edu/~rtelang/ms_nbc.pdf. Luettu: 28.4.2014.

Gamereactor.fi 2014. Origin 2013: The year in review. Luettavissa: http://www.gamereactor.fi/media/05/originissapelattiinyli_1040594.jpg. Luettu 22.3.2014.

Gamespot, 2013. Luettavissa: <http://www.gamespot.com/articles/league-of-legends-season-3-world-championships-to-be-held-at-staples-center/1100-6411299/>. Luettu: 28.4.2014

Gareffa, A. 2014. Steam announced it gained over 10 million new users in three months. Luettavissa: <http://www.tweaktown.com/news/34888/steam-announced-it-gained-over-10-million-new-users-in-three-months/index.html>. Luettu. 14.4.2014.

Grönholm, T. 2014. Väärin ajateltu. Pelit-lehti, 2, 23.vuosikerta, s. 74.

Honkala, T. 2010. Digitaalinen pelikauppa. Pelit-lehti, 10, 19.vuosikerta, s. 22-25.

Karmali, L. 2012. Luettavissa: <http://www.ign.com/articles/2012/10/04/mists-of-pandaria-pushes-warcraft-subs-over-10-million>. Luettu: 28.4.2014

Karmali, L. 2014. Luettavissa: <http://www.ign.com/articles/2014/02/07/world-of-warcraft-subscriber-numbers-rise-to-78-million>. Luettu: 28.4.2014

Korko, O. 2013. VIDEOPELIALAN DIGITALISOITUMINEN - Fyysinen vai digitaalinen jakelu. Luettavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/67939/Korko_Otto.pdf Luettu: 29.4.2014.

Laitila, T. 2012. Luettavissa: http://fin.afterdawn.com/uutiset/artikkeli.cfm/2012/02/01/pirate_bay-tuomiot_lopullisia_-_yllapitajille_ei_valitusoikeutta. Luettu: 28.4.2014.

Maiberg, E. 2014. Katsottavissa: <http://www.gamespot.com/articles/league-of-legends-revenues-for-2013-total-624-million-update/1100-6417224/>. Luettu: 28.4.2014

Makuch, E. 2014. Electronic Arts is again in the running for "Worst Company in America". Luettavissa: <http://www.gamespot.com/articles/electronic-arts-is-again-in-the-running-for-worst-company-in-america/1100-6418386/>. Luettu 24.4.2014.

- Meer, A. 2010. Wheel! Downloads Now 48% of PC Game Sales. Luettavissa: <http://www.rockpapershotgun.com/2010/07/21/wheel-downloads-now-48-of-pc-game-sales/>. Luettu: 8.3.2014.
- Mitchell, M. 2014. What's the Great Game Guarantee?. Luettavissa: <http://help.ea.com/en/article/what-s-the-great-games-guarantee/>. Luettu 31.3.2014.
- Patterson, P. 2014. SXSW Interactive 2014 Luettavissa: <http://panelpicker.sxsw.com/vote/26297>. Luettu: 26.4.2014.
- Polanco, T. 2014. Looking at the Pros and Cons of an All-Digital Future. Luettavissa: <http://www.dualshockers.com/2014/02/21/looking-at-the-pros-and-cons-of-an-all-digital-future/>. Luettu: 26.4.2014
- Rohrer, J. 2014. Why Rampant Sales are Bad for Players. Luettavissa: http://thecastledoctrine.net/seedBlogs.php?action=display_post&post_id=jasonrohre_r_1389812989_0&show_author=1&show_date=1. Luettu: 14.4.2014.
- Sihvonen T., Mäyrä F. 2009. Pelikulttuuria laboratorioden jättikoneista taskulaitteisiin. Luettavissa: http://pelitieto.net/pelikulttuurien_historiaa/. Luettu: 8.3.2014.
- Sinerma, O. 2014. Poikas' Valvell' on. Pelit-lehti, 3, 23.vuosikerta, s. 66-67.
- Suomen Pelinkehittäjät ry, 2010. Suomen pelitoimialan strategia 2010-2015. Luettavissa: <http://www.neogames.fi/wp-content/uploads/2013/05/Pelistrategia-2010-2015.pdf>. Luettu: 29.4.2014.
- Suominen, J 1999. Elektronisen pelaamisen historiaa lajityyppien kautta tarkasteltuna. Luettavissa: http://www.tuug.fi/~jaakko/tutkimus/jaakko_pelit99.html. Luettu: 25.4.2014.

Theesa. 2006. 2006 Sales, demographic and usage data. Essential Facts about the computer and video game industry. Luettavissa:

http://www.theesa.com/facts/pdfs/esa_ef_2006.pdf. Luettu 10.3.2014.

Theesa. 2013. 2013 Sales, demographic and usage data. Essential Facts about the computer and video game industry. Luettavissa:

http://www.theesa.com/facts/pdfs/esa_ef_2006.pdf. Luettu 10.3.2014.

Usher, W. 2012. Why People Hate EA? Ten Simple Reasons. Luettavissa:

<http://www.cinemablend.com/games/Why-People-Hate-EA-Ten-Simple-Reasons-43696.html>. Luettu: 24.4.2014.

Young, S. 2008. The Golden Age of PC Gaming. Luettavissa:

<http://www.shamusyoung.com/twentsidedtale/?p=1861>. Luettu: 8.3.2014.

Valve. 2014. Steam & Game Stats. Luettavissa:

http://store.steampowered.com/stats/?snr=1_steam_4__110. Luettu 14.4.2014.

Valve. 2014. Steam Greenlight. Luettavissa:

<http://steamcommunity.com/workshop/about/?appid=765§ion=faq>. Luettu: 28.4.2014.

10 Käsitteet

AAA-luokan peli	suurella budjetilla tuotettu peli, joka on usein markkinoitu suurille massoille.
ADSL	verkkokytkintekniikka, jolla on mahdollista siirtää jopa 8 Mb/s tavallista puhelinlinjaa käyttäen.
Alpha-versio	pelin aikainen kehitysversio.
Avatar-kuva	pelaajan tai pelihahmon kuva tai ilmentymä.
Beeta-versio	pelin myöhäinen kehitysversio, ei kuitenkaan valmis tuote.
DLC	itse peliin ladattavaa lisäsisältö tai lisäosa, yleensä maksullista.
DRM	Digital Rights Management, tekniikka, jolla pelinkehittäjä ja/tai -levittäjä pyrkii rajoittamaan tekijänoikeuksien rajoissa pelin pelaamista, tallentamista ja jakamista.
DSL	tietoliikennetekniikka, jolla tietoa siirretään perinteisen langapuhelinverkon kaapelissa.
Free2Play	pelirahoituksen muoto, jossa itse peli on ilmainen, mutta lisäsisällöstä joutuu maksamaan.
FPS	ensimmäisen persoonan ammutapeli, videopeli, jossa peli maailma esitetään pelihahmon näkökulmasta nähtynä.
Indie-pelinkehittäjä	pelinkehittäjä joka toimii ilman julkaisijan taloudellista tukea.
Integroitu mikropiiri	elektroniikan puolijohdekomponentti, johon on integroitu suuri määrä aktiivisia ja usein myös passiivisia elektronisia komponentteja.
ISDN	puhelinverkkojärjestelmä joka on suunniteltu digitaaliseen puheen ja datan siirtoon tavallisissa puhelinlinjoissa.
Kickstarter	uusi pelinrahoituksen muoto, pelinkehittäjä kertoo ideansa ja siihen voi kuka tahansa lahjoittaa rahaa, vastineeksi saa yleensä itse pelin ja lisäsisältöä jos peli koskaan päättyy siihen pisteeseen.
Mikromaksut	yleensä itse pelin sisällä oikealla rahalla kerättäviä pieniä maksuja esimerkiksi paremmasta tavarasta tai uudesta ulkonäöstä pelihahmolle.

Mbps	megabittiä per sekunti.
Mobiiliapplikaatio	kännykkään, tablettiin tai muuhun kannettavaan laitteeseen tarkoitettu sovellus.
Moninpeliportaali	sovellusalusta, jonka kautta pelaajat voivat jutella, jakaa kokemuksiaan ja pelata yhdessä pelejä jotka he omistavat.
Shareware	tietokoneohjelma, joka on ladattavissa ja käytettävissä maksuttomasti.
Soundtrack	pelin ääniraita.
TB	terabitti, 1 TB = 1000 gigabittiä (GB).
Tietokonedemo	tietokoneohjelmana toteutettu reaaliaikainen kuvaa ja ääntä sisältävä esitys.
Torrent	Tapa levittää tiedostoja Internetissä, jokainen torrentin käyttäjä lähettää ja lataa osia tiedostoista toisilta käyttäjiltä.
VoIP	Voice over Internet Protocol, tekniikka jolla ääntä siirretään Internetin välityksellä toiselta käyttäjältä toiselle, esimerkiksi Skype käyttää tätä tekniikkaa.
Warettaja	laittomasti pelejä ja muita materiaaleja lataava ja levittävä yksilö.