

Mikrotransaktiot ilmaisvideopeleissä

Anshelm Laine



Tekijä(t) Anshelm Laine	
Koulutusohjelma Tietojenkäsittelyn tradenomi	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Mikrotransaktiot ilmaisvideopeleissä	Sivu- ja liitesivumäärä 42 + 16
<p>Opinnäytetyössä tarkasteltavana ovat mikrotransaktiot ilmaisvideopeleissä eli F2P-peleissä. Sekä F2P-pelit että niiden rinnalla nousseet mikrotransaktiot ovat kasvaneet 2000-luvulla suureen suosioon. Vuoden 2019 tuottavin yksittäinen videopeli oli F2P-peli, ja mikrotransaktioiden käyttö maksullisissa peleissä on yleistynyt. Aiheen tekee myös ajankohtaiseksi mikrotransaktioiden viime aikoina saama kritiikki ja jopa lainsäädännölliset reaktiot. Loot boxeja on alettu kieltää osassa maista, ja ikärajoituksissa varoitetaan nykyään, jos peli sisältää mikrotransaktioita.</p> <p>Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää loppukäyttäjien, eli pelaajien, suhtautumista mikrotransaktioihin F2P-peleissä. On odotettavissa, että paljon kritiikkiä saaneet loot boxit ja muut uhkapelielementtejä sisältävät mikrotransaktiot saavat pelaajilta negatiivista palautetta, mutta tutkimuksen toivottiin tuovan myös uusia näkökulmia esille.</p> <p>Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvalitatiivinen tutkimus. Teoriaa varten ehdittiin kerätä aihepiiriin tietokirjoja ennen kirjastojen sulkemista, minkä jälkeen tietoperustaa täydennettiin online-lähteillä. Teoria käsittelee F2P-pelejä ja mikrotransaktioita, erittelee erilaisia mikrotransaktiotyyppejä ja tarkastelee niiden viimeaikaista kritiikkiä. Tutkimuksen ydin on teorian pohjalta muotoiltu pelaajien haastattelu.</p> <p>Tutkimuksessa saatiin selville, etteivät pelaajat pidä mikrotransaktioista kovin paljon ja enemmänkin hyväksyvät ne osana F2P-pelejä. Pelaajat karttavat mikrotransaktioiden F2P-peleihin tuomaa epäreiluuden tunnetta. Niin sanotut pay-to-win-elementit saivat tutkimuksen aikana paljon enemmän kritiikkiä kuin loot boxit. Pelaajat toivoisivat olevan mahdollista ansaita mikrotransaktiot grindaamalla oikean rahan käytön sijaan/lisäksi, sillä heidän oletuksensa on, että peli olisi alusta loppuun ilmainen ja mikrotransaktiot vain vapaaehtoisia.</p>	
Asiasanat Ansaintamalli, digitaaliset pelit, elektroninen liiketoiminta, mikromaksut.	

Sisällys

1	Käsitteistö	1
2	Johdanto	3
3	Ilmaisvideopelit.....	4
4	Mikrotransaktiot ansaintamallina	6
4.1	Bartlen pelaajatyypit.....	8
4.2	Content/sisältö	9
4.3	Convenience/helpotus.....	12
4.4	Competitive advantage/kilpailuetu.....	14
4.5	Customization/kustomointi	15
4.6	Virtuaalivaluutat	16
4.7	Loot boxit ja gacha.....	18
4.8	Mainonta	19
4.9	Tapahtumat.....	21
4.10	Fyysiset tuotteet.....	22
5	Kritiikki ja huolenaiheet.....	22
6	Tutkimuksen lähtökohdat	25
6.1	Menetelmäkriteerit	26
6.2	Haastateltavat.....	29
6.3	Tulosten analysointia	30
6.4	Johtopäätöksiä.....	33
7	Pohdinta.....	36
	Lähteet	39
	Liitteet.....	43
	Liite 1: Haastattelun runko.....	43
	Liite 2: Kysymykset ja vastaukset.....	43

1 Käsitteistö

- DLC** (Downloadable content) Ladattava lisäsisältö videopeliin.
- Easter egg** Videopeleissä easter egeiksi kutsutaan piilotettuja ja yllättäviä elementtejä tai popkulttuuriviittauksia, jotka usein löytyvät tarkalla pelimaailman tutkimisella.
- Emote** Videopelihahmon toiminta, kuten tanssi tai nauru.
- Esports** Videopelien kilpailullista pelaamista.
- F2P** (Free-to-play) Lyhenne ilmaisvideopeleille.
- Free-to-play**
Suora käänös "ilmainen pelata", eli ilmaisvideopeli.
- Freemium** Tapa tehdä liiketoimintaa internetissä, missä peruspalvelu tarjotaan asiakkaalle ilmaiseksi, mutta edistyneemmistä palveluista on maksettava (Oxford Dictionary).
- Grindaus** (Grinding) Yleisnimitys yksitoikkoiselle tehtävälle tai toiminnalle, jota toistuvasti suorittamalla saa haluttuja pelin sisäisiä hyödykkeitä, kuten rahaa, esineitä ja kokemuspisteitä (Luton 2013, 38).
- IAP** (In App Purchase) IAP:t, mikromaksut tai mikrotransaktiot, ovat pelaajien tekemiä pieniä, yleensä alle 10 euron hintaisia ostoksia virtuaalisia tuotteita tai valuuttoja vastaan. (Luton 2013, 72; Tinnilä 2008, 119.)
- Loot box** Satunnaisen, pelin sisäisen palkinnon tai tuotteen antava mikrotransaktio.
- Mikrotransaktio**
IAP:t (In App Purchases), mikromaksut tai mikrotransaktiot, ovat pelaajien tekemiä pieniä, yleensä alle 10 euron hintaisia ostoksia virtuaalisia tuotteita tai valuuttoja vastaan. (Luton 2013, 72; Tinnilä 2008, 119.)
- Mikromaksu**
IAP:t (In App Purchases), mikromaksut tai mikrotransaktiot, ovat pelaajien tekemiä pieniä, yleensä alle 10 euron hintaisia ostoksia virtuaalisia tuotteita tai valuuttoja vastaan. (Luton 2013, 72; Tinnilä 2008, 119.)
- MMO** (Massively multiplayer online) Massiivinen monen pelaajan verkkopeli.
- MMORPG** (Massively multiplayer online role playing game) Massiivinen monen pelaajan roolipeli.
- MOBA** (Multiplayer online battle arena) Taisteluareenamoninpeli.
- PvP** (Player versus player) eli pelaaja vastaan pelaaja. Tarkoittaa moninpelejä, joissa pelaajat kilpailevat toisiaan vastaan.

- PvE** (Player versus environment), eli pelaaja vastaan ympäristö. Tarkoittaa pelejä, joissa ei kilpailla muita pelaajia vastaan.
- Pay-to-win** Pelin elementti, jossa rahaa käyttämällä voi saada epäreilun etulyöntiaseman muihin pelaajiin verrattuna.
- RPG** (Role playing game) Roolipeli.
- Skin** Videopelihahmon ulkomuodon muuttava asuste tai väritys.

2 Johdanto

Tämä on it-tradenomin lopputyönä suoritettu opinnäytetyö Haaga-Helian ammattikorkeakoululle. Opinnäytetyö on muodoltaan laadullinen tutkimus.

Ilmaisvideopelit, eli F2P-pelit, ovat huippusuosittuja. Nykyään yksittäinen F2P-peli voi tuottaa kymmeniä miljoonia kuukaudessa pelaajakunnan käyttäessä vapaaehtoisesti rahaa ilmaiseksi lataamaansa peliin. Tämä on saanut monet pienet ja tuoreet pelifirmat peliteollisuuden isoiksi tekijöiksi jopa miljardien vuosituloilla (Luton 2013. XVI).

Mikrotransaktiot ovat pakottaneet pelintekijät asennoitumaan peleihin eri tavalla kuin ennen. Siinä missä perinteisessä kertaostosmallissa asiakas maksoi kerran pelin ladatessa eikä asiaa tarvinnut sen jälkeen enää pohtia, F2P-mallissa kauppa rakennetaan pelin sisään (Lappalainen 2015, 144). Esimerkiksi Epic Gamesin ilmaiseksi ladattava Fortnite-peli oli vuoden 2019 tuottavin yksittäinen videopeli huimalla 1,8 miljardilla dollarilla, joka oli silti kokenut laskua 2018 vuoden 2,4 miljardista dollarista (Spangler, 2020).

Mikrotransaktiot ovat saaneet viime aikoina paljon kritiikkiä ja jopa lainsäädännöllisiä reaktioita joiltain valtioilta. Tämä mielessä halusin ottaa selvää loppukäyttäjien, eli pelaajien, suhtautumisesta mikrotransaktioihin F2P-peleissä. Videopeliteollisuuden jatkaessa kasvuun tulee niiden uusiin rahastustapoihin kiinnittää huomiota. Siinä missä vuosituhaten alkupuolella mikrotransaktiot olivat vain pieniä huonekaluostoksia Habbo-hotellin huoneisiin, on niitä tänä päivänä valtava valikoima ja on nyt aiheellista tarkastella sitä.

Tutkimus alkaa tietoperustalla, jossa esitellään ilmaisvideopelit, mikrotransaktiot ja eritellen erilaisia F2P-peleillä käytössä olevia mikrotransaktioita ja muita ansaintatapoja. Sitä seuraa syventävä kappale mikrotransaktioiden saaneesta viimeaikaisesta kritiikistä. Teorian jälkeen käsitellään tutkimuskriteerit haastatteluille, analysoidaan niissä kerättyä dataa ja vedetään niistä johtopäätöksiä. Tutkimuksen päättää pohdintaluku.

Osana tutkimusta suoritettiin 9 haastattelua ja niiden avulla pyrittiin selvittämään seuraavat seikat: Mikä on loppukäyttäjien eli pelaajien suhtautuminen mikrotransaktioihin F2P-peleissä? Mistä he pitävät, mistä ei ja tärkeintä: miksi?

3 Ilmaisvideopelit

F2P eli Free-to-play (suora suomennos: ”Ilmainen pelata” = ilmaisvideopelit) mallin juuret ovat lähtöisin 90-luvun lopun ja 2000-luvun alun ”dom-com”-trendistä. Dom-com-trendissä yrityksille tuli selväksi, että internetissä kaikkein kallisarvoisin markkinaetu ovat asiakkaat ja että suurin osa asiakkaista kallistuu ilmaisia tuotteita ja palveluita kohti. Nämä asiakkaat pystyttiin muuttamaan tuotoksi mainostamalla heille ja myymällä ilmaisiin palveluihin lisäsisältöä. Tästä ovat lähtöisin Googlen, Facebookin, Youtuben, ynnä muiden suursuosio (Luton 2013. XVI).

Ensimmäisiä onnistuneen F2P-mallin omaksuneita pelejä olivat vuosituhannen vaihteen selaimella pelattavat MMO:t (massively multiplayer online eli massiivinen monen pelaajan verkkopeli), kuten nuorille suunnatut JumpStartin Neopets (1999), Jagexin Runescape (2001) ja Nexonin Maple Story (2003) (Clark 2014, 5). Clarkin listaan lisäksi myös suomalaisen Sulakkeen Habbo Hotellin (2000).

Suursuosiota F2P-pelit alkoivat saada yhtäaikaa sosiaalisen median nousun (Facebook) ja parempien mobiililaitteiden (iPhone ja 2008 julkaistu Appstore) myötä. Sosiaalinen media ja älypuhelimet toivat pelit miljardien käyttäjien ulottuville iästä, sukupuolesta ja taustasta välittämättä. Lisäksi uudet alustat antoivat pienille ja uusille pelistudioille mahdollisuuden päästä videopelibisnekseen konsoli- ja pc-jättien varjosta (Luton 2013. XVI). Moni milleniaali varmasti muistaa, miten viime vuosikymmenen alussa Facebookissa ei voinut käydä ilman kavereilta tulevia FarmVille (Zynga 2009) -kutsuja. Myös sen ajan F2P-pelien rento olemus sopi Facebookin käyttöaikoihin. FarmVillen kaltaisissa peleissä riitti pelattavaa noin 5 - 10 minuutiksi kerralla, joten se sopi hyvin osaksi päivittäistä somerytmiä ja helpotti pelin harrastukseksi muuttumista. (Extra Credits 27.9.2012.)

Lappalainen (2015, 144) kertoo, miten vuonna 2013 maksullisten mobiilisovellusten tulot laskivat 29 % ja samaan aikaan ilmaisten mobiilisovellusten tulot nousivat 210 %. Mobiilipelimarkkinat olivat tehneet yllättävän nopean siirtymän F2P-malliin, ja kaikki ostettavat sovellukset tuottivat enää 4 % koko sovellusmarkkinoiden tuloista. Markkina oli muuttunut ja F2P oli uusi normi mobiilipeleille.

F2P on monin tavoin yksinkertaisesti parempi kuin perinteinen maksumalli. Maksullisten pelien mallissa kokeilun hinta voi olla jopa 69,90 €, minkä lisäksi osalla peleistä on 10-20€ kuukausimaksu/kausipassi. Sen sijaan valtava määrä pelejä on tarjolla ilmaiseksi mobiili-

lilla, konsoleilla ja tietokoneella ja kaikki voivat ladata pelin ja pelata sitä. Silti aina on maksumahdollisuus heille, jotka tahtovat lisää ja ovat vapaaehtoisesti valmiit maksamaan. F2P-mallissa pelaajien on todella mahdollista äänestää lompakollaan. (Luton 2013. 10; Lappalainen 2015. 194.)

Clarcin (2014, 11) mukaan MMORPG-genre (massively multiplayer online role playing game) koki 10 viime vuoden aikana merkittävän migraation F2P-mallin puolelle. Vaikka genren kiistämätön johtaja, Blizzard Entertainmentin World of Warcraft, on pärjännyt vuodesta 2004 tähän päivään saakka pelipaketin ostoksella ja perinteisellä kuukausittaisella tilausmaksulla, moni muu MMORPG on vaihtanut perinteisen pakettihinnan ja tilausmaksun F2P-malliin. Esimerkkejä tästä ovat Lord Of The Rings Online (julkaisu 24.4.2007 - F2P-mallin omaksuminen 10.9.2010), Star Wars: The Old Republic (julkaisu 20.12.2011 – F2P-mallin omaksuminen 15.11.2012), Dungeons & Dragons online (julkaisu 28.2.2006 – F2P-mallin omaksuminen 9.9.2009) ja Star Trek Online (julkaisu 2.2.2010 – F2P-mallin omaksuminen 17.1.2012).

Tänä päivänä yksittäinen F2P-peli voi tuottaa kymmeniä miljoonia kuukaudessa pelaajakunnan käyttäessä rahaa rakastamaansa peliin. Tämä on saanut monet pienet ja tuoreet pelifirmat peliteollisuuden isoiksi tekijöiksi miljardien vuosituloilla (Luton 2013. XVI).

F2P-pelit eivät ole vain tuottavia, vaan myös huippusuosittuja. Kuten kuva 1 kertoo: vuoden 2019 viidestä suosituimmasta esports-pelistä (elektroninen urheilu) neljä oli F2P-pelejä; Valven Dota 2, Riot Gamesin League of Legends, Valven CS:GO ja Tencentin Arena of Valor. (Esports Charts, 2020.)



Kuva 1. 2019 suosituimmat esports-pelit katsomisajan perusteella. (Esports Charts 2020)

Lutonin (2013, XVII) näkemyksen mukaan F2P on vallankumous, joka ei näytä hidastumisen merkkejä. Nyt eletään vuotta 2020 ja kaikki merkit osoittavat F2P-mallin jatkavan yhä hidastamatta vauhtia. Pelit kuten League of Legends, Clash of Clans ja Fortnite osoittavat suosiollaan F2P-mallin olevan vahva ja kilpailukykyinen malli pelimarkkinoilla.

4 Mikrotransaktiot ansaintamallina

“Uudet liiketoimintamallit ovat haastaneet liiketoiminnan perinteiset tavat” (Tinnilä, Vihervaara, Klimscheffskij & Laurila 2008, 17). IAP:t (In App Purchases), tai mikrotransaktiot, ovat pelaajien tekemiä ostoksia virtuaalisia tuotteita tai valuuttoja vastaan (Luton 2013, 72). Varsinkin pelimediassa mikrotransaktio on vakiintunut termi, jota käytetään tässä opinnäytetyössä. Tinnilä (2008, 119) määrittelee mikromaksun eli mikrotransaktion seuraavasti: ”Mikromaksaminen tarkoittaa pientä, yleensä alle 10 euron, mutta tarvittaessa jopa alle euron suuruisen maksujen maksamista.” Lainaus on vuodelta 2008 ja pätee suurin piirtein yhä tänäkin päivänä. Tosin yli 10 euron mikrotransaktiot ovat yleistyneet.

Tinnilä (2008, 119-120) antaa mikrotransaktiosta esimerkiksi Habbon, suomalaisen vuonna 2000 ilmestyneen ilmaiseksi selaimella pelattavan mmo:n, joka oli vuonna 2007 maailman toiseksi pelatuin mmo. Habbossa pelaaja pystyy ostamaan pienellä summalla kalusteita pelimaailmassa sijaitsevaan huoneeseensa. Myös aiemmin mainitut Neopets ja Maple Story tarjosivat molemmat pelaajilleen mahdollisuuden ostaa virtuaalisia tuotteita edullisesti jo 2000-luvun alussa.

Valtavirtavideopeleihin DLC:t (Downloadable content eli ladattava lisäsisältö videopeliin) alkoivat ilmestyä 2000-luvun alkupuolella, varsinkin 2002 eteenpäin, kun Microsoft julkaisi Xbox live - palvelunsa. Ensimmäinen iso studio, joka myi mikrotransaktioita maksulliseen peliinsä, oli Bethesda, peliin Oblivion. Kyseessä oli ”Horse armor”, kosmeettinen ulkoasun muutos hevoselle ja sen hintana 200 Microsoft-pistettä tai 2,50 dollaria. Horse armor sai paljon kritiikkiä, vaikka olikin varsinkin nykypäivän mittapuulla, halpa. (Lim, 2018.)

”Free is not cheap”, (Clark 2014, 13) ilmainen ei ole halpaa, varsinkaan kun isoin osa F2P-pelin tuloista ei synny julkaisuviikolla pelin ostosta. Tänä päivänä rahaa ei enää tehdä julkaisuviikolla, vaan tasaisesti pidemmällä aikavälillä. Clark tuo myös esille, miten

pitkäikäistä F2P-mallin peliä suunnitella tulisi odottaa noin 80 % kehityskuluista sijoittuvan pelin julkaisun jälkeiselle ajalle. Lappalaisen (2015, 145) mukaan kyse ei ole vain pelistä ja sen suunnittelusta vaan siitä, että F2P-pelit ovat palveluliiketoimintaa ja pelin julkaisu on vasta alkua mahdollisesti vuosia kestäväälle liiketoimintaprosessille.

Mikrotransaktiot pakottavat pelintekijät asennoitumaan peliinsä eri tavalla kuin ennen. Siinä missä perinteisen kertaostos mallin kanssa pelaaja maksoi kerran pelin ladatessa eikä asiaa tarvinnut sen jälkeen enää pohtia, F2P-mallissa kauppa tulee rakentaa pelin sisään. Koko peli on suunniteltava siten, että pelaajat haluavat käyttää rahaa sen sisällä. Pelistä itsestään tulee kauppa, ja sen menestys on suorassa yhteydessä pelisuunnitteluun (Lappalainen 2015, 144).

Jos pelaajat saa viihtymään pelin parissa pitkän aikaa, parhaimmassa tapauksessa jopa vuosia, osa heistä saattaa haluta käyttää siihen ajan lisäksi myös rahaa. F2P-pelin menestys syntyy tästä pelaajien sitoutumisesta peliin ja palkitsevan pitkäkestoisen pelikokemuksen luomisesta (Lappalainen 2015, 189).

Mikrotransaktiot, joilla alun perin rahoitettiin ilmaiseksi ladattavien pelien kehitystä, ovat luonnollisesti päätyneet isoksi osaksi maksullisiakin pelejä. Yhden maailman tuottavimmista peleistä, GTA V:n jalekijan Take-Two'n toimitusjohtaja Strauss Zelnick kertoi 2017 marraskuussa studion aikovan käyttää mikrotransaktioita kaikissa tulevaisuudessa julkaisemissaan peleissä. Hän tuo esille tämän olevan vasta alkua ja, että kasvulle on huomattavasti varaa. (Skrebels, 2017.) Take Two ei ole ainoa mikrotransaktioita viime aikoina peleihinsä sisällyttänyt pelistudio. Vuonna 2019 Activision-Blizzard ansaitsi mikrotransaktioilla 3,36 miljardia dollaria, joka on 53 % koko yhtiön sen vuoden tuloista (Strickland, 2020). Myös viime vuosina suurta suosiota kokenut F2P-peli Fortnite (Epic Games 2017) oli vuoden 2019 tuottavin yksittäinen videopeli huimalla 1,8 miljardilla dollarilla, joka oli silti kokenut laskua 2018 vuoden 2,4 miljardista dollarista (Spangler, 2020). Vaikka isot PC- ja konsolipelit ovatkin jatkuvasti valokeilassa, mikrotransaktioilla ansaitsee tällä hetkellä eniten mobiililaitteilla. Redmond Pien Khan (2020) raportoi mobiilipelien tehneen 74 % vuoden 2019 F2P-tuloista.

Valas, Whale, on kasinobisneksestä kotoisin oleva yleistynyt termi "high rollerille" eli pelaajalle, joka käyttää peliin huimat määrät rahaa. Pelin rahastus tulisi suunnitella sopivaksi sekä heille että vähemmän sekä ei yhtään rahaa käyttäville pelaajille. Valaita on yleensä hyvin pieni prosentti pelaajakunnasta. (Luton 2013. 12.) "Pelit jättävät rahaa pöydälle, kun

eivät tarjoile intohimoisimmille pelaajilleen.” lainaus on Mark Pincukselta, Zyngan toimitusjohtajalta (Luton 2013, 12). Mutta on myös pidettävä mielessä, ettei peli saa tuntua ahneelta (Lappalainen 2015, 179).

Lutonin (2013, 9) mukaan tyypillinen määrä F2P-pelien pelaajista, jotka ostavat mikrotransaktioita, on lähellä 5 % ja huomauttaa senkin olevan erityisen hyvä määrä. Tämä tarkoittaa, että keskimäärin 95 % pelaajakunnasta ei käytä peliin laisinkaan rahaa, mutta ovat silti tärkeitä ja lisäävät peliin arvoa. Pelaaja, joka nauttii pelistä, voi suositella sitä tuttavilleen ja kertoa siitä pelin ulkopuolella, tarjoten näin markkinointia. Sana hyvästä pelistä leviää pelaajalta pelaajalle ja voi parhaimmillaan saada aikaan suurta suosiota. Siksi juuri pelaajille tulee antaa mahdollisuus nauttia pelistä ilman, että he joutuvat maksamaan laisinkaan. Varsinkin moninpeleissä ilmaiset pelaajat antavat peliin sisältöä jo pelkällä läsnäolollaan, sillä moninpeli ilman pelaajia on kuollut peli.

4.1 Bartlen pelaajatyypit

Torulf Jernström, suomalaisen Tribeflamen toimitusjohtaja, toi 2016 Pocket Gamer Connects tapahtumassa esille Bartlen pelaajatyypit. Myös Luton (2013, 52-53) ja Clark (2014, 32) kertoo niistä teoksissaan, joten niitä on nyt aiheellista tarkastella. Richard Bartle on MUDien (multi user dungeon, alkuperäinen onlinessa pelattava tekstipohjainen virtuaalimaailma rpg) kanssaluoja 70-luvun lopulta. Hän tarkkaili, miten pelaajat olivat vuorovaikutuksessa toistensa ja pelin kanssa ja vuonna 1996, lähes kahdenkymmenen vuoden kokemuksella, julkaisi tutkielman, jonka sivuilla hän eritteli neljä eri pelaajatyyppejä moninpeleissä pelaajamotivaatioiden perusteella. Nämä neljä ovat explorers, eli tutkimusmatkailijat, achievers, eli saavuttajat, killers, eli tappajat ja socializers, eli sosiaalipelaajat. Clark painottaa, että pelin tulee tarjota jokaiselle näistä pelaajatyypeistä jotakin motivoimaan ja palkitsemaan heitä tasapainotetun peliyhteisön ja kokemuksen saavuttaakseen. Luton suosittelee F2P-pelien mikrotransaktioiden rakentuvan tukemaan näiden neljän pelaajatyypin tarpeita. Jernströmkkin tuo saman esille.

Tutkimusmatkailijat ovat tarinoiden ja kokemusten perään. (Jernström 2016). Tutkimusmatkailijat nauttivat alueiden kartoittamisesta, pelimaailman ja sen hahmojen tarinoista ja luoda niistä oppaita ja wikisivuja. He haluavat löytää jotain ja antaa pelimaailman yllättää heidät. On myös oleellista varmistaa, että heille on jotain löydettävää. (Luton 2013, 53.) He eivät halua olla täydellisiä pelissä, vaan tarpeeksi hyviä voidakseen tutkia pelimaail-

maa ongelmitta. Heitä varten on easter egejä (piilotettuja elementtejä tai popkulttuuriviitauksia) ja piilotettuja alueita. He kokeilevat usein pelin maailman rajoja. (Extra Credits 14.10.2015.)

Saavuttajat haluavat kerätä kaiken, läpäistä kaikki tehtävät, päästä tasokattoon, löytää parhaat esineet ja suorittaa kaikki saavutukset ja haluavat siitä todisteita pelissä. He pitävät usein selkeästi esille asetetuista saavutuksista, mutta niiden puuttuessa keksivät omat tavoitteensa. (Luton 2013, 53.) Näitä pelaajia varten peleihin luodaan tavoitteita, jotka ovat huomattavasti keskivertopelaajan kykyjen yläpuolella, kuten 100 %:n suoritus ja new game plus. Heitä varten on myös saavutukset (tropyt ja achievementit) ja tulostaulut. (Extra Credits 14.10.2015.)

Oli sitten kyse PvP:stä (player vs player) tai PvE:stä (player vs environment), tappajat haluavat voittaa. Heille peli on selvä; on voittajia ja häviäjiä ja he haluavat voittaa. (Luton 2013, 53.) He haluavat dominoida muita, valitettavan usein kiusaamiseen verrattavilla tavoin, mikä vie hauskuuden muilta pelaajilta. He kallistuvat PvP-elementtejä kohti, jotka antavat heille paljon mahdollisuuksia osoittaa paremmuuttaan, ja keksivät usein kekseliäitä, vaikkakin muille inhottavia tapoja voittaa. Ei välttämättä yksinoikeudella taistelupohjaisiin peleihin kohdistuva pelaajatyyppejä, sillä tappajat voivat pyrkiä dominoimaan esimerkiksi kilan hierarkiaa, tai pelaajien välistä kauppaa. Killereistä on käytetty myös tänä päivänä tunnetumpaa nimitystä "trolli". (Extra Credits 14.10.2015.)

Sosiaalipelaajat tulevat peliin olemaan muiden pelaajien kanssa, jotka ovat joko heille tuntemattomia, pelistä tuttuja tai oikean elämän tuttuja. (Luton 2013, 52.) He pelaavat sosiaalisia pelejä yhteisön ja kiltojen vuoksi ja ovat usein helposti lähestyttäviä uusille pelaajille. He luovat usein selkärangan mmo-pelien pelaajien väliselle kaupalle ja ovat aktiivisia chatissa ja muilla keskustelualustoilla. Nykyään, internetin ansiosta, iso osa sosiaalipelaajien aktiviteetista keskittyy pelien ulkopuolelle, esimerkiksi Youtubeen. (Extra Credits 14.10.2015.)

4.2 Content/sisältö

Luton (2013, 76-81) kuvailee neljää C:tä, neljää oleellisinta mikrotransaktio-tyyppiä tarjottavaksi pelaajille heidän Bartlen pelaajatyyppeiden mukaan. Nämä ovat content (sisältö),

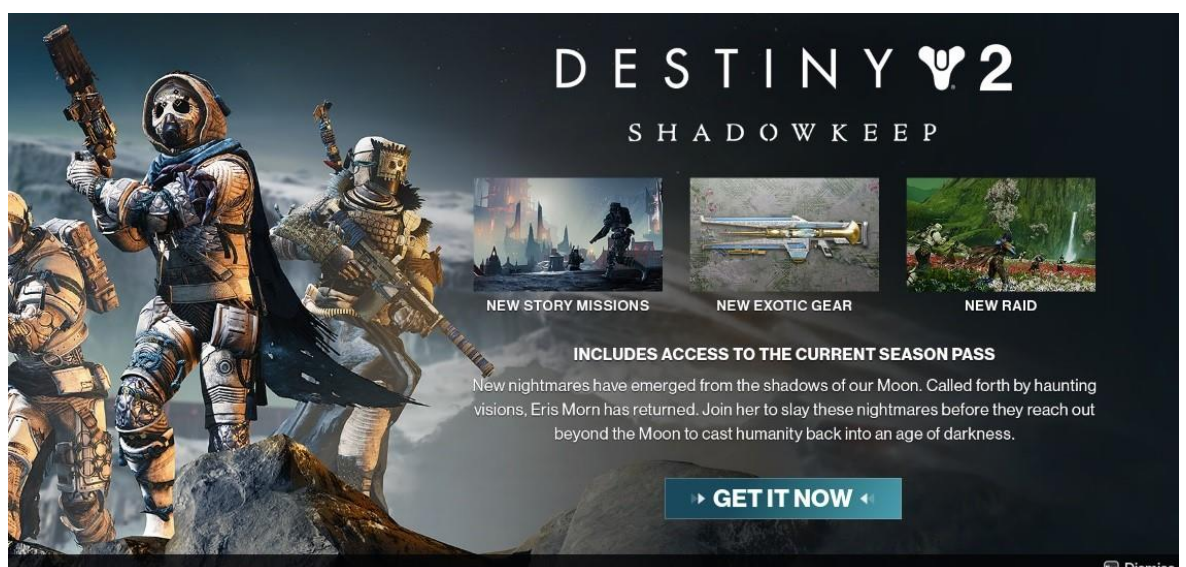
convenience (helpotus), competitive advantage (kilpailuetu) ja customization (kustomointi). Käymme ensin ne läpi yksi kerrallaan ja tarkastelemme sen jälkeen neljän C:n ulkopuolelle jääviä mikrotransaktio-tyyppisiä.

Content, sisältö tai yleiseltä nimitykseltään DLC tarjoaa yleisesti uusia tasoja, karttoja, hahmoja, tehtäviä tai vastaavia sisältöpäivityksiä, jotka antavat pelaajille lisää pelimaailmaa tutkittavaksi ja kykyjä siellä käytettäväksi. (Luton 2013, 76.) Tämä on kaikista lähimpänä perinteistä lisäosaa (expansion pack) ja voi parhaimmillaan tarjota lukuisia tunteja lisäsisältöä peliin.

Se soveltuu Bartlen pelaajatyypin explorerille / tutkimusmatkailijalle, mutta vaikka he pitävät näistä ostoksista, ne valitettavasti sulkevat pois osan sosiaalipelaajista, jotka eivät ole ostaneet uutta sisältöä. Koska merkittävä määrä pelaajista vaikuttaa nyt uusilla alueilla, osa sosiaalipelaajista jää jälkeen. (Luton 2013, 76.)

Valitettavasti uudet isot sisältöpäivitykset voivat myös vaikuttaa negatiivisesti peliin tekemällä aiemmin saatavilla olevista esineistä ja kyvyistä turhia uusiin parempiin verrattuna. Kyseessä on Power creep, eli tilanne, jossa uusi sisältö tehdään tarkoituksella, tai vahingossa aiempaa sisältöä paremmaksi. Power creep on esimerkiksi keräilykorttipeleissä tärkeä tasapaino tekijä.

Kuvassa 2 Bungien Destiny 2 (XBox One, Ps4, Windows, Mac, 2017) peliin on myynnissä kaksi lisäosaa, Shadowkeep (34,99 €) ja Forsaken (24,99 €). Kumpikin lisää peliin uusia alueita, varusteita, tehtäviä ja muuta lisäsisältöä.



Kuva 2. Destiny 2 -pelin sisäinen mainos pelin omasta lisäosasta Shadowkeepista

Jernström (2016) tuo esille sisältöostosten huonon puolen pelintekijöiden näkökulmasta. Se vaatii paljon aikaa ja resursseja. Isojen sisältöpäivitysten tekeminen ja myyminen ei ole halpaa ja harva tiimi pystyy tuottamaan sisältöä haluttua vauhtia.

Vaikka sisältöpäivitykset ovatkin paras vaihtoehto narratiivisille peleille, sisältö voi olla heikoin neljästä päätyypistä, koska se on luonteeltaan hyvin pysyvää sisältöä, kertaostos. Varsinkin F2P-peleissä isot sisältöpäivitykset annetaan usein ilmaiseksi pois, jotta peli pysyisi tuoreena ja pelaajakato tai pelaajakannan jakautuminen ei tapahtuisi. (Luton 2013, 76.) Sen sijaan uudet pelattavat hahmot pitävät pelin elossa ja pelin ulkopuolisen metapelin jatkuvasti liikkeessä. Esimerkiksi moni MOBA (multiplayer online battle arena eli taisteluareenamoninpeli) julkaisee tasaisin väliajoin uusia pelattavia hahmoja uusien karttojen tai tarinasisällön sijaan. Kaikki pelaajat pelaavat yhä samaa karttaa alati vaihtuvilla hahmokokoonpanoilla, eikä segmentointia maksavien ja ilmaispelaajien välillä tapahdu.

Kuvassa 3 Blizzard Entertainmentin Heroes of the Storm -pelissä (Windows, Mac, 2015) uusia pelihahmoja voi ostaa joko erikseen tai useita nipussa. Esimerkissä kolmekymmentä pelihahmoa on ostettavissa hintaan 37,82 € (kuvankaappauksen ottohetkellä oli voimassa 70 % alennus, normaali hinta oli 129,97 €). Peli myös pyörittää osaa pelihahmoista ilmaiseksi pelattavina ja vaihtaa niitä tietyin väliajoin, jotta pelaajat voivat kokeilla eri hahmoja ja mahdollisesti päätyä ostamaan ne.



Kuva 3. Heroes of the Stormin Heroic Reinforcement Bundle tarjoaa ostajalle 30 pelattavaa hahmoa.

4.3 Convenience/helpotus

Convenience eli helpotusostokset ovat todennäköisesti yleisin mikrotransaktiotyyppi. Kyseessä on ostos, joka ohittaa, nopeuttaa tai muin tavoin antaa pääsyn johonkin pelin elementtiin, jota varten normaalisti pitäisi odottaa tai grindata (yleisnimitys yksitoikkoiselle tehtävälle, tai toiminnalle, jota toistuvasti suorittamalla saa haluttuja pelin sisäisiä hyödykkeitä, kuten rahaa, esineitä ja kokemuspisteitä). Ne soveltuvat eritoten pelaajille, jotka haluavat edetä pelissä, Bartlen pelaajatyypin achieverille / saavuttajille, tai pelaajille, joilla ei yksinkertaisesti ole aikaa. (Luton 2013, 77.) Jernström (2016) sanoo suurimman osan myynnistäsi olevan täällä. Clark (2014, 268) kertoo, miten suurin osa näistä ostoksista on kertakäyttöisiä eli pelaaja voi ostaa niitä toistuvasti.

Useiden mobiilipelien käyttämä energiasysteemi on oiva paikka tälle mikrotransaktio mekaniikalle ja vaikka Luton (2013, 87) eritteli sen erille neljästä C:stä, on se mielestäni osa tätä kategoriaa. Monissa peleissä pelaajalle annetaan vain rajallinen määrä aikaa, vuoroja tai siirtoja, ennen kun tulee odottaa ja pitää tauko niiden latautuessa täyteen. Tämä mekaniikka yleistyi Facebook-peleistä, ja on fiksusti suunniteltu saamaan pelaajan palaamaan takaisin pelin pariin, tekemään pelistä tavan. Pelin pelaaminen haluttiin yhdistää sosiaalisessa mediassa käymisen kanssa, ja sen tuli kestää vain sen viitisen minuuttia. Joissain tapauksissa myös kyseessä oli pelejä, joissa ei vain ollut tarpeeksi sisältöä pitkille pelisesioille. (Extra Credits, 27.9.12.)

Kuvassa 4 Kingin Candy Crush Saga -pelissä (Facebook, iOS, Android, Windows Phone, 2012) jokainen hävitty taso vähentää pelaajalta yhden viidestä elämästä ja niiden loputtua tulee odottaa 30 minuuttia per elämä niiden palautuessa. Odottamisen sijaan pelaajalla on mahdollisuus ostaa elämät täyteen pienellä määrällä kultaharkkoja, tai ostaa loputtomat elämät kuudeksi tunniksi isommalla määrällä kultaharkkoja. Kultaharkot ovat pelin kova virtuaalivaluutta, jota voi ostaa 10 kpl hintaan 2,29 €, tai 50 kpl 8,99 €.



Kuva 4. Candy Crush Sagassa voi odottaa elämien täyttymistä, mutta peli antaa muitakin vaihtoehtoja.

Kuvassa 5 suomalaisen Supercellin Clash of Clans -pelissä (iOS, Android, 2012) pelaajan rakennusten päivityksissä voi kestää muutamasta minuutista useaan tuntiin. Odotusaikaa voi vähentää viimeistelemällä päivityksen jalokivillä (pelin kova virtuaalivaluutta). Esimerkki kuvassa pelaajan tulisi joko odottaa tunti kultavaraston päivitystä, tai maksaa 19 jalokiveä ohittaakseen odotusajan (Sekä odotusajat, että hinnat nousevat huomattavasti pelin edetessä). Jalokiviä voi ostaa 80 kappaletta hintaan 1,09 € pelin sisäisestä kaupasta. ”Kärsivällinen pelaaja pärjää ilmaiseksikin, mutta odottelua on luvassa paljon” toteaa Lappalainen (2015, 186).



Kuva 5. Clash of Clansissa kolmannen tason kultavaraston päivitykseen kuluu tunti.

Lappalainen (2015, 164) kirjoittaessa Clash of Clansista ja muista Supercellin peleistä hän toi esille, miten rahan tekeminen perustuu pelaajien kärsimättömyyteen, kilpailuviettiin ja valmiuteen olla käyttämässä oikeaa rahaa pelin nopeuttamiseen. Jernström (2016) myös kehottaa painostamaan pelaajia tekemään nopeita, tunneperäisiä ostoratkaisuja ja tekemään mikrotransaktioista houkuttelevia ja saman tien hyödyllisiä.

4.4 Competitive advantage/kilpailuetu

Competitive advantage, eli kilpailuetu on mikrotransaktio-tyyppi, jolla annetaan pelaajalle jonkin tapainen etu pelissä. Nämä ovat lähes aina kertakäyttöisiä ostoksia, jotta pelin tasapaino pysyisi, mutta voivat olla myös pysyviä ostoksia, kuten monien mmorpg:iden maksulliset varusteet. Kohdistuvat eritoten Bartlen pelaajatyyppi killeseille / tappajille, jotka haluavat voittaa sekä PvP:ssä, että PvE:ssä.

Kilpailuedun antaminen pelaajille, varsinkin rahaa vasten, on kiistanalainen aihe. PvP-peleissä kilpailuedun antaminen voi aiheuttaa vakavia pelin sisäisiä tasapaino-ongelmia, etenkin jos rajana on pelaajien lompakon maksukyky. Tällöin puhutaan Pay-to-win-mekaniikoista. Ongelma pay-to-winin kanssa voi pahimmillaan aiheuttaa pelaajakadon, josta peli ei enää toivu, joten sen kanssa on oltava varovainen. (Luton 2013, 80.)

Jernströmin (2016) mukaan kilpailuetu ostokset ovat itsessään hyviä, mutta niiden kanssa on helppoa mennä liian pitkälle. Jos peli on liian selvästi pay-to-win, pelaajat lakkaavat pelaamasta. "Pelaajana et saa tuntea tullee huijatuksi, tai et enää palaa peliin." lainaus Rovion Oskar Burmanilta (Luton 2013, 94).

4.5 Customization/kustomointi

Customization eli kustomointi on todennäköisesti suosituin mikrotransaktio-tyyppi F2P-peleissä. Kohdistettu Bartlen pelaajatyypin socializerille / sosiaalipelaajalle. Se on usein asuste, tai vastaava personalisointi mahdollisuus pelihahmolle, mutta voi olla mitä tahansa; ajoneuvo, lemmikki, hirviö, tai mitä tahansa visuaalista, mihin pelaajalla on tunneside (Luton 2013, 81). Lisään Lutonin listaan myös emotet (videopelihahmon toiminta, kuten esimerkiksi tanssi, tai nauru).

Lutonin (2013, 81) mukaan kustomoinnin taustalla on pelaajien halu itsensä ilmaisuun, itsetunnon kohotukseen ja luovuuteen. Monille halu kustomoida pelihahmojaan on niin vahva, että vaikka kustomoinnit ovatkin pysyviä ostoksia, pelaaja hankkii niitä uudestaan ja uudestaan. Pelaajalla voi olla yhdelle pelihahmolle useita eri asusteita, joita käyttää eri tilanteissa, tai yhdistellä mielensä mukaan.

Ubisoft Montrealin Tom Clancy's Rainbow Six: Siege (windows, Ps4, Xbox One, 2015) pelissä operaattoreille (pelihahmoille) voi ostaa pelin sisäisestä kaupasta erilaisia asusteita, eli skinejä (videopelihahmon ulkomuodon muuttava asuste, tai väritys). Suurimman osan niistä pystyy ostamaan sekä pehmeällä, että kovalla virtuaalivaluutalla, mutta esimerkiksi kuvan 6 Fuze -operaattorille myytävä 2nd Shock Army -eliittiunivormu on ostettavissa vain pelin kovalla virtuaalivaluutalla; 1800 R6 krediitillä. (R6 krediittejä voi ostaa 1200 kpl hintaan 9,95 €)



Kuva 6. Rainbow Six: Siege 2nd shock army -eliittiunivormu operaattori Fuzelle.

Kosmeettisilla ostoksilla on myös etu markkinoinnissa, etenkin sosiaalisissa peleissä. Clarkin (2014, 239) mukaan sosiaalisissa peleissä pelaajien kynnys ostaa pienenee, kun he näkevät saatavilla olevia ostoksia muilla pelaajilla.

Clark (2014, 270) tuo ilmi, miten kustomointi mikrotransaktiot, kuten skinit, ovat pysyviä ostoksia, joten niiden hinta voi olla korkeampi kuin kertakäyttöisten ostosten. Siinä missä kilpailuetuokset ja helpotusostokset ovat usein kertakäyttöisiä kulutuksia, skinit ja muut kustomointiostokset ovat pysyviä, joten niistä voi pyytää hieman enemmän.

4.6 Virtuaalivaluutat

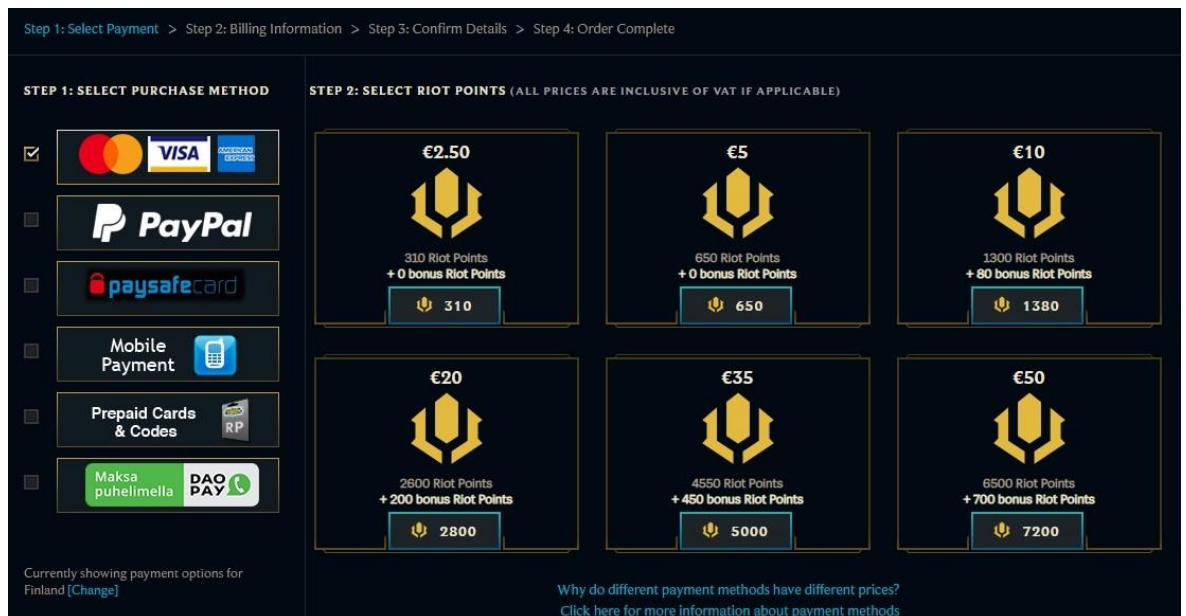
Seuraavaksi käsitellään 4 C:n ulkopuolelle jääneitä tyyppisiä, jotka eivät aivan sovi neljään isoimpaan kategoriaan, mutta ovat silti lähteiden perusteella oleellisia, yleisiä ja tarpeellisia tuoda esille

Virtuaalivaluutta on pelin sisäinen rahasumma, joka voi pelin mukaan ottaa monen muodon kuten timantit, kulta, kolikot, tai keijupöly. On saatavissa joko oikeaa rahaa vastaan, tai palkintona pelin core gameplay loopin kautta. Tätä valuuttaa käytetään sekä pelin ominaisuuksiin että muiden yllä mainittujen mikrotransaktioiden ostamiseen.

Luton (2013, 86) ja Clark (2014, 273) kuvailevat kahden laista virtuaalivaluuttaa; kovaa ja pehmeää (hard ja soft). Kova virtuaalivaluutta on rajallinen ilmapelaajille ja sitä saa joskus hitaasti pelin aikana ja on ostettavissa oikealla rahalla. Pehmeä valuutta on jokapäiväisestä peluusta ja grindauksen kautta kerääntyvää ja huomattavasti vähemmän harvinaista valuuttaa, jota käytetään usein pelin omiin mekaniikkoihin, mutta joskus myös mikrotransaktioihin. Monilla F2P-peleillä on kaksi valuuttasysteemiä, eli niillä on samaan aikaan käytössä sekä pehmeä että kova valuutta. Kova valuuttaa on pelintekijöille helppo jaella, koska toisin kuin pehmeä valuutta, kovaa valuuttaa tulee vain tietyin väliajoin ja sen määrä pelaajan hallussa on helppo suunnitella.

Clarkin (2014, 273) mukaan virtuaalivaluutta on pelaajille luonnollisin mikrotransaktio ostos, sillä pelaajat ymmärtävät, miten valuutta pelin sisällä toimii ja, jos ovat pelanneet yhtään pidempään, myös mihin sitä käytetään. Clarke myös varoittaa mahdollisesta pay-to-win-ongelmasta, jonka valuutan ostaminen voi peliin aiheuttaa.

Kuvassa 7 Riot Gamesin League of Legends (Windows, Mac, 2009) pelissä voi ostaa oikeaa rahaa vasten pelin sisäistä kovaa valuuttaa, Riot pisteitä, joita voi käyttää pelin mikrotransaktioiden, kuten uusien pelihahmojen ja asusteiden hankintaan. Lähes kaikki pelit tarjoavat vain tiettyjä ennalta määrättyjä summia ostettavaksi ja pelaaja joutuu usein ostamaan hieman enemmän virtuaalivaluuttaa, kuin olisi tarvinnut. Esimerkkinä kuvan 6 Skini, joka maksaa 1800 R6 crediittiä, mutta R6 crediittejä voi ostaa kerralla vain 1200 kpl hintaan 9,95 €, eli skinin ostaakseen tulisi ostaa 2 pakettia crediittejä.



Kuva 7. League of Legendsin kaupassa voi valita kuudesta eri summasta Riot pisteitä.

4.7 Loot boxit ja gacha

Gacha on yleisnimitys mekaniikalle, jossa sattumanvarainen tuote saadaan maksua vastaan tietystä valikoimasta tuotteita. Alkuperä japanilaisista Gachapon-myyntiautomaateista. Sama mekaniikka tunnettu videopelien ulkopuolella myös keräilykorttipeleissä, kuten Wizards of the Coastin suosituimmassa keräilykorttipelissä Magic: the Gatheringissa, missä ”boosteri” pitää sisällään 15 sattumanvaraista korttia viimeisimmästä erästä. On mahdotonta varmuudella saada juuri tarkkaa haluamaansa korttia ja sen sijaan tulee maksaa monta kertaa saadakseen isomman määrän sattumanvaraisia kortteja, joista yksi tai useampi saattaa olla se haluamasi. Moni japanilainen mobiilipeli, kuten esimerkiksi Fire Emblem Heroes (Intelligent systems 2017) käyttää gacha mekaniikkaa peleissään pelihahmojen saamiseen. (Luton 2013, 88; Jernström, 2016.)

Tänä päivänä lähes sama mekaniikka tunnetaan länsimaissa yleisesti nimellä loot box, activision-Blizzardin 2016 julkastun Overwatch pelin yleistämä ja normalisoimana termi. Siinä missä gacha-mekaniikka useimmiten tarjoaa pelihahmoja (content/sisältö), loot box-mekaniikan käyttäminen mikrotransaktiona mahdollistaa kaikkien yllä mainittujen mikrotransaktiotyyppien yhdistämisen, sillä siitä voi tipahtaa skini, pelin sisäistä valuuttaa, uusi pelattava hahmo (tai usein vain hahmon kokoamiseen vaadittava osa), buusteri tai mitä tahansa. Ei usein jaa nimeä ”loot box”, esimerkiksi Call of Duty WW2:ssa (Sledgehammer Games 2017) täysin sama mekaniikka esiintyy nimellä ”loot crate”, mutta yleisnimitys on

yleistynyt ja pysyy. Loot boxit ovat useassa pelissä ottaneet perinteisten etenemispalkintojen paikan ja saaneet kritiikkiä sattumanvaraisesta, uhkapelielementtejä muistuttavasta toimintatavastaan. Jernströmin (2016) mukaan soveltuu erinomaisesti pitkän aikavälin mikrotransaktioksi toistettavan luonteensa vuoksi.

Gamesindustry.biz-artikkelissa (Batchelor, 2018) ranskalaisen videopelijulkaisijan Ubisof-
tin edustaja kertoi loot boxien olleen suuri hyöty peliteollisuudelle ja että julkaisija aikoo jatkaa niiden käyttömahdollisuuksien tutkimista eri peleissä tapana saada lisää ansaintavirtaa joka pelistä.

4.8 Mainonta

F2P-peleissä mainostetaan joko pelin omia mikrotransaktioita tai muita tuotteita ja palveluita. Pelit ansaitsevat näyttämällä mainoksia peleissään, ja omien tuotteiden mainoksilla voi pelaajia houkutella pelin kauppaa kohti. Varsinkin mobiilipeleissä mainosten näkeminen pelin aikana on niin yleistä, etten äkkiä löytänyt ainuttakaan F2P-peliä älypuhelimelleni, missä ei olisi ollut mainoksia.

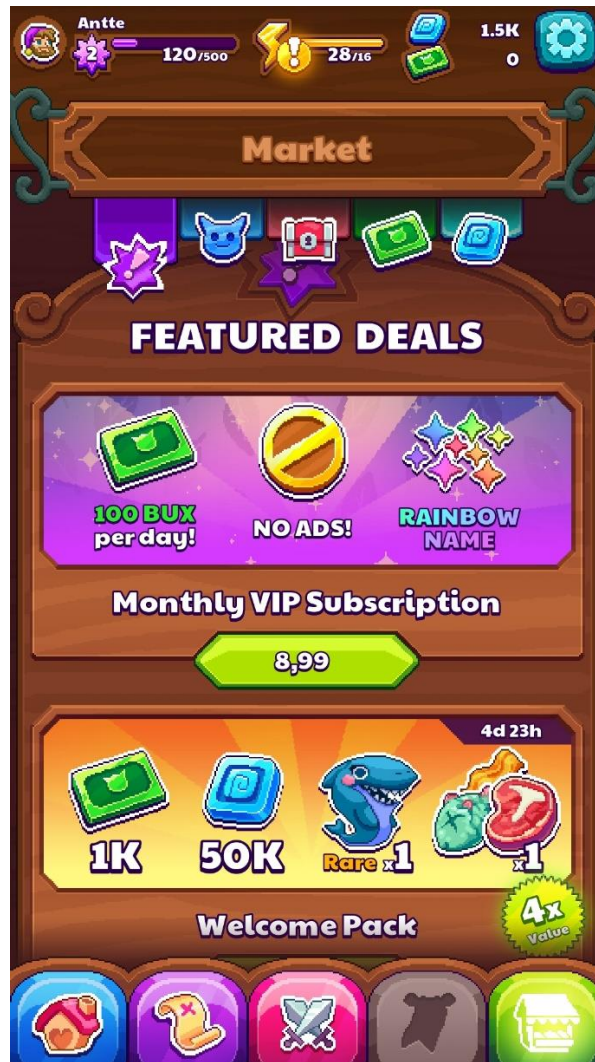
Kuvassa 8 Outermindsin PewDiePie's Tuber Simulator (Android, iOS, 2016) lukitsee osan päivittäisistä tehtävistä mainoksen taakse. Haasteista saa pelin sisäistä pehmeää ja kovaa valuutaa. Pelaaja voi halutessaan katsoa mainoksen (oma kokeiluni oli mobiilipeli-mainos, noin 40 sekuntia pitkä) ja saa näin lisää tehtäviä auki.



Kuva 8. Pelaaja voi painaa "katso mainos" avataksaan uuden päivittäisen haasteen PewDiePie's Tuber Simulator -pelissä.

Jotkut pelit ja sovellukset antavat käyttäjän maksaa pienen mikrotransaktion poistaakseen mainokset pelistä. Se on viime vuosina paljon esillä ollut tapa pelille lisätä tuloja. Luton (2013, 103) tuo esille, että tämä tapa maksaa mainosten poistosta paljastaa heikon puolen mainonnasta; käyttäjät eivät usein pidä mainoksista.

Kuvassa 9 Outermindsin PewDiePie's Pixelings (Android, iOS, 2019) antaa mahdollisuuden poistaa mainokset kuukausittaisella VIP-tilausmaksulla 8,99 € / kk.



Kuva 9. Esimerkki mainosten pois maksamisesta PewDiePie's Pixelings -pelissä.

4.9 Tapahtumat

Vaikka erilaiset ajoitetut tapahtumat, eli eventit, eivät ole suoranainen mikrotransaktio, antavat ne mahdollisuuden uniikkeille ja aikarajoitetuille mikrotransaktioille, joten tunsin tarpeelliseksi lisätä ne tähän listaan. Lähes kaikissa onlinepeleissä noteerataan tavalla tai toisella ainakin yleisimpiä juhlapyyhiä, kuten halloweenia, joulua ja pääsiäistä. Tapahtuman aikana saattaa olla aikarajallisia mikrotransaktioiden alennusmyyntejä, täysin uusia teemoitettuja mikrotransaktioita, lisätehtäviä ja teemoitettuja karttamuutoksia. (Luton 2013, 48.)

Pelaajat voidaan tapahtumien avulla saada palaamaan peliin tai pysymään pelissä, mutta liian usein tai liian harvoin toistuvat tapahtumat voivat vaikuttaa negatiivisesti pelin pelaa-

jamäärään. Liian usein pidetyt alennusmyynnit vähentävät pelaajien ostosten koettua arvoa, ja esimerkiksi halloweenin ajan hyödyntämättä jättäminen on silkkaa tulojen hukkaan heittoa. (Luton 2013, 49.)

4.10 Fyysiset tuotteet

Lutonin (2013, 104) mukaan, vaikka F2P-mallin ideana onkin fyysisen pelipaketin pois jättäminen, voi silti fyysisiä tuotteita myymällä tienata hyvin. Etenkin, jos on tekemisissä tunnetun brändin kanssa. Moni F2P-peli on lisensoinut pelihahmoja, aseita ja muuta sisältöä pelistään leluiksi, pienoismalleiksi, pehmoleluiksi, ruoaksi ja jopa alusvaatteiksi. Sinä voit kävellä lähimpään Prismaan ja löytää hyllyiltä Fortnite-leluja ja -kirjoja. Fanituotteet ovat monelle suotuista tapaa käyttää rahaa pelin ulkopuolella.

5 Kritiikki ja huolenaiheet

Lappalaisen (2015, 191,194) mukaan F2P-peleissä varsinkin mobiilipuolella on paljon mekanismeja, jotka addiktoivat pelaajia ja pyrkivät houkuttelemaan heitä käyttämään rahaa peliin. Siksi monia F2P-pelejä kritisoidaan ahneiksi ja moraalittomiksi niiden pelisuunnittelun vuoksi. Lappalainen myös toteaa, että jos on taipuvainen ongelmapelaamiseen, voivat mobiilipelit olla ihmisille iso ongelma siinä missä normaalit kolikkopeliautomaatitkin.

Myös Clark (2014, 7) tuo esille miten huomattava määrä ihmisiä, ja jopa pelintekijöitä ei pidä F2P mallista ja ihmettelee miten peliä voi kutsua ilmaiseksi, jos se pyytää pelaajaa jatkuvasti käyttämään siihen rahaa. Videopelien ja varsinkin F2P-pelien uhkapelimaiset elementit ja niiden vaikutus ovat olleet viime aikoina puheenaiheena pelimediassa ja osa siitä on päätynyt valtavirta uutisiin. Täten lienee oleellista tarkastella aihetta.

Mäkelä (2018, 58) toteaa teoksessaan, että digipeliriippuvuus eroaa rahapeliriippuvuudesta sillä, että siitä puuttuu kokonaan taloudelliset tappiot. Mutta asia ei mielestäni ole lainkaan näin. Videopeleihin voi tuhlaata suuria määriä rahaa vain pieniä, mutta toistuvia ostoksia tekemällä. Siinä missä rahapelikoneesta suurimman osan ajasta ei voita mitään, saa esimerkiksi videopelien loot boxeista aina sentään jotain ja suurena voittona pidetään pienellä todennäköisyydellä tulevia harvinaisia palkintoja. Jernström (2016) tekee selväksi, että peliin tulee pystyä käyttämään yli tuhat euroa ja että isot pelit mahdollistavat kymmenien tuhansien eurojen käytön peliin sen elinaikana.

Jos mediaa seuraa, näkee ajoittain artikkeleja lapsista, jotka ovat käyttäneet suuria summia rahaa viattomilta vaikuttaneiden pelien mikrotransaktioihin. BBC Newsin (Kleinman, 2019) julkaisema artikkelin esimerkkitapauksena on autistinen lapsi, joka käytti yli 3000 dollaria yksinkertaisen mobiiliapin virtuaalivaluuttaan huoltajan paikalla ollessa, sitä silti huomaamatta. Samassa artikkelissa oli koottuna useita muitakin tapauksia lapsista, jotka ovat käyttäneet suuria summia pelien sisäisiin ostoksiin enemmän tai vähemmän vahingossa. Vaikka väitän aikuisten olevan videopelien mikrotransaktioiden ylivoimaisesti suurin käyttäjäkunta, tulee lapsista olla silti tietoinen, varsinkin kun on kyseessä uhkapeleihin rinnastettavissa oleva aktiviteetti. Lapsilla on useita syitä haluta ostaa lisäsisältöä videopeleihin, osa sosiaalisia, osa addiktioon liittyviä, ja osa hyväsydämissä tekoja itselleen tärkeään peliin. Silti epäeettinen markkinointi ja liiketoiminta ratkaisut saattavat luistaa ostokset irti käsistä.

Sosiaalinen paine on nuorilla iso tekijä mikrotransaktioiden ostamiseen, siinä missä tupakan kokeilu ja alkoholin juontikin. Koulukiusaamista videopelien sisäisten ostosten takia on raportoitu entistä enemmän. Viimevuosina huippusuositun Fortnite -pelin julkaisun jälkeen "Default"-termi on ollut haukkumasana lapsille, joilla ei ole maksettuja asusteita pelihahmoilleen ja lapset ovat anelleet vanhemmiltaan rahaa skineihin koska heidän kanssaan ei muuten pelata. Pelin oletus skineissä pelaamalla tuntee olevansa köyhä ja että ei kuulu joukkoon pelin sisällä tai sen ulkopuolella. (Korhonen, 2019; Hernandez, P 2019.) Mikrotransaktiot vaikuttavat olevan monella tapaa merkityksellisiä nuorille pelaajilla ja kokemuksella voin sanoa tällaisen käytöksen lasten ja nuorten keskuudessa olevan yleistä ja olleen olemassa jo pitkään eri peleissä ja eri muodoissa.

Clark (2014, 176) tuntuu painottavan vanhempien olevan portinvartijoita lasten rahankäytölle videopeleissä. Mutta kaikki vanhemmat eivät tiedä mitään lastensa pelaamista peleistä, saati sitten niiden sisältämisestä mikrotransaktioista. Tai edes siitä, että niitä on ollenkaan olemassa. ESRB, eli the Entertainment Software Rating Board, joka määrää videopeleille ikäraajat USA:ssa, otti 2018 käyttöön uuden pelin ikäraajan vaikuttavan tekijän, "in game purchases" eli pelin sisäiset ostokset. Eli kaupasta pelin ostaessa näkee varoitusmerkin ikäraajan vieressä. Saman teki myös eurooppalainen PEGI, eli Pan European Game Information, sama rooli, mutta Euroopan alueella. Huolestuttava huomio oli, miten elokuussa 2019 18 % kaikista ESRB:n arvioimista peleistä sisälsi mikrotransaktioita. (McAloon, 2019). Myös PEGIn peleistä "alle 20 %" sisälsi mikrotransaktioita. (PEGI, 2020.)

State of play 2017 (Järvinen-Tassopoulos ym. 2018, 50) tutkimuksen mukaan vuonna 2015 suomalaisista 80 % on pelannut rahapelejä kuluneen vuoden sisään. Puolet vastan- neista olivat aloittaneet uhkapelit alle 17-vuotiaina ja 75 % alle 21-vuotiaina. Ilmeisesti hy- vin moni lapsi ja nuori altistuu juuri uhkapelien mainonnalle, tai muille niihin johtaville är- sykkeille hyvin aikaisessa vaiheessa. Iso britannialaisen Gambling Comissionin tutkimus (2018) kertoo, että uhkapelejä pelaavien lasten ja nuorten määrä on isompi kuin huu- meita, tupakkaa, tai alkoholia käyttävien lasten ja nuorten määrä. 39 % alaikäisiä oli käyt- tänyt rahaa uhkapeleihin vuoden sisällä ja 14 % viikon sisällä. Vain 19 % vanhemmat oli- vat asettaneet selkeitä rajoja rahapelien suhteen. Tutkimuksessa myös viitattiin siihen, mi- ten miljoonat lapset ja nuoret ovat tutustuneet uhkapeli mekaniikkoihin videopelien loot boxien, cratejen, packien ym. kautta. Suurimmassa osassa peleistä, näitä loot boxeja voi ostaa virtuaalivaluutalla, jota ansaitsee pelissä edetessä, mutta lähes joka tapauksessa mahdollisuus käyttää oikeaa rahaa on olemassa ja helposti löydettävissä (usein etusivulla hyvin vähien klikkausten takana ja varsinkin mobiilipeleissä tulee jatkuvia pop-up-mainok- sia lisäostoksiin liittyen). 54 % 11-15 vuotiaista olivat tietoisia rahankäyttö mahdollisuuk- sista videopeleissä ja 31 % oli käyttänyt niihin rahaa.

Kiinan mukaan nuorten videopeliriippuvuus on iso ongelma ja osasyynä esimerkiksi nous- seeseen lähinäköongelmaan ja huonoihin akateemisiin saavutuksiin. 2019 voimaan tul- leen rajauksen johdosta alle kahdeksantoistavuotiaiden pelaikaa rajataan kello 8-22 väli- seen aikaan, viikolla saa pelata vain 90 minuuttia päivässä, viikonloppuna ja lomapäivinä kolme tuntia. Merkittävimpänä ja meitä kiinnostavimpana lisänä laki myös rajaa mikro- transaktioihin käytettyä rahamäärää, joka on pelaajan iästä riippuen 28 ja 57 dollarin vä- lillä kuukaudessa (valuutta suhtautettu artikkelia varten). Kiinan videopelibisneksessä ja esports-kilpailuissa liikkuu valtavat määrät rahaa ja tämä on siitäkin johtuen ollut keskus- telua herättävä muutos (Hernandez. J 2019).

Loot boxit, jotka kaikista mikrotransaktioista vaikuttavat olevan helpoiten verrastettavissa perinteisiin uhkapeleihin, ovat olleet niin sanotusti tulen alla muutamana viime vuotena. 2019 kesällä U.S:n senaattori Josh Hawley ehdotti loot boxien kieltämistä videopeleistä, sillä ne hyväksikäyttävät addiktoituneiden taipumuksia ja hyötykäyttävät lapsia. Hänen mukaansa, kun peli suunnitellaan lapsille, pelintekijöiden ei tulisi saada rahastaa addikti- osta (BBC News, 2019). Extra Creditsin (27.1.2016) video toi esille lasten sijaan mikro- transaktioiden kohteena olevan masentuneet, vasta eronneet, työnsä menettäneet, sosi- aalisen kanavan puutteessa olevat ja rahankäyttö ongelmaiset aikuiset.

Useassa maassa on viime vuosina aloitettu tutkintoja loot box-mekaniikkoihin liittyen ja niitä koskevia lakeja ja suosituksia on otettu käyttöön. Esimerkiksi Kiinassa ja Etelä Koreassa peliyhtiöiden on pakko ilmoittaa tarkat prosenttiluvut kullekin loot boxista mahdollisesti saatavalle palkinnolle. (Hefer, 2018.) Belgiassa on oikealla rahalla ostettavat loot boxit kielletty ja peliyhtiöiden oli poistettava ne maassa jo julkaisemistaan peleistä. Myös alankomaat on rajoittanut mikrotransaktioita lainsäädännöllä (Gerken, 2018). Suomessa loot boxeja ja muita mikrotransaktioita ei ole lainsäädännöllin rajoitettu, sillä 2019 aiheen tutkinnan mukaan loot boxeihin ei voi soveltaa suomen lakia ja niitä verrataan arpajaisen toteutukseen ulkomailla (Mansikka, 2019).

13.4.2020 sekä PEGI että ESRB ilmoittivat lisäävänsä ”In game purchases” ikäraja merkintäänsä lisäyksen ”Includes paid random items”, eli sisältää maksullisia sattumanvaraisia esineitä (PEGI) ja ”Includes random items”, eli sisältää sattumanvaraisia esineitä (ESRB) huomautuksen. (PEGI, 2020; ESRB, 2020.) Esimerkki uudesta merkinnästä kuvassa 10. Muutos viittaa selvästi loot boxeihin ja vastaaviin gacha-mekaniikkoihin. Vaikka oman kokemukseni perusteella en usko ikärajojen estävän lapsia pelaamasta aikuisten pelejä, tai vanhempien aina edes noudattavan ikärajoja, on silti hyvä nähdä, että askelia oikeaan suuntaan on otettu ja nyt pelin ostaessa ja ladatessa näkee selvästi sisältääkö peli loot boxeja.



Kuva 10. Esimerkki PEGIn uudesta merkinnästä (PEGIn kotisivuilta)

6 Tutkimuksen lähtökohdat

Opinnäytetyönä suoritettavassa tutkimuksessa tarkoitus oli selvittää F2P-videopelien ja mikrotransaktioiden tämänhetkistä tilannetta ja loppukäyttäjien, eli pelaajien, niihin suhtautumista. Mikrotransaktiot ovat lisääntyneet huomattavasti kuluneen vuosikymmenen aikana, varsinkin F2P-peleissä, ja jopa satunnainen pelaaja kuten minä on huomannut ne ja niihin viime aikoina kohdistuneen kritiikin.

Tutkimuskysymykseni siis on selvittää, mikä on pelaajien suhtautuminen mikrotransaktioihin F2P-peleissä? Tämä toteutetaan haastatteluilla. Täten saisi selville, mitkä mikrotransaktiotyypit ovat suosituimpia, mitkä inhotuimpia ja kaikista tärkeintä; miksi? Tämä vaatii myös erilaisten mikrotransaktio-tyyppien erittelyä, joka on tehty tietoperustassa.

Hypoteesini ennen tutkimuksen alkua olivat seuraavat:

Oletin Loot boxien ja helpotusostosten saavan vähiten hyväksyntää pelaajilta. Loot boxit ovat olleet viime vuonna (2019) paljon uutisissa, ja pelimediaa seuraamalla on helppo huomata niihin kohdistuva kritiikki. Esimerkiksi Electronic Artsin 2017 julkaisema Star Wars Battlefront 2 -peli päätyi Guinness world recordsiin kaikkein aikojen negatiivisimmin vastaanotettuna julkaisuna Redditissä, kun julkaisija vastasi pelaajien kritiikkiin pelin sisältämistä loot boxeista (Guinness World Record, 2017). Lisäksi muutamassa maassa, kuten Belgiassa, on asetettu lakeja loot boxeja vastaan. Helpotusostosten kanssa en usko ilmaiseksi pelaavien pelaajien katsovan hyvällä, miten maksavat pelaajat voivat nopeuttaa ja ohittaa sisältöä.

Oletin uusien pelattavien hahmojen ja kustomointiostosten olevan suosituimpia mikrotransaktioita. Kosmeettiset ostokset eivät itsessään muuta peliä millään muulla kuin visuaalisella tavalla, ainakaan alustavasti, joten niistä on vaikeaa keksiä haittapuolia. Itsensä ilmaisu ja joukosta erottuminen ovat mahdollisia uniikilla tavalla videopeleissä, ja uskon hattujen, hiustyylien, vaatetusten ym. antavan joka pelaajalle jotain, mistä pitää. Uudet pelattavat hahmot antavat pelille lisäarvoa, enemmän pelattavaa ja vaikka moninpelissä ei itse olekaan uusia hahmoja ostanut, pääsee silti ottelemaan niitä vastaan / niiden kanssa.

6.1 Menetelmäkriteerit

Tutkimustyyppiksi valikoitui kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Syynä tähän oli, miten kvalitatiivinen tutkimus tutkii merkityksiä enemmän kuin numeraalisesti kerättyä dataa ja miten näkökulma kohteena olevaan ilmiöön on oleellinen. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on yleisesti tiedon keruun oleellisena osana ihmiset ja heidän näkemyksensä. Tutkimuksessani oli oleellista saada selville pelaajien suhtautuminen käsiteltävään ilmiöön, ei pelkkä kyllä- tai ei-kaavion antama vastausdata. (Hirsjärvi ym. 2007.)

Kvalitatiivisen tutkimukseni ytimessä on F2P-pelien pelaajien haastattelut aihepiiristä. Paasi-May ja Vitikainen (2010, 3) kuvailevat haastattelua yleisesti käytettynä tiedonhankintamenetelmänä ja että systemaattisesti toteutettuna ne ovat tieteellisesti päteviä menetelmiä tiedonhankintaan. Kasvotusten suoritettua suullista haastattelua kuvaillaan tavoitteelliseksi viestintätilanteeksi, joka sisältää aina vähintään kaksi osapuolta. Vaikka kyselyt olisivat voineet saada huomattavasti isomman vastaajamäärän ja laajemmalta alueelta, halusin päästä pintaa syvemmälle, joten tämä mielessä valitsin haastattelut kyselyjen sijaan.

Paasi-May ja Vitikainen (2010, 3) erittelevät haastattelun mahdollisia tavoitteita seuraavasti; on tiedonlevitys (esimerkiksi uutishaastattelu), mielipiteiden kartoitus (esimerkiksi tutkimus, kuten omani), tiedon keruu (esimerkiksi atk-selvitystyö), ongelmanratkaisu, tietojen, taitojen ja ominaisuuksien selvittäminen (esimerkiksi työelämän haastattelut) ja vaikuttaminen (esimerkiksi myyntihaastattelut). Itse paneuduin haastatteluissa kartoittamaan haastateltavien mielipiteitä ja kokemuksia aihepiiristä ja kasvotusten haastattelun luonteva vuorovaikutustilanne sopii mielestäni mainiosti osaksi tutkimusta.

Paasi-Mayn ja Vitikaisen (2010) Haastattelutekniikka-opetusmateriaalin perusteella tein kysymysrunгон haastatteluja varten. Pyrin pitämään kysymykset avoimina ja kysymään vain yhtä asiaa kerralla. Kysymykset syntyivät suurelta osin tietoperustan raamien ympärille. Runko alkoi helpoilla lämmittelykysymyksillä (ikä, sukupuoli, paljonko pelaat viikossa, mitä F2P-pelejä olet pelannut), jonka jälkeen käytiin yksitellen läpi eri F2P-pelien mikrotransaktiotyypit (kosmeettiset ostokset, virtuaalivaluutat ym.), kysyen tarvittaessa tarkentavia kysymyksiä. Lopuksi aiheena oli F2P-pelien mikrotransaktiot kokonaisuutena (niiden hinnoittelu, hyvät ja huonot puolet). Kyselyn runko löytyy liitteistä (Liite 1).

Minulla oli muutama huomio, jotka pyrin pitämään mielessä haastatteluja suorittaessani. Tarkoitukseni oli kannustaa haastateltavaa puhumaan avoimesti ja antamaan esimerkkejä vastauksistaan. Haastatteluja suorittaessa pyrin parhaani mukaan olemaan johdattelematta kysymyksilläni. Olin valmis poikkeamaan rungosta tarpeen tullen, mutta pyrin silti aina tuomaan keskustelun takaisin rungon varrelle ja jatkamaan siitä, mihin jäätiin. Testasin haastattelurunkoa ystäväni kanssa varmistuakseni sen toimivuudesta ja siitä, että haastateltava varmasti ymmärtää, mitä kysymyksissä kysytään. Testihaastattelu kesti noin 45 minuuttia, ja korjasin sen jäljiltä muutaman kysymyksen asetelua ja järjestystä. Näillä aineksilla lähdin toteuttamaan haastatteluja tutkimukseeni.

Alun perin suunnittelin haastattelevani noin 10-15 ihmistä, koska koin, ettei pieni määrä haastateltavia antaisi tarpeeksi dataa. Liian pienellä määrällä haastateltavia riskeeraisin

olla kuulematta joitain tärkeitä näkökulmia, kokemuksia ja mielipiteitä, videopelit kun ovat laaja aihepiiri. Lisäksi en halunnut luvun vaikuttavan liian pieneltä, kun kerran opinnäyte-työstä oli kyse. Keskusteltuani aiheesta ohjaajani kanssa totesimme yli kymmenen olevan aika paljon, joten vähensin määrää ja tyydyin yhdeksään haastateltavaan. Luku oli mi-nusta sopiva, ei liian pieni eikä liian suuri ja ajallisesti toteutettavissa.

Oleellisin kriteeri haastateltavan valinnalle oli, että hän pelaa tai on pelannut F2P-pelejä. Mikä tahansa alusta, mobiili, konsoli, pc ja minkä tahansa genren peli hyväksyttiin. Haas-tateltavien ei ollut tarvinnut käyttää rahaa mikrotransaktioihin vastatakseen haastattelun kysymyksiin. F2P-peleissä törmää mikrotransaktioihin tahtomattaan, joten vaikutti niitä hyödyntäisikään, on pelaajilla niihin kosketuspintaa.

Itse asettamani kriteeri haastateltaville oli, että heidän tulee olla täysi ikäisiä. Syitä tähän on kaksi. Ensimmäinen on oma mielipiteeni siitä, ettei lapsilta ja nuorilta kannata kysyä ra-han käytöstä, koska raha ei alustavasti ole heidän, vaan heidän vanhempiensa. Vaikka uutisissa ajoittain onkin otsikoita suuria määriä peleihin rahaa käyttäneistä lapsista, koen syyn olevan silti vanhemmilla, jotka A: eivät vahdi lasten tekemisiä ja B: antavat luottokort-titietonsa lasten ulottuville ilman valvontaa. Koen, ettei lasten ja nuorten käsitys raha-asi-oista ole tarpeeksi kehittynyt, joten halusin haastatella yli 18-vuotiaita. Toinen syy on Extra Creditsin (27.1.2016) video, joka toi saman aatteen esille tukien näkökulmaani. Lapsilla ei ole luottokortteja, ja vanhemmilla on lukuisia tapoja estää lapsiaan käyttämästä hurjia summia videopeleihin. Oletetusti vain pieni osa mikrotransaktioiden tuomista tuloista on lapsista lähtöisin.

Olin tietoperustaa varten lukenut Lappalaisen (2015, 189) teoksen Pelien valtakunta ja pa-nin merkille, miten pelaamisesta haastateltujen nimiä ei julkaistu pelaajien toiveesta. Lap-palainen kertoo olevan vaikeaa saada pelaajat puhumaan omalla nimellään ja miten peli-harrastusta ja varsinkaan siihen rahankäyttöä ei esimerkiksi työpaikoilla koeta sosiaali-sesti hyväksyttäväksi. Oman aiheeni ollessa videopeliharrastukseen ja rahankäyttöön liit-tyvä päätin olla julkaisematta haastateltujen nimiä, tai muita tarkkoja tietoja iän ja suku-puolen lisäksi. Toivoin myös anonymiteetin saavan heidät puhumaan haastatteluissa avoi-memmin.

Valitettavasti COVID-19 vaikutti haastatteluihini, sillä en saanut suoritettua niitä kasvotus-ten, vaan jouduin perumaan usean jo sovituista ajoista, eikä moni paikka, mistä olin haas-tateltavia suunnitellut kerääväni, ollut enää auki. Myös haastattelun nauhoitus tuli miettiä uudelleen. Alkuperäinen suunnitelmani oli nauhoittaa haastattelut puhelimen nauhoitusso-velluksella ja siirtää ne pilveen ja sitä kautta tietokoneelleni. Tarkasteltuani tarjolla olevia

mahdollisuuksia päädyin valitsemaan Skype haastattelujen suorittamista varten, sillä Skypellä pystyy vaivatta nauhoittamaan keskusteluja ilman pituusrajaa. Valitettavasti Skype tallentaa videotiedoston, eikä pelkkää ääntä. Haastateltavat keräsin hieman hätäisesti, osittain tuttavapiiristäni, osittain online-peliryhmien kautta ja osittain koulusta. Alkuperäisen suunnitelman 9 haastateltavaa saatiin kasaan ja haastattelut suoritettiin ilman suuria ongelmia ja viivästyksiä.

6.2 Haastateltavat

Haastattelut suoritettuani materiaalia oli kertynyt yli 7 tunnin verran. Pisin haastattelu kesti yhteensä 66 minuuttia ja lyhin yhteensä 35 minuuttia. Koin haastattelujen menneen yllättävän hyvin, vaikka kieltämättä jäin kaipaamaan kasvotusten suoritettua haastattelua. Etänä, varsinkin ilman kamerayhteyttä suoritetuissa haastattelukeskusteluissa on pieni, mutta huomattava keskittymisen puute havaittavissa toisin kuin kasvotusten suoritetuissa haastatteluissa. Joudun mainitsemaan, että viive ja tekniset ongelmat eivät tee hyvää haastattelutilanteelle.

Tiivistetty yhteenveto haastatteluista on luettavissa liitteessä 2.

Yhdeksän haastateltavan ikäjakauma oli 20 – 26 vuotta. Koen tämän sopivaksi, sillä joukkoon kuuluu sekä juuri täysi-ikään päässeitä nuoria opiskelijoita että jo aikansa itsenäisesti eläneitä työssä käyviä aikuisia. Olisin toivonut saavani vanhempia haastateltavia muutaman, mahdollisesti perheellisiä, mutta äkkiä muuttuneeseen tilanteeseen nähden olen tyytyväinen tuloksiin.

Haastatelluista 2 oli naisia ja 7 oli miehiä. Olisin toki toivonut hieman tasaisempaa jakaumaa, mutta taas kerran ottaen huomioon odottamatta muuttuneen menetelmätapani, en pidä jakaumaa huonona.

Mitä peliaikaan tuli, haastateltavat käyttivät videopeleihin aikaa keskimäärin 26 tuntia viikossa. Korkein aika oli noin 50 tuntia viikossa ja pienin noin 10 tuntia viikossa. Kolmessa tapauksessa COVID-19 aiheuttama lomautus / karanteeni tilanne oli nostanut aikaa hieman normaaliin verrattuna.

6.3 Tulosten analysointia

Tutkimustulosten perusteella voi havaita, että kustomointiostokset koettiin kaiken kaikkiaan positiivisesti. Haastatteluissa todettiin, että oman pelihahmon kustomointi vaikuttaa positiivisesti monen haastatellun pelikokemukseen ja antaa mahdollisuuden ilmaista itseään ja antaa visuaalista ja persoonallista vaihtelua. Kuten luvussa 4.5 sivulla 15 tuotiin esille, kustomoinnin taustalla on pelaajien halu itsensä ilmaisuun, itsetunnon kohotukseen ja luovuuteen. Kustomointi koetaan myös vapaaehtoiseksi ja siten tuntuu monen mielestä hyväksyttävältä rahankäyttömahdollisuudelta. Eräs haastateltava toteaa huvittavalla tavalla; ”On kivaa, kun oma hahmo on värikäs, kiiltää ja ratsastaa lohikäärmeellä.” Mutta yhdessä haastattelussa tuli esille kustomointiostosten sosiaalinen paine elementti. Luvussa 5 sivulla 23 tuotiin tämä esille lasten ja nuorten käytöksessä, ja voin omasta kokemuksestani todeta saman pätevän aikuisiälläkin.

Moni haastateltava toi esille toiveen pystyä hankkimaan kustomointiostokset grindaamalla oikean rahan käytön lisäksi/sijaan. Kokisivat sen reilummaksi menettelytavaksi, koska heillä on perusolettama siitä, että ovat pelaamassa ilmaista peliä, jonka sisällöstä ei ole pakko maksaa. Luvussa 5 sivulla 22 Clark (2014, 7) tuo esille miten, huomattava määrä ihmisiä, ja jopa pelintekijöitä ei pidä F2P-mallista ja ihmettelee, miten peliä voi kutsua ilmaiseksi, jos se pyytää pelaajaa jatkuvasti käyttämään siihen rahaa.

Haastattelujen perusteella pay-to-win -elementeistä ei pidetty lainkaan, varsinkaan PvP-peleissä. Suurin osa haastatelluista toi voimakkaasti esille, miten maksullisen kilpailuedun läsnäolo heikentää heidän pelikokemustaan ja tuntuu epäreilulta ilmaiseksi pelaavia kohtaan, kun toinen saa rahaa vasten huomattavaa pelietua. Lainaten haastateltua; ”100 % ei sille.” Pay-to-win -elementtejä kuvailtiin epäreiluksi ja vievän hauskuuden ja kilpailun viehättyksen pelistä. Yksi haastateltava toi esille, miten ne ovat hyväksyttäviä pienissä, hilityissä määrissä. Luvussa 4.4 sivulla 15 Luton (2013, 80) toi esille, miten ongelma pay-to-winin kanssa voi pahimmillaan aiheuttaa pelaajakadon, josta peli ei enää toivu, joten sen kanssa on oltava varovainen. Samassa luvussa Jernström (2016) sanoi kilpailuetuosten olevan itsessään hyviä, mutta niiden kanssa on helppoa mennä liian pitkälle. Jos peli on liian selvästi pay-to-win, pelaajat lakkaavat pelaamasta. ”Pelaajana et saa tuntoa tullesi huijatuksi, tai et enää palaa peliin.” lainaus on Rovion Oskar Burmanilta (Luton 2013, 94).

Kiinnostavana löydöksenä tutkimus toi esiin, että pay-to-win -elementtejä koettiin olevan kilpailuetuosten ulkopuolellakin. Virtuaalivaluuttojen ja helpotusostosten koettiin usean

haastateltavan mukaan olevan pay-to-win elementtejä niiden antaessa epäreilulta tuntuvia etuja muihin pelaajiin nähden. Kaksi haastateltavaa toi esille, miten jopa kustomointiostokset, kuten skinit, voivat antaa jonkinlaisia kilpailuetuja ja antoivat esimerkiksi League of Legendsissa olleen maksullisen skinin, joka koettiin pay-to-wininä ja kiellettiin pelin turnauksista. Haastateltava sanoi; ”Mikäli on jotain mitä sä voit avata rahalla, mikä on parempaa kuin mitä peli tarjoaa ilmaispelaajille, Se on pay-to-win.” Kommentti kertoo paljon Pay-to-win -elementtien laajalle levinneestä halveksinnasta, etenkin kilpailullisissa peleissä. Myös helpotusostokset ja virtuaalivaluutat mainittiin epäreiluntuntuina. Sisällön suora ohittaminen ja nopeuttaminen on monelle haastatellulle, ja itsellenikin, helppo kokea pay-to-winiksi. Luvussa 4.6 sivulla 17 Clarke varoittaa mahdollisesta pay-to-win -ongelmasta, jonka virtuaalivaluutan ostaminen voi peliin aiheuttaa.

Suurin osa toi uhkapelielementit esille loot boxeista keskustellessamme, mutta myös virtuaalivaluutassa ja helpotusostoksissa. Niissä koetaan olevan paljon yhteneväisyyksiä uhkapelien kanssa. Ne nähdään haitallisiksi lapsille, mutta ei pelkästään heille, sillä aikuisten ja jo valmiiksi rahankäyttöongelmaisten nähtiin olevan vaarassa addiktoitua tämäntyyppiin mikrotransaktioihin. Luvussa 5 käsitellään aihetta ja tuodaan samoja huolenaiheita esille, tosin ei pelintekijöiden, vaan median ja ikärajojen määräysten kautta. Extra Credits (27.1.2016) toi myös esille, miten lasten ei koeta olevan suurin riskiryhmä.

Mainosten kanssa haastateltavat kokivat päällimmäisin puolin niiden olevan ”ok” ja ne hyväksytään osana pelejä, varsinkin mobiililaitteilla. Haastateltavat eivät silti kokeneet niitä positiivisena osana peliä ja pelikokemusta, varsinkaan tunkeileviä mainoksia. Luvussa 4.8 sivulla 20 Luton (2013, 103) tuo esille, että mahdollisuus maksaa mainosten poistosta paljastaa heikon puolen mainonnasta; käyttäjät eivät usein pidä mainoksista.

Haastateltavat kokivat hyvin yksimielisesti tapahtumien olevan mielekkäitä, peliä elävöittäviä ja vaihtelua tuovia elementtejä, eivätkä katsoneet pahalla niiden mukana tulevia mikrotransaktioita. Moni silti toi esille halun pystyä tienaamaan ne joko haasteita suorittamalla tai grindaamalla.

Haastateltavat kokivat varainkäytön hyväksyttävänä, kun kyseessä oli fyysisiä, pelin ulkopuolisia tuotteita. Lähes jokaisella haastateltavalla oli erilaisia ”fanituotteita”, kuten pelibrändättyjä tauluja, miniatyyreja ja vaatteita. Osittain koska ne eivät vaikuta peliin itseensä mitenkään, ei niissä nähty pahoja puolia. Toki ne eivät ole kaikille, mutta ne eivät voi mitenkään pilata pelikokemusta muilta. Joka alakulttuurilla on ”kulttuurikrääsää”, vertailuna bändipaidat ja urheilujoukkueiden kannatusvaatetus.

Pelaajat olivat valmiita käyttämään jotakuinkin taskurahan verran rahaa mikrotransaktioihin, eli noin 4 - 5 euron verran ja jopa pari kymppiä, jos kyseessä oli merkittävän kokoiseksi koettu ostos, kuten isommat sisältöostokset. Luvussa 4.2 sivulla 11 Jernström (2016) tuo esille, miten sisältöostokset, varsinkin isot sellaiset, on muita mikrotransaktio tyyppisiä kalliimpia ja hankalampia toteuttaa, joten pelaajien valmius käyttää niihin enemmän rahaa on positiivinen huomio. yksi haastateltava toi esille miten hetken mielijohteesta saattaa päätyä käyttämään isompia summia kuin oli tarkoitus pelin alkaessa. Luvussa 4.3 sivulla 14 Lappalainen (2015, 164) kirjoittaessa Clash of Clansista ja muista Supercellin peleistä hän toi esille, miten rahan tekeminen perustuu pelaajien kärsimättömyyteen, kilpailuviettiin ja valmiuteen olla käyttämässä oikeaa rahaa pelin nopeuttamiseen. Jernström (2016) myös kehottaa painostamaan pelaajia tekemään nopeita, tunneperäisiä ostoratkaisuja ja tekemään mikrotransaktioista houkuttelevia ja saman tien hyödyllisiä.

Haastatelluista huomattava osa kokivat virtuaalivaluutan tuovan etäisyyttä oikean rahan käytön ja ostoksen välille ja saa niin pelaajat käyttämään huomaamattaan enemmän rahaa peliin ja sen sisäisiin ostoksiin. Virtuaalivaluutat eivät itsessään olleet pahoja, kunhan niitä saattoi haalia kasaan esimerkiksi grindaamalla. Iso osa haastatelluista toivoi olevan mahdollista ostaa mikrotransaktiot oikealla rahalla virtuaalivaluutan sijaan. Yksi haastateltava sanoi virtuaalivaluutoista: ”Yrittää hälventää sitä sun todellista summaa mitä sä käytät.”

Sisältöostokset haastateltavat kokivat positiivisesti, vaikka tuotiinkin esille niiden haittapuolet. Esimerkiksi mahdolliset pelin tasapainoon vaikuttavat tekijät, kuten power creep ja pelaajakunnan segmentoituminen mainittiin. Luku 4.2 sivu 10 tuo esille yllä mainitut ja miten uusia pelialueita tarjoavien sisältöostosten kanssa pelaajakunta siirtyy alkuperäisen ilmaisen pelin alueelta, uudelle, maksulliselle alueelle. Isot tarina painotteiset sisältöostokset muistuttavat haastateltuja eniten perinteisistä lisäosista, joten rahalle koettiin olevan vastinetta. Witcher 3 pelin lisäosat Blood and Wine, sekä Hearts of Stone tuotiin kahdesti esille positiivisina vertailukohtina. Mutta kuten haastatteluissa tuli ilmi, ovat sisältöostokset segmentoitumisesta ja tasapaino-ongelmista huolimatta suuressa suosiossa ja pelaajat ovat valmiita käyttämään niihin enemmän rahaa. Luvun 4.2 sivut 10-11 tuo esille miten ne ovat kertaostoksia ja kalliimpia toteuttaa, joten enemmän rahan käytön valmius pelaajilta on positiivista.

Haastatteluissa koettiin helpotusostokset erittäin kielteisenä. Tuotiin esille, miten peli vaikuttaa olevan tehty tarkoituksella sellaiseksi, että siihen pitäisi laittaa rahaa pärjätäkseen. Liiallinen grindaaminen koettiin haastatteluissa olevan lisätty moneen peliin tarkoituksella,

jotta mahdollisuus ostaa sitä helpottava mikrotransaktioita olisi houkuttelevampaa. Kiinnostava kanta, ottaen huomioon kuinka monesti tuotteiden ansaitsemista grindaamalla toivottiin. Silti osassa haastatteluista ymmärrettiin, miten jotkut pelaajat käyttävät helpotusostoksia vain, koska heillä ei ole aikaa pelata, tai haluavat pelata ilman liiallisia odotusajkoja. Moni haastateltava silti koki helpotusostosten olevan inhottavia ja epäreiluja, varsinkin kun ne tulivat puheeksi yksinpeleissä. Haastateltava sanoi; ”Pelistä ei pitäisi tehdä tarkoituksella nii ylitsepääsemättömän vaikeaa, et pitäisi rahalla yrittää pärjätä.”

Haastatteluissa mikrotransaktiot koettiin hyväksytyiksi F2P-peleissä, koska itse peli on ollut maksuton, toisin kuin perinteisissä maksullisissa peleissä, joissa haastateltavat kokivat vastenmielisyyttä mikrotransaktioille, sillä maksetaanhan pelistä usein jopa 69,95 €. Eräs haastateltava totesi; ”Mä maksoin jo tästä pelistä, pitääkö mun maksaa vielä lisää?” Lisäosto voi tuntua epäreilulta lisärahostukselta. Luvussa 4 sivulla 7 esille tuotu artikkeli kertoi, miten paljon mikrotransaktioilla voi tienata ja miten yksi pelimaailman isoimmista nimistä aikoo sisällyttää mikrotransaktioita kaikkiin peleihin tulevaisuudessakin. Mutta haastattelujen perusteella voi huomata, että mikrotransaktioiden hyväksyntä maksullisten pelien puolella ei ole lainkaan samalla tasolla kuin F2P-peleissä. Moni haastateltu toi esille halunsa tukea pelin kehittäjiä, joka on ymmärrettävää, kun kyseessä on F2P-peli, jonka tienestit tulevat juurikin mikrotransaktioista. Haastateltava totesi; ”Jos haluaa käyttää ilmaiseen peliin mistä nauttii rahaa, niin siitä vaan.”

6.4 Johtopäätöksiä

Haastattelujen analysoinnin jälkeen voi niiden perusteella vetää johtopäätöksiä.

Mikrotransaktioiden F2P-peleihin aiheuttama reiluus vs epäreiluus aihe tuli paljon esille haastatteluiden aikana ja oli yksi niiden kiihkeimmistä keskustelunaiheista. Epäreilulta edes jossain määrin vaikuttavia pay-to-win -elementtejä kilpailuetuostosten, virtuaalivaluuttojen ja helpotusostosten parissa kartetaan ja ne tuovat suuria määriä negatiivisia tunteita ja kokemuksia peliä kohtaan. Pelaajia huolestuttaa, jos maksavien ja ilmaisupelaajien välille tulee liian iso ero. Pelaajat investoivat paljon aikaa joidenkin pelien pariin ja jos joku voi tehdä turhaksi kaiken sen ajan vain maksamalla, tuntuu se pelaajista kurjalta. Luvussa 4 sivulla 8 tuotiin esille, miten vain noin 5 % F2P-pelin pelaajakunnasta käyttää peliin rahaa, joten 95 % pelaajakunnasta on ei-maksavien leirissä. Pelin tasapaino, oli se sitten oikeasti numeraalisesti mitattavissa, tai vain pelaajien kokema, on hyvin tärkeä, koska ilmaiseksi pelaavat ovat valtaosa pelaajakunnasta. Kuten luvussa 4.4 sivulla 15 tuotiin

esille, miten pelaajakato on pay-to-winin suuri sudenkuoppa. Pelaajat eivät pysy pitkään pelissä, jonka kokevat epäreiluksi, kun taas reiluissa peleissä voi kulua jopa vuosia.

Grindaus ja miten tulisi olla mahdollista saada lähes kaikki mikrotransaktiot grindaamalla oikean rahan käyttämisen lisäksi tuli esille jatkuvasti haastatteluissa. Tämä on ymmärrettävä näkökanta, varsinkin kun otetaan huomioon arviolta 95 % pelaajista pelaavan ilmaiseksi. F2P-pelit ovat alustavasti juurikin ilmaisia ja pelaajat näkevät oleelliseksi, että pelistä pitää pystyä nauttimaan ilman rahan käyttöä ja, että pelistä saa kokonaiselta tuntuvan kokemuksen. Kuten luvussa 4.5 sivulla 16 tuotiin esille, pelaajien kynnyksellä ostaa joitain tuotteita laskee, kun he näkevät samoja tuotteita muilla pelaajilla. Vaikuttaa siltä, että on syytä antaa ilmaiseksi pelaavien pelaajien ansaita grindaamalla mitä haluavat, tai ainakin suurimman osan tuotteista, sillä tämän voi toimia myös pienimuotoisena mainostustapana. Lisäksi, jos pelaajat kokevat pelin reiluksi ja palkitsevaksi, pelin maine kohenee.

Loot boxit olivat kiinnostava aihe haastatteluissa, sillä mekaniikka itsessään vaikutti saavan hyväksyntää, mutta sen implementointi ei. Tulokset loot boxeista olivat hyvin lähellä 50/50 jakaumaa, osa inhosi, osa tykkäsi. Haastateltavat vaikuttivat pitävän loot boxien, ja muiden gacha mekaniikkojen sattumanvaraisesta elementistä. Pohjimmiltaan laatikko, josta saa yllätyksen koetaan positiivisesti. Eräs haastatelluista toi esille, miten loot boxista tullut skini pelihahmolle, jota hän ei käytä, voi saada hänet kokeilemaan täysin uutta pelihahmoa, jolle kyseinen skini kuuluu. Ongelma nousi, kun loot box oli ainoa mikrotransaktio malli, tai se oli pelin progressiomalli, tai kaikista eniten esille tuotu malli, tai oikealla rahalla ostettavissa oleva malli tai jokin yhdistelmä kaikkia. Näiden seikkojen läsnä ollessa loot boxit alkoivat saada haastatelluilta vahvasanaista kritiikkiä ja uhkapelielementit ja pay-to-win tuotiin nopeasti esille.

Star Wars Battlefront 2-pelin loot boxit tuotiin esille, kuten olin hypoteesissani enteillyt. Muutama kertaan tuotiin esille, miten loot boxeista saatavilla olevat tuotteet pitäisi pystyä täsmäostamaan erikseen ilman loot boxin sattumanvaraista elementtiä. Itsekin otan tähän kantaa, sillä on hyvin rasittavaa, miten haluttu tuote, esimerkiksi skini, saattaa olla yksi 40 muusta tuotteesta. Mahdollisuutesi saada haluamasi skini on siis 1/40, sen sijaan, että voisit ostaa skinin suoraan. Yksinkertainen johtopäätökseni on, että loot boxit ovat hyväksyttäviä mikrotransaktioita, kunhan ne ovat yksi useasta, vapaavalinnaisista ja niiden uhkapelielementtejä pyritään minimoimaan.

Merkittävä osa haastatelluista halusi mahdollisuuden ostaa tarjolla olevat mikrotransaktiot suoraan oikealla rahalla, virtuaalivaluutan sijaan / lisäksi. Vaikutti siltä, että kova virtuaalivaluutta koetaan turhana välikätenä, jolla yritetään tehdä etäisyyttä oikean rahan käytön ja

ostosten välille ja saada pelaajat huomaamattaan käyttämään enemmän, kuin alun perin halusivat.

Tutkimusta tehdessäni tapahtui luvussa 5 sivulla 25 esitetty uudistus pelien ikärajoihin liittyen. PEGI ja ESRB ilmoittavat nykyään ikärajoitusten yhteydessä sisältääkö peli maksullisia loot boxeja. Tämä antaa ostajille enemmän mahdollisuutta välttää haitalliseksi kokemiaan elementtejä peleissä. Mutta haastattelujen aikana tuotiin esille, miten ikärajojen ei uskota auttavan paljoa, eikä niistä keskusteltu paljoa. Omien kokemuksieni mukaan voin todeta, että lapset sekä vanhemmat eivät ikärajoja aina noudata tai edes ymmärrä. Osassa haastatteluja tuotiin esille, miten lasten ei koeta olevan ainoa vaarassa oleva kohderyhmä. Ikärajat eivät estä esimerkiksi aikuisia pelaamasta itselleen mahdollisesti haitallisia pelejä. Ikärajoja koskeva muutos on toki hyvä muutos oikeaan suuntaan, mutta ei peitä varsinaista ongelmaa, vaan antaa sille vain pienen muurin lasten ja uhkapelielementtien välille. Kuten Extra Credits (27.1.2016) toi esille luvussa 5 sivulla 25, uhkapelielementtien ja muiden addiktoivien mikrotransaktioiden todellinen vaarassa oleva kohderyhmä ovat vasta eronneet, masentuneet, sosiaalisen kontaktin puutteessa olevat ja työnsä menettäneet aikuiset.

Haastatteluja tehdessä nousi esille huomio, miten vähän positiivisia puolia mikrotransaktioidista haastateltavat keksivät. Huomattavan monesti ja monessa eri aiheyhteydessä termi ”tukea pelintekijöitä” tuli esille muodossa tai toisessa. Kysyessäni haastatelluilta heidän mielipiteitään mikrotransaktioista maksullisissa peleissä, koko ajatus sai suuren määrän negatiivisia vastauksia. Pelaajat vaikuttavat ymmärtävän mikrotransaktioiden pitävän F2P-pelejä elossa, siitä tulee halu ”tukea pelintekijöitä”, mutta kun pelistä on jo valmiiksi maksettu hinta, ei mikrotransaktioita nähdä enää samalla tavalla. Nämä tulokset saivat minut päättämään seuraavaan johtopäätökseen: Mikrotransaktioista ei yleisesti pidetä, mutta ne hyväksytään pienenä pahana, koska niiden ansiosta F2P-pelit voivat olla olemassa ja pelaajat ovat tietoisia tästä kytköksestä.

7 Pohdinta

Tutkimuksen tavoitteet saavutettiin: mikrotransaktiotyypit eriteltiin, niiden perusteella suoritettiin haastattelut ja haastattelujen tuloksia analysoitiin ja vedin niistä johtopäätöksiä. Olin osannut odottaa negatiivista asennoitumista mikrotransaktioita vastaan, mutta yllätyin, miten paljon uutisissa olleet loot boxit eivät saaneet enempää vihaa. Ehkä tärkein johtopäätös oli pelaajien halu pelata peliä ilmaiseksi, eli mahdollisuus ansaita lähes kaikki grindamalla oikean rahan käytön sijaan. Näin F2P-pelien mikrotransaktioiden reiluudesta puhuttaessa paljon yhtäläisyyksiä "välineurheilija"-käsitteeseen.

Puhuttaessa tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuudesta, on otettava huomioon, että kyseessä oli pieni otanta, siis pieni määrä haastateltavia, eli mitään koko peliyhteisöä peilavia vastauksia ei saatu. Mutta pienimuotoisena, opinnäytetyötä varten tehtynä tutkimuksena pidän kerättyä materiaalia luotettavana ja antavan tärkeän, vaikkakin rajatun näkökulman aiheeseen.

Tutkimuksen tulokset ovat ehdottomasti toistettavissa, ja koen, että toistamalla tutkimuksen ensimmäisen yrityksen antaman kokemuksen kera voisi saada paljon enemmän selville. Olisi kiinnostavaa toistaa tutkimus ilman Coronaviruksen aiheuttamia ongelmia, isommalla otannalla ja ilman muita koulun kursseja viemässä tältä tutkimukselta aikaa.

Opinnäytetyötä tehdessäni olen muun muassa oppinut ajankäytöstä ja aikataulutuksesta paljon työstettyäni pitkää yhden miehen projektia usean kuukauden ajan. Esimerkiksi tätä opinnäytetyötä varten päädyin käyttämään Pomodoro-metodia päivittäisessä työskentelyssä ja tein opinnäytetyöhön liittyvää työtä viisi päivää viikossa, oli se sitten lukemista, kirjoittamista tai muuta. Projektin alkaessa asetin itselleni joka viikolle tavoitteet, joista pyrin pitämään kiinni ja noin 2/3 ajasta suunniteltu toteutui.

Itse opinnäytetyön eli tutkimuksen tekeminen oli minulle täysin uutta. Sen malli, toimintatavat, lähteiden käyttö, koko kokonaisuus tuli opetella lähes nollasta. Myös haastatteluteknikasta opin paljon ja päädyin pitämään siitä enemmän kuin kyselyistä, joita on koulun aikana tullut tehtyä useita. Tietenkin opin ilmaisvideopeleistä ja mikrotransaktioista paljon. Olen vasta viime vuosina tutustunut enemmän verkkopeleihin ja sitä kautta kiinnostunut F2P-peleistä ja niiden ansaintamalleista, joista nyt tiedän huomattavasti enemmän kuin tutkimusta aloittaessani. Pidän tämän opinnäytetyön aikana opittua kaikin puolin hyödyllisenä ammatilliselle kasvulleni.

Koska opinnäytetyön loppuessa on kokemusta ja tietoa, jota ei sen alussa vielä ollut, on monta asiaa, jotka olisin voinut tehdä toisin. Tajusin vasta projektia tehdessäni, että olisi ollut kiinnostavaa ja mahdollisesti palkitsevampaa tehdä tutkimus projektina jollekin pelille tai pelistudiolle. Toki en sellaista mahdollisuutta ollut missään nähnyt, mutta olisin voinut kysellä koulun sisällä, olisiko jotain vastaavaa ollut tarjolla. Jos näin olisi ollut, kaikki esimerkit olisi voinut saada sidottua käsittelyssä olevaan peliin ja olisin halunnut työskennellä jonkin pelin ja sen tekijöiden parissa.

Olisin myös voinut käyttää kyselyä haastattelun sijaan saadakseni isomman otoksen, mutta henkilökohtaisesti pidän enemmän haastattelujen antamasta, syvemmästä analyysistä. Ja kyselyissä olisi tullut iso määrä vastaajakatoa, kun kaikki eivät ole pelanneet F2P-pelejä. Teoriassa olisin voinut painottaa markkinointiin tai games as a serviceen ja live service -malliin, mutta toisaalta halusin pitää fokuksen mikrotransaktioiden erittelyssä ja liian isolla skaalalla olisin ottanut liikaa kerralla. Olisi myös ollut mahdollista painottaa tarkasti johonkin tiettyyn mikrotransaktioon, kuten loot boxeihin, tai jättää koko F2P käsittelemättä ja käsitellä pelkkiä mikrotransaktioita kokonaisuutena.

Yleisesti olisin halunnut lukea lisää tutkimuksia ja löytää vielä tiettyjä kirjoja. Muutama teos jäi kirjastoon varaukseen ennen kirjastojen sulkemista, eikä niitä kaikkia löytänyt e-kirjana. Toki on helppoa sanoa, että olisin voinut tehdä enemmän, lukea enemmän, käyttää aikaa enemmän, mutta kaiken kaikkeaan olen tyytyväinen lopputulokseen.

Opinnäytetyöni aikana COVID-19, eli Corona virus pandemia alkoi ja kaunistelematta hankaloitti kaikkien elämää ja siinä samalla opiskelijoiden opinnäytetöitä. Kokonaisuudessaan Corona aiheutti kohtuutonta stressiä ja epävarmuutta koulussa ja sen ulkopuolella. Esimerkiksi koulu ja kirjastot olivat kiinni.

Olen tyytyväinen haastatteluihin, vaikka niiden toteutustapa muuttuikin yllättäen Coronan vuoksi. Ne menivät silti hyvin, ja nautin niiden suorituksesta. Olen myös tyytyväinen mikrotransaktioiden erittelyyn teoriaosuudessa. Myös aikatalutus onnistui, toki kiirettä piti ja stressi oli kova, mutta sain ajoissa valmiiksi tuotoksen, johon olen suurimmalta osin tyytyväinen. Myönnän, että yllätyin, miten laaja työstä tuli.

Kieliasuun, yleiseen rakenteeseen ja kappaleiden sulavuuteen en ole täysin tyytyväinen, koska en ole tämän tyylistä tekstikokonaisuutta ennen kirjoittanut. Kielioppivirheitä sai korjata loppuun saakka ja lähdemerkintöjen kanssa kamppailin aktiivisesti.

Olisi kiinnostavaa nähdä, miten tulokset muuttuisivat, jos otanta olisi merkittävästi suurempi ja sisältäisi mahdollisia kategorioita, kuten ikä, sukupuoli, asuinpaikka ynnä muita

muuttujia. Jos opinnäytetyön tekisi projektina jollekin oikealle pelille ja pelistudiolle, olisi se erityisen kiinnostavaa.

Lähteet

Batchelor, J. 2018. Gameindustry.biz. Luettavissa: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-11-16-ubisoft-loot-crates-have-been-a-huge-boon-for-the-gaming-industry>. Luettu 1.5.2020.

BBC News. 2019. Loot boxes should be banned, says US senator. Luettavissa: <https://www.bbc.com/news/technology-48214293>. Luettu 9.4.2020.

Clark, O. 2014. Games as a Service: How Free to Play Design Can Make Better Games. Focal Press. Burlington MA.

Esports Charts. 2020. The most popular esports games of 2019. Luettavissa: <https://escharts.com/blog/most-popular-esports-games-2019>. Luettu 27.3.2020.

ESRB. 2020. Introducing a new interactive element: in-game purchases (includes random items). Luettavissa: <https://www.esrb.org/blog/in-game-purchases-includes-random-items/>. Luettu 14.4.2020.

Extra credits. 14.10.2015. Bartles Taxonomy – What Type Of Player Are You? – Extra Credits. Katsottavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=yxpW2ItDNow>. Katsottu 30.3.2020.

Extra Credits. 27.9.2012. Energy Systems – How Casual Games Suck You In – Extra Credits. Katsottavissa: https://www.youtube.com/watch?v=hQtFo_E_Ea0&t=3s. Katsottu 4.3.2020.

Extra Credits. 27.1.2016. Free to Play Laws – Can We Stop Predatory Practices? - Extra Credits. Katsottavissa: https://www.youtube.com/watch?v=PBtXyv0Q1Eg&list=PLhyKYa0YJ_5BF-cMaj6gle-7uD5rZG9ur&index=5. Katsottu 10.4.2020

Gambling Commission 2018. Young People and Gambling 2018 – A research study among 11-16 year olds in Great Britain. Luettavissa: <https://www.gamblingcommission.gov.uk/PDF/survey-data/Young-People-and-Gambling-2018-Report.pdf>. Luettu 10.4.2020.

Gerken, T. 2018. Video game loot boxes declared illegal under Belgium gambling laws. BBC News. Luettavissa: <https://www.bbc.com/news/technology-43906306>. Luettu 15.3.2020.

Guinness World Record. 2017. Most downvoted comment on Reddit. Luettavissa: <https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/503152-most-downvoted-comment-on-reddit>. Luettu 1.4.2020.

Hefer, T.J. 2018. The legal status of loot boxes around the world, and what's next in the debate. PC Gamer. Luettavissa: <https://www.pcgamer.com/the-legal-status-of-loot-boxes-around-the-world-and-whats-next/>. Luettu 9.3.2020.

Hernandez, J & Zhang, A. 2019. 90 minutes a day, until 10 p.m.: china sets rules for young gamers, New York Times. Luettavissa: <https://www.ny-times.com/2019/11/06/business/china-video-game-ban-young.html>. Luettu 10.3.2020.

Hernandez, P. 2019. Fortnite is free, but kids are getting bullied into spending money. Polygon. Luettavissa: <https://www.polygon.com/2019/5/7/18534431/fortnite-rare-default-skins-bullying-harassment>. Luettu 17.3.2020.

Hirsjärvi, Sirkka; Remes, Pirkko; Sajavaara, Paula; Sinivuori, Eila. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki. Tammi.

Jernström, T. 2016, Tribeflame toimitusjohtaja. Let's go whaling: Tricks for monetizing mobile game players with free-to-play. Pocket Gamer ConectsHelsinki. Katsottavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=xNjl03CGkb4>. Katsottu 3.3.2020.

Järvinen-Tassopoulos, Johanna; Cantell, Mikko; Castrén, Sari; Fabrituis, Jemina; Järvinen-Tassopoulos, Johanna; Keinänen, Jari; Kesänen, Minna; Koskela, Tuomas; Laitakari, Sari; Laitinen, Katriina; Leinonen, Sanna; Mikkola, Jarkko; Murto, Antti; Mustalampi, Saini; Mykkänen, Asta; Rydman, Elina; Salonen, Anne; Selin, Jani; Suominen, Saila; Tuukia, Jukka; Tullirinta, Tiina 2018. State of play 2017: A review of gambling in Finland. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos THL, Helsinki.

Khan, S. 2020, Mobile games claimed 74% of free to play revenue in 2019. Redmond Pie. Luettavissa: <https://www.redmondpie.com/mobile-games-claimed-74-of-free-to-play-revenue-in-2019/>. Luettu 10.2.2020.

Kleinman, Z. 2019. My son spent 3,160 in one game. BBC News. Luettavissa: <https://www.bbc.com/news/technology-48925623>. Luettu 20.4.2020.

Korhonen, S. 2019. Tutkimus paljastaa: jos Fortniteissa ei käytä rahaa, kiusataan helposti roskasakiksi ja köyhäksi. Tivi. Luettavissa: <https://www.tivi.fi/uutiset/tutkimus-paljastaa-jos-fortniteissa-ei-kayta-rahaa-kiusataan-helposti-roskasakiksi-ja-koyhaksi/a3b1340e-21c3-4cd1-a5a7-ed1fefbb6545>. Luettu 2.3.2020.

Lappalainen, E. 2015. Pelien valtakunta. Atena kustannus oy. Keuruu.

Luton, W. 2013. Free-to-Play: Making money from games you give away, New Riders.

Mansikka, O. 2019. Lootboxit ovat miljardibisnes, mutta syyttäjän mukaan Counter-Striken arvontoihin ei voi soveltaa Suomen lakia – Supercellille ja muille suomalaisyrityksille tuore päätös voi tietää ongelmia. Helsingin Sanomat. Luettavissa: <https://www.hs.fi/nyt/art-2000006065668.html>. Luettu 30.3.2020.

McAloon, A. 2019, 18% of all physical ESRB-rated games have received an 'in-game purchases' label, Gamasutra, luettavissa: https://www.gamasutra.com/view/news/348232/18_of_all_physical_ESRB_rated_games_have_received_an_ingame_purchases_label.php. Luettu 10.3.2020.

Mäkelä, M. 2018. Kun pelihimo ottaa vallan. Minerva Kustannus Oy. Helsinki.

Paasi-May, Tarja; Vitikainen, Anna-Liisa. 2010. Haastattelutekniikka. Opetusmateriaali, Haaga-Helia ammattikorkeakoulun tietojenkäsittelyn koulutusohjelma.

PEGI Pan European Game Information. 2020. PEGI introduces notice to inform about presence of Paid Random Items. Luettavissa: https://pegi.info/news/pegi-introduces-feature-notice?fbclid=IwAR1GkeIWvwVrav8WIPVyYF5Vq27pC2UZtzSuK38a-1DT44Ek_UJAMnOLHNc. Luettu 14.4.2020.

Skrebels, J. 2017. GTA publisher plans to have microtransactions in all future games, IGN nordic, Luettavissa: <https://nordic.ign.com/company/6393/news/gta-publisher-plans-to-have-microtransactions-in-all-future-games>. Luettu 24.2.2020.

Spangler, T. 2020. 'Fortnite' Revenue Dropped 25% in 2019 but Was Still the Year's Top-Earning Game With \$1.8 Billion Haul, Variety, Luettavissa: <https://variety.com/2020/digital/news/fortnite-top-earning-game-2019-1203455069/>. Luettu 18.3.2020.

Strickland, S. 2020. Activision made \$3.36 billion from microtransactions in 2019 Tweaktown, Luettavissa: <https://www.tweaktown.com/news/70471/activision-made-3-36-billion-from-microtransactions-in-2019/index.html>. Luettu 6.3.2020.

Tinnilä, M., Vihervaara, T., Klimscheffskij J. & Laurila, A. 2008. Elektroninen liiketoiminta 2.0 – avainkäsitteistä ansaintamalleihin. Teknologiainfo Teknova Oy. Helsinki.

William Lim. 2018, Medium, Blood in the Water: A History of Microtransactions in the video game industry. Luettavissa: <https://medium.com/@williamlim3/blood-in-the-water-a-history-of-microtransactions-in-the-video-game-industry-e5bf9e3de4da>. Luettu 1.3.2020.

Liitteet

Liite 1: Haastattelun runko

Lämmittelykysymykset:

- Ikä?
- Sukupuoli?
- Arviolta kuinka monta tuntia pelaat videopelejä viikossa?
- Oletko pelannut F2P-pelejä?

Mitä mieltä on:

- Sisältöostoksista (story dlc, pelihahmot, kartat)?
- Kustomointiostoksista (skinit, petit)?
- Helpotusostoksista (timeskips, boosters, lisävuorot, energiat täyteen)?
- Kilpailuetuostoksista (pay-to-win)?
- Virtuaalivaluutoista?
- Loot boxeista ja gachasta?
- Mainonnasta (ja sen poistosta)?
- Tapahtumista?
- Fyysisistä tuotteista?

Yleiskysymyksiä yllä käsitelystä:

- Minkä hintainen mikrotransaktio on hyvä?
- Mitä mieltä olet mikrotransaktioista maksullisissa peleissä?
- Mitä positiivisia puolia näet mikrotransaktioissa?
- Mitä negatiivisia puolia näet mikrotransaktioissa?

Wrap it up:

- Jäikö vielä mieleen jotain mitä olisit halunnut sanoa tai lisätä?
- Kiitos!

Liite 2: Kysymykset ja vastaukset

Alla oleva sisältää poimittuja pääpointteja suoritetuista haastatteluista.

1: Ikä?

Haastateltava A:

- 22 – vuotias.

Haastateltava B:

- 20 – vuotias.

Haastateltava C:

- 21 – vuotias.

Haastateltava D:

- 22 – vuotias.

Haastateltava E:

- 21 – vuotias.

Haastateltava F:

- 21 – vuotias.

Haastateltava G:

- 26 – vuotias.

Haastateltava H:

- 25 – vuotias.

Haastateltava I:

- 25 – vuotias.

2: Sukupuoli?

Haastateltava A:

- Mies.

Haastateltava B:

- Mies.

Haastateltava C:

- Mies.

Haastateltava D:

- Mies.

Haastateltava E:

- Mies.

Haastateltava F:

- Nainen.

Haastateltava G:

- Mies.

Haastateltava H:

- Nainen.

Haastateltava I:

- Mies.

3: Arviolta montako tuntia pelaat videopeljä viikossa?

Haastateltava A:

- 21h/vk.

- Corona tilanteen takia noussut tavallista korkeammaksi.

Haastateltava B:

- 30-40h/vk.

Haastateltava C:

- 40-50h/vk.

Haastateltava D:

- 35h/vk.
- Corona tilanteen takia noussut tavallista korkeammaksi.

Haastateltava E:

- 25h/vk.

Haastateltava F:

- 12+h/vk.
- Corona tilanteen takia noussut tavallista korkeammaksi.

Haastateltava G:

- 40-45h/vk.

Haastateltava H:

- 10+h/vk.

Haastateltava I:

- 20h/vk.

4: Oletko pelannut F2P pelejä? (Esimerkkejä?)

Haastateltava A:

- On.
- Warzonea, Neverwinteriä, Idle heroes of forgotten realmsia, World of tanksia, Pokemon Gota, Harry potter Howgwarts mysterya, Candy crushia.

Haastateltava B:

- On.
- Legends of runterraa, League of legendiä, Hearthstonea.

Haastateltava C:

- On.
- Team fortress kakkosta, Warframe, Elder Scrolls Bladesia.

Haastateltava D:

- On.
- League of legendsia, Warzonea.

Haastateltava E:

- On.
- League of legendsia, destiny kakkosta.

Haastateltava F:

- On.
- Microsoft solitairea, Legends of runtrerraa.

Haastateltava G:

- On.
- Team fortress kakkosta.

Haastateltava H:

- On.
- Useita mobiilipelejä.

Haastateltava I:

- On.
- Heroes of the stormia.

5: Mielipide Sisältöostoksista / Contentista?

Haastateltava A:

- Tarina ja juonipohjaiset lisäosat ovat hyvä asia, kuten Witcher 3 lisäosat.
- Tietää mitä tulee saamaan.

Haastateltava B:

- Ei tykkää.
- Esimerkiksi Destiny kakkosessa: Pelissä mukana pysyäkseen on ostettava lisäosa, muuten jää jälkeen (leveleissä, gearissa, ym).
- Uusista pelattavista hahmoista pitää, jos ne on mahdollista ostamaan ilman oikeaa rahaa (grindaamalla).

Haastateltava C:

- Rahoittavat peliä.
- Ei pidä, jos antaa selkeän etulyöntiaseman sen ostaneille.
- Pitää uusista pelihahmoista ja kartoista.
- Pitäisi pystyä hankkimaan ilman oikeaa rahaa (grindaamalla).

Haastateltava D:

- Ei pidä huonona.
- ”Jos haluaa käyttää ilmaiseen peliin mistä nauttii rahaa, niin siitä vaan.”
- Witcher 3 lisäosat mainittu.
- Pelihahmot pitäisi olla kaikille avoinna, tai saatavina grindaamalla ilman rahaa.

Haastateltava E:

- Ei pidä miten joskus pyydetään melkein kokonaisen pelin hintaa lisäosista.
- Haluaisi isot DLC:t ilmaiseksi, mutta ymmärtää miksi niistä tulisi maksaa, jotta studio tienaisi.
- Tykkää kun pelihahmot voi saada ilman oikeaa rahaa (grindaamalla).

Haastateltava F:

- Tykkää.
- Haluaisi pelien, mobiililla varsinkin kertovan etukäteen, että osa pelin sisällöstä, kuten tarinasta ja hahmoista, on maksun takana. Varsinkin narratiivisissa peleissä.

Haastateltava G:

- Tarinasisältö tosi jees.
- Uudet pelihahmot saattavat pilata pelin balanssin.

Haastateltava H:

- Tykkää, kunhan maksullinen sisältö ei ole pakollista kokonaista kokemusta varten.

Haastateltava I:

- Tykkää, kunhan pelit ovat selkeitä siitä mistä maksetaan.

6: Mielipide Kustomointiostoksista / Customizationsista?

Haastateltava A:

- Valinnaisia.
- Ei halua käyttää niihin oikeaa rahaa.
- Skinit ovat vain virtuaalisia tuotteita ja tuntuu oudolta maksaa niistä rahaa. Ei näe niin paljon arvoa.

Haastateltava B:

- Tykkää.
- Pystyy muokkaamaan omaa pelikokemusta.
- Tukee pelin tekijää.
- Vapaaehtoisia.

Haastateltava C:

- Eivät vaikuta pelaamiseen.
- F2P peleissä hyvä tapa tukea kehittäjää.

Haastateltava D:

- Tykkää.
- Tykkää tehdä omasta hahmosta vielä hienomman kosmeettisilla päivityksillä. Silmäkarkkia itselle.

Haastateltava E:

- Olisi kivaa, jos niitä voisi saada ilman oikeaa rahaa.
- Ei tykkää miten kaikesta pitää maksaa rahaa, sen sijaan että voi ansaita pelaamalla.
- Voi tukea pelin kehittäjiä.

Haastateltava F:

- Ihan fine, kunhan ihan kaikki ei maksa oikeaa rahaa.
- Tykkää mahdollisuudesta muokata pelihahmo sen näköiseksi kuin haluaa, erottuu muiden joukosta.

Haastateltava G:

- Pitäisi pystyä ansaitsemaan ilman oikeaa rahaa.
- Sosiaalinen paine elementti. Varsinkin uusille pelaajille paha.

Haastateltava H:

- Tykkää.
- kaikki visuaalinen bonus on kivaa, kunhan on vain kosmeettisia.

Haastateltava I:

- tykkää.
- ”Oikea tapa pelinkehittäjiltä kerätä rahaa”.
- ”On kivaa, kun oma hahmo on värikäs, kiiltää ja ratsastaa lohikäärmeellä.”

7: Mieli-pide Helpotusostoksista / Conveniencestä?

Haastateltava A:

- Painottuvat mobiilipeleihin.
- Ärsyttävät.
- Addiktoivia. ”Jos sä haluat jatkaa tätä peliä mistä sä tykkäät niin hei Maksa meille vitonen.”

Haastateltava B:

- ”Ne on ihan Kivoja niin pitkään, kunnes ne eivät johda sua automaattiseen voittoon.”
- Aikuisilla on enemmän rahaa kuin aikaa, joten aikuisille nämä eivät ole paha.
- Ei sovi lapsille, koska niihin voi jäädä koukkuun.

Haastateltava C:

- Ei pidä.
- Pitää niitä epäeettisinä.
- Ei ymmärrä miksi pelille pitää maksaa siitä, että voi skipata osan pelistä.
- Tuntee että pelejä on tarkoituksella hidastettu, jotta timeskippejä ja boostereita voitaisi myydä enemmän.
- Tuntee että ne on keksitty, jotta pelistä saisi puristettua kaiken mahdollisen rahan irti.
- Kokee näiden olevan pahaksi uhkapeliongelmallisille ja lapsille.

Haastateltava D:

- Mikäli kyseessä ei ole kilpailu peli, niin ihan ok, muuten selkeä pay to win.
- Laiskoille pelaajille hyviä ostoksia. ”jos ei riitä kärsivällisyys nin ei ehkä kannata pelatakaan.”

Haastateltava E:

- ”Mun mielestä niitä ei pitäisi olla ollenkaan olemassa.”
- ”Pelistä ei pitäisi tehdä tarkoituksella nii ylitse-pääsemättömän vaikeaa, et pitäisi rahalla yrittää pärjätä.”
- Candy crush sagan vaikeat kentät annettu negatiivisena esimerkkinä.

Haastateltava F:

- Ne on ihan fine.
- ei muista aikaa milloin niitä ei ollut mobiilipeleissä.
- Hyviä jos ei ole aikaa.
- Vaikuttavat maksullisissa peleissä rahastukselta.

Haastateltava G:

- Ymmärrettävää joidenkin haluavan välttää liiallisen grindauksen tai odotuksen, jos sinulla on ylimääräistä rahaa.
- Mutta on syvältä, että se grindi tai odotus on pelissä ylipäätään.

Haastateltava H:

- Ihan ok.

- Pvp peleissä ei vaikuta reilulta ilmaiseksi pelaavia vastaan.

Haastateltava I:

- Ok, kunhan eivät vaikuta liikaa moninpeleissä.
- ”Jotkut pelit tuntuvat vaan haluavan pelaajan heittävän rahaa peliä kohti pärjätäkseen.”

8: Mielipide Kilpailuetuostoksista / Competitive advantagesta?

Haastateltava A:

- Epäreilua.
- Kaikilla ei ole varaa niihin, eivätkä siksi pärjää yhtä hyvin, kuin maksavat.
- Star Wars Battlefront 2 mainittu negatiivisena esimerkkinä.
- Ei tiedä päteekö Pay-to-Win PvE peleissä.
- Fifa kortit mainittu.

Haastateltava B:

- Ei pidä rahalla ostettavasta selkeästä kilpailuedusta.
- Jopa skineissä voi olla pay-to-win elementtejä; antaa esimerkin Lolin hahmosta, jonka yhden maksullisen skinin animaatiot ovat liian vaikeita lukea ja on bannattu siksi.

Haastateltava C:

- Fifa kortit mainittu.
- Ei pidä, vie hauskuuden ja kilpailun fiiliksen, jos voi voittaa tasaisesti maksamalla.

Haastateltava D:

- ”100% ei sille.”
- ”Mikäli on jotain mitä sä voit avata rahalla, mikä on parempaa kuin mitä peli tarjoaa ilmaispelaajille, Se on pay to win.”
- Star Wars battlefront 2 mainittu.
- Lolin yhden hahmon skinin mainittu, koska sen malli vaikeuttaa hahmon iskujen näkemistä.

Haastateltava E:

- Niitä ei pitäisi olla ollenkaan olemassa.
- Menee epäreiluksi, kun taidon voi voittaa rahalla.

Haastateltava F:

- Ei ota kantaa, koska ei ole kohdannut niitä kovin montaa.

Haastateltava G:

- Ei mitenkään reilua ilmaispelaajia kohtaan.
- Matchmaking voi vaikuttaa asiaan.

Haastateltava H:

- Jos peli tuntuu olevan pay-to-win se tappaa kiinnostuksen koko peliin.

Haastateltava I:

- Pienet edut ovat ihan fine, vaikka itse ei niitä käytäkään.
- Korealaiset mmorpg pelit annettu negatiivisena esimerkkinä.

9: Mieli-pide Virtuaalivaluutoista? (Pääasiassa kova = oikealla rahalla ostettava virtuaalivaluutta)

Haastateltava A:

- Ei näe pahana, mutta käyttää sitä itse varoen.
- Ei pidä miten moni kosmeettinen ostos on kovan virtuaalivaluutan takana.

Haastateltava B:

- Ei pidä.
- Kehittäjän tukeminen mainittu.
- Ovat hyväksyttäviiä, jos kovaa valuuttaa voi ansaita pelin sisällä grindaamalla, ei pelkällä rahalla saatavilla.
- Ostaisi mieluummin suoraan oikealla rahalla mikrotransaktioita, kuin käyttäisi kovaa virtuaalivaluuttaa välikätenä.

Haastateltava C:

- ”Yrittää hälventää sitä sun todellista summaa mitä sä käytät”
- Ei pidä, haiskahtaa pay-to-winiltä varsinkin mmo:issa.
- Ei näe yhtä pahana F2P peleissä, koska niistä ei ole tarvinnut maksaa 60€ jo etukäteen.
- Tykkää miten ostos on usean klikin päässä. Hidastaa oston tekoa ja saa usein olemaan ostamatta.

Haastateltava D:

- Tykkäisi enemmän ostaa suoraan oikealla rahalla, niin näkisi paljonko siihen käyttää rahaa, kun niiden bundlessa ostettujen valuuttojen kanssa ei aina ole ihan varma paljonko rahaa käyttää.
- Kokee tällaisiin rahan käytön voivan lähteä helposti lapasesta.
- Virtuaalivaluutat voivat peittää oikeasti käytetyn rahan määrän.

Haastateltava E:

- Kova valuutta dominoi pelin sisäistä kauppaa liikaa.
- Tykkäisi joko voida ostaa suoraan oikealla rahalla, sen sijaan että peli hämää virtuaalivaluutalla.

Haastateltava F:

- Ei pidä miten kaikki paras sisältö on usein maksullisen virtuaalivaluutan takana.
- Jos kovaa virtuaalivaluuttaa ei tarvitse pelin läpäistäkseen, vaan pelkästään ylimääräisiin juttuihin, on se fine.
- Maksaa mieluummin virtuaalivaluutalla, kuin oikealla rahalla.

Haastateltava G:

- ”Ok kunnes en tunne pelaajana pakotetuksi hankkimaan sitä.”
- Sitä tulisi pystyä ansaita hitaasti peliä pelaamalla.
- Virtuaalivaluutalla ostosten tekeminen ei tunnu oikean rahan käytöltä, vaikka sitä onkin ostanut oikealla rahalla.
- Fifa mainittu negatiivisena esimerkkinä.

Haastateltava H:

- Pitää ideasta, mutta suhtautuu niihin suurella varauksella.

Haastateltava I:

- Ei pidä, niitä tyrkytetään ja vaikuttaa joskus pay-to-winiltä.
- ”Niitä kun ostetaan bundleissa, niin niitä pitää ostaa aina vähän liikaa. Hinnoittelu systeemi selkeästi juksaa ostamaan liikaa.” (esim bundlessa saa 6 kristallia mutta item maksaa 6, eli pakko ostaa 2 bundlea).
- Ostaisi mieluummin kaiken suoraan oikealla rahalla.
- Kokee virtuaalivaluutan juksaavan monen käyttämään enemmän rahaa, koska eivät koe käyttävänsä niin paljon rahaa.

10: Mieli-pide Loot boxeista ja Gachasta mekaniikoista?

Haastateltava A:

- Ei todellakaan tykkää.
- Ei pidä miten suora oston sijaan pitää koettaa onnea mahdollisesti monta kertaa saadakseen haluamansa.
- Kaikki loot boxeista saatavilla oleva pitäisi pystyä ostamana suoraan.

Haastateltava B:

- Haluaisi pystyä ostamana suoraan tuotteet loot boxien sijaan.
- ”Se on kivaa niin pitkään kun siitä ei tarvi maksaa.”
- On lopettanut muutaman pelin pelaamisen liiallisten/epäreilujen loot boxien takia.
- Loot boxit voivat olla rahapeleihin verrastettavissa.

Haastateltava C:

- Ei pidä.
- Vain kosmeettiset loot boxit ovat fine.
- Star wars Battlefront 2 mainittu negatiivisena esimerkkinä.
- Kokee niiden olevan haitallisia video peleille pidemmällä tähtäimellä.
- Toivoisi loot boxien ym. menevän uhkapelilakien alle rahapeliautomaattien lailla.
- Toki huomauttaa miten loot boxeista saa aina jotain, siinä missä rahapeleistä saa jotain vaan sen 2% ajasta.
- Ei ole varma onko pelien ikärajoitus ratkaisu, kun niitä ei yleensä totella.

Haastateltava D:

- Tykkää niiden random elementistä, koska skinin saaminen hahmolle, jota ei käytä, voi motivoida kokeilemaan sitä. Mutta vaan kosmetiikkojen kanssa.
- Loppujen lopuksi aika uhkapelimäisiä. Näkee potentiaalisesti haitallisina lapsille, varsinkin kun kyseessä visuaalisesti kiinnostavista skineistä ym. niin lapset alkavat helposti himoamaan niitä.

Haastateltava E:

- Ei pidä niistä, koska koskaan ei voi tarkkaan tietää mitä saa niistä.
- Jos niitä voi ostaa oikealla rahalla ne tuntuu uhkapeleiltä.
- Jos niitä voi saada ilman oikeaa rahaa, niin ne ovat ihan hauska mekaniikka, mutta kun oikea raha tulee peliin, siitä tulee epäilyttävää.
- Haluaisi voida ostaa tuotteet suoraan random elementin sijaan.
- Voivat olla pahoja nuorille, joilla on pääsy vanhempien luottokorteille.

Haastateltava F:

- Tykkää.

Haastateltava G:

- ”Ne on ihan ok, kunhan sieltä saa kosmeettisia juttuja ym.”
- Tuo ilmaispeliin jännitystä randomeilla palkinnoilla.
- Rahapeli elementit voi olla vaarallisia nuorille ja vanhoille.

Haastateltava H:

- ”Ihan kohtuu ok”
- Ei tykkää, jos ne ovat vain maksullisia.
- Kokee että loot boxien onnenpyörä/uhkapeli elementti voi olla tosi pahaksi ihmisille, joiden on vaikea kontrolloida impulsiivisuuttaan rahankäyttöön. Jo valmiiksi uhkapeliongelmallisille paha mekaniikka ja voi saada rahapelit lopettaneen relap-saamaan takaisin pahoihin tapoihin, koska ei odota uhkapelielementtejä olevan vi-deopeleissä.
- Jos teini käyttää rahansa skineihin, ei se ole paha tilanne, koska vanhemmat ovat siellä tukiverkkona, kun taas jos aikuinen käyttää rahansa samaiseen, on hän ku- sessa.
- Vanhempien pitäisi valvoa mitä lapsensa tekee peleissä, varsinkin rahankäytön suhteen, koska ei lapsi välttämättä tajua milloin oikeaa rahaa menee ja milloin ei.
- Kokee asiattomaksi, jos lasten peleissä tyrkytetään mikrotransaktioita.

Haastateltava I:

- Väärä tapa toimia on, jos ainoa tapa saada se tavara on loot boxista. Pitäisi pystyä täsmäostamaan kaikki ja antaa loot boxien olla se ruletti onnenpyörä elementti.
- Kokee niiden olevan paha, jos on jo valmiiksi rahapeliongelmia.
- Lapsena voi tosi herkästi oppia huonoja käyttäytymismalleja videopelien loot bo- xeista ja muista mikrotransaktioista.
- Pelistudiota tulisi syyttää, jos rahankäyttö peliin lähtee lapasesta (tehty liian hel- poksi rahankäyttö ym).

11: Mielipide Mainonnasta?

Haastateltava A:

- Ei tykkää.
- Rikkovat immersion.
- ”Mainokset vaihtoehtoina ovat ok, pakotettuina ei”.
- Ei pidä mahdollisuudesta maksaa mainokset pois.

Haastateltava B:

- Ei pidä pitkistä mainoksista pelikierrosten välissä.
- Pitää kun voi valita katsoa mainoksen pientä bonusta vastaan.
- Tykkää vaihtoehdosta maksaa mainokset pois

Haastateltava C:

- Pieni pahe.
- Pitää hyvänä tapana pelille saada rahaa ja pitää hyvänä ideana, että halutessaan voi maksaa mainokset pois.

Haastateltava D:

- ”Jollain se revenue on saatava.”
- Osuva mainos on aina taustalla ja sitä voi klikata ja katsoa halutessaan, ei koko ruudun kokoisia skippaamattomia mainoksia.

- Ei pidä mainosten pois maksamista pahana.

Haastateltava E:

- Ihan fine.
- Tykkää kun mainosta tarjotaan jotain palkintoa vastaan sen sijaan että niitä on pakko katsoa.
- Ei tajua miksi joku maksaisi siitä, että mainokset menisi pois, kun ne eivät häntä kummemmin haittaa.

Haastateltava F:

- ”Mobiilipeleissä niihin on tottunut”.
- Voivat olla ärsyttäviä, kun pysäyttävät pelin.
- Ei usein kiinnitä niihin mitään huomiota.
- Mieluummin mainokset, kuin että maksaa ne pois.

Haastateltava G:

- ”Tunkekaa se perseeseen.”
- Ei pidä.
- Pelin keskeyttävät mainokset ovat huonoja.

Haastateltava H:

- Ovat ok, kunhan ne ovat pelin alussa, tai lopussa, mutta ei yhtään tykkää, jos mainos keskeyttää pelin. Rikkoo immersion ja häiritsevät pelikokemusta.

Haastateltava I:

- ”Ihan ok ilmaisissa peleissä.”

12: Mielenpääte Eventistä?

Haastateltava A:

- Kunhan erikois tuotteet voi saada ilman rahaa (grindaamalla) kaikki ok.

Haastateltava B:

- Tykkää.
- Lisäsisältöä peliin, vaikkei sitä usein itse jaksakaan.

Haastateltava C:

- Tykkää, kunhan kaiken voi hommata grindaamalla käyttämättä oikeaa rahaa.

Haastateltava D:

- Ei pidä, jos rajoitetun ajan tarjolla olevat sisällöt ovat loot boxien (random elementin) takana.

Haastateltava E:

- Jos kaiken voi saada grindaamalla ne ovat hyviä.

Haastateltava F:

- Ovat kivoja ja erikoisia, teemoitettuja.
- Toivoisi että kaiken voisi saada ilman rahaa grindaamalla.

Haastateltava G:

- Tykkää niiden tuomasta vaihtelusta, vaikkei yleensä mitään ostaisikaan.

Haastateltava H:

- Peli tuntuu elävältä, kun jouluna pelissäkin on joulu.
- Ei tarvitse ostaa mitään, kun muilla pelaajilla on niitä ostoksia.

Haastateltava I:

- Antaa ehkä joillekin syyn tulla takaisin pelaamaan vanhempaa peliä.

13: Mielipide Fyysisistä tuotteista?

Haastateltava A:

- Merchi tapa tukea peliä/devejä.
- Muistelee lämmöllä skylanderseja ja disney infinityjä.

Haastateltava B:

- Voi tukea sarjaa.
- Fanituotteet ovat kivoja.

Haastateltava C:

- Tykkää.

Haastateltava D:

- Ei niistä paljoa välitä, mutta ei näe fanituotteissa mitään pahaa.

Haastateltava E:

- Ei mitään niitä vastaan.
- Fanituotteet ovat kivoja.
- Tukee sitä firmaa.

Haastateltava F:

- "Jos on investoitu peliin, nii fanituotteet kivoja, ihan samoin kuin bändeillä ja leffoilla ynnä muilla."

Haastateltava G:

- Ne ovat kivoja.

Haastateltava H:

- Tykkää!

Haastateltava I:

- Ihan jees.
- keräilijöille ja faneille.

14: Minkä hintainen mikrotransaktio on hyvä?

Haastateltava A:

- 20€ vielä olisi sopiva hinta, jos kyseessä jotain isoa (tarinallinen lisäosa, uusi pelihahmo).
- Muihin 5€ (customization ym...), mutta kaikki ne pitäisi pystyä saamaan grindamalla oikean rahan sijaan.

Haastateltava B:

- 5€ max.
- Hetken mielijohteesta voi päätyä ostamaan kalliimmalla.

Haastateltava C:

- ”Taskurahan verran”, pari euroa.
- Isommista lisäosista pari kymppiä, jos siitä tulee paljon lisäsisältöä.
- Antaa esimerkiksi Destiny kakkosen lisäosat ja Monster hunter worldin lisäosan.

Haastateltava D:

- 2-5 euroa yksittäinen ostos, bundlessa 15-20 euron tienoilla.

Haastateltava E:

- Satojen eurojen mikrotransaktiot menevät ihan liiallisuuksiin.

Haastateltava F:

- 50€ on ihan järkyttävästi.
- 20€ ehdoton maksimi.

Haastateltava G:

- 0-5€.
- Tärkeää että kokee saavansa rahalle vastinetta.

Haastateltava H:

- Kolme euroa.
- Perinteisen lisäosan tapaisesta maksaisi mielellään pari kymppiä, mutta muuten ei paria euroa enempää laittaisi.

Haastateltava I:

- Maksaisi isosta sisältöpäivityksestä pari kolme kymppiä, mutta ei käyttäisi mihinkään lisäosaa pienempään rahaa.

15: Mitä mieltä olet mikrotransaktioista maksullisissa (oletus 60€) peleissä?

Haastateltava A:

- Content ok (perinteiset expansion packien tyyliset).
- Muut ei ok, tai edes pitäisi pystyä saamaan ne ilman oikeaa rahaa.
- Kipukynnys maksaa mikrotransaktioista F2P peleissä ei yhtä paha, kun ei ole jo valmiiksi maksanut 60€ pelistä.

Haastateltava B:

- Ei kuulu sinne.
- Niitä osaa odottaa f2P peleissä, mutta olettaa että 60€ maksaneessa pelissä niitä ei pitäisi olla.

Haastateltava C:

- Skinit ja perinteiset lisäosat vielä hyväksyy.

Haastateltava D:

- Lisäsisältöä haluavalle hyväksyttävä kaikissa peleissä.

Haastateltava E:

- Ei tykkää.

Haastateltava F:

- ”Mä maksoin jo tästä pelistä, pitääkö mun maksaa vielä lisää?”
- tuntuu että häneltä yritetään viedä rahaa.

Haastateltava G:

- Ei.

Haastateltava H:

- Ei mielipidettä.

Haastateltava I:

- Kosmeettiset ja content vielä jees, muuten ei.

16: Mitä positiivisia puolia näet mikrotransaktioissa?

Haastateltava A:

- Pystyy halutessaan tukea pelin tekijöitä.
- Uutta sisältöä peliin, jos on siitä valmis maksamaan.

Haastateltava B:

- Tuottoa pelille.
- Jos peliä voi pelata ilman niihin koskemista niin kaikki on hyvin, eivätkä ne haittaa.

Haastateltava C:

- Pitävät pelin elossa, maksavat kehittäjien palkat. Varsinkin pienille studioille.

Haastateltava D:

- Jos tykkää pelistä, tai pelifirmasta, tai esports tiimistä ja haluaa tukea sitä, on mikrotransaktiot hyviä.
- Lolin skini conqueror kerran vuodessa lahjoittaa tulot hyväntekeväisyyteen. Ja esimerkiksi Australian metsäpaloihin lol laski yhden skinin hintaa ja sen tulot lahjoitettiin metsätulipaloja vastaan. Tristanan firefighter skini. (eli siis mahdollisuus tehdä hyvää mikrotransaktioilla.)

Haastateltava E:

- Maksamalla voi nopeuttaa pelissä edistymistä, jos ei ole kärsivällinen tai ei vaan ole aikaa.

Haastateltava F:

- Antavat lisämakua peliin.
- Tuntuu hyvältä, että peliin on halutessaan lisäsisältöä ostettavissa.
- Pitää kun niillä voi nopeuttaa peliä, jos itsellä ei oikeasti ole aikaa.

Haastateltava G:

- Niitä ostamalla pitkä ikäinen peli pysyy elossa. Rahoittaa toimintaa (devit, julkaisija)

Haastateltava H:

- Mahdollisuus tukea (varsinkin pienten studioiden) pelin tekijöitä.

Haastateltava I:

- Jotkut pelit voivat olla juuri niitä f2P pelejä mikrotransaktioiden avulla
- Väki kokeilee peliä helpommin, kun se on ilmainen.

17: Mitä negatiivisia puolia näet mikrotransaktioissa?

Haastateltava A:

- Pitkälti rahastusta.
- Tuntuu että pelejä on tarkoituksella hankaloitettu, jotta mikrotransaktioita saataisi myytyä enemmän.
- oikealla rahalla ostettavat Loot boxit voivat olla pahaksi uhkapeliaddikteilte ja lapsille.
- Kokee, etteivät lapset välttämättä tiedosta käyttävänsä pelin mikrotransaktioihin rahaa. Aikuisilla tilanne ei yhtä paha, koska he saavat käyttää itse tienaaamansa rahan miten haluavat.
- Pitäisi näkyä enemmän pelien ikärajoissa.

Haastateltava B:

- Voivat kontrolloida peliä, (pay-to-win = ei pysty pärjätä pelissä ilman rahaa)
- Kokee, että niitä on vaikea tasapainottaa.

Haastateltava C:

- Saattavat aiheuttaa uhkapeliongelmia, tai olla uusi alusta jo valmiiksi uhkapeliongelmaiselle.
- Liialliset / aggressiiviset mikrotransaktiot voivat pilata koko videopeli skenen maineen.
- Näkee monet mikrotransaktiot trendeinä, jotka pakolla tungetaan peleihin, vaikkei niillä olisikaan siellä mitään paikkaa.
- Paha pay-to-win voi pilata pelin ja saada pelaajat lähtemään.

Haastateltava D:

- Koukuttavat erittäin nopeasti. Täysi ikäisille ihan jees, mutta lapsille voi olla vaarallisia
- Ikärajat auttavat hieman, jos kyseessä on tarkkaavaiset vanhemmat.

Haastateltava E:

- Rajoitetun ajan tarjolla oleviin ostoksiin voi mennä liikaa rahaa.
- Vituttaa miten joitain juttuja saa pelkästään rahalla, eikä niitä pysty grindaamaan.
- Pay-to-win elementit.

Haastateltava F:

- Ei pidä, jos tuntuu siltä, että pitäisi maksaa päästäkseen eteenpäin pelissä.
- Ei pidä miten melkein joka pelin osasta on keksitty tapa saada rahaa.
- Uhka koukuttaa pelaajia ja menettää isoja määriä rahaa. Näkee sen täysi ikäisten ongelmana, koska lapsien rahat ovat alustavasti vanhempien vastuulla ja heidän tulisi vahtia lasten rahan tuhlausta.

Haastateltava G:

- Voi olla epäeettistä markkinointia.
- Sosiaalinen epäreilisuus.

Haastateltava H:

- Ei pidä miten sisältöä blokataan / vaikeutetaan, jotta houkuteltaisi pelaajia käyttämään rahaa.

Haastateltava I:

- Mainitsi jo kaiken yllä.

18: Mitään lisättävää?

Haastateltava A:

- Toivoisi pelintekijöiden välttävän helpon rahan ottamista lapsilta mikrotransaktioilla.
- Toivoo lain ottavan kiinni mikrotransaktioiden uhkapeli elementit.
- pelaajien pitäisi nousta liian aggressiivisia mikrotransaktioita vastaan.

Haastateltava B:

- Ei.

Haastateltava C:

- Jos maksamalla pelaaja pystyy pilaamaan maksamattoman pelaajan ilon, on peli pilalla.
- Haluaa pystyä ansaitsemaan kaiken pelin sisällä ilman rahan käyttöä.

Haastateltava D:

- Ei.

Haastateltava E:

- Ei.

Haastateltava F:

- Tuntee ettei näitä pelintekijöitä tarvitse tukea, koska kyllä ne tienaa ihan törkeästi jo valmiiksi, niin että ei ne sillä sun parilla eurolla mitään tee. Pikku indie studiot eri asia.

Haastateltava G:

- Ei.

Haastateltava H:

- Ei.

Haastateltava I:

- Ei.