Miikka Virtanen

Videopelien ansaintamallit

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Tieto- ja viestintätekniikan tutkinto-ohjelma

Insinöörityö

16.5.2023

Tiivistelmä

Tekijä:	Miikka Virtanen
Otsikko:	Videopelien ansaintamallit
Sivumäärä:	40 sivua
Aika:	16.5.2023
Tutkinto:	Insinööri (AMK)
Tutkinto-ohjelma:	Tieto- ja viestintätekniikka
Ammatillinen pääaine:	Pelisovellukset
Ohjaaja:	Lehtori Antti Laiho

Insinöörityön päämääränä oli tutkia videopelien ansaintamallien kehitystä ja toimintaa. Työssä kävi selville, miten videopelien ansaintamallit ovat vaikuttaneet pelien kehitykseen, yhteiskuntaan ja pelaajiin. Aineistona käytettiin muun muassa artikkeleja, tilastoja ja tutkimuksia, joiden perusteella tutkittiin, pohdittiin ja pääteltiin videopelien ansaintamallien merkitystä.

Työn keskipisteenä olivat mikrotransaktiot ja saalislaatikot, jotka ovat kaksi merkittävintä videopelien ansaintamallia. Lisäksi tarkasteltiin muita ansaintamalleja ja niiden mahdollisia vaikutuksia. Lopuksi selvitettiin psykologisia vaikutuksia, taloudellista näkökulmaa ja nykyistä sekä mahdollista tulevaa lainsäädäntöä.

Insinöörityössä selvisi aineiston pohjalta, että videopeliala on noussut merkittävimmäksi viihteen alaksi pääosin ansaintamallien kehittymisen ansiosta. Monet peliyritykset käyttävät epäeettisiä ja aggressiivisia ansaintamalleja saadakseen enemmän tuloja. Samalla monet käyttävät näitä menetelmiä luodakseen parempia pelejä ilman sitoumuksia sijoittajiin ja muihin.

Ansaintamallit on vastaanotettu vaihtelevasti; jotkin liian aggressiiviset ja petolliset on yleisesti tuomittu ja ne ovat jopa joissain maissa vaikuttaneet lainsäädännön luontiin. Ansaintamallit ovat myös antaneet pelin kehittäjille paljon uusia työkaluja ja mahdollisuuksia muokata pelikokemusta, ja sillä on monesti ollut positiivinen vaikutus videopelialaan.

Insinöörityössä pääteltiin ansaintamallien tuovan sekä hyvää että huonoa pelialalle. Lopuksi vastuu jää pelinkehittäjille ja -julkaisijoille, etteivät he käytä liian aggressiivisia ja manipuloivia rahastustapoja.

Avainsanat: videopeli, ansaintamallit, mikrotransaktio, saalislaatikko, etiikka, lainsäädäntö, videopeliala, pelikokemus

Abstract

Author:	Miikka Virtanen
Title:	Monetization in videogames
Number of Pages:	40 pages
Date:	16 May 2023
Degree:	Bachelor of Engineering
Degree Programme:	Information- and communication technology
Professional Major:	Game applications
Supervisor:	Antti Laiho, Senior lecturer

The aim of this engineering thesis was to study the evolution and functioning of video game monetization. The work explored how video game monetization has affected the development of games, society and players. The data used included articles, statistics and studies, which were used to reflect, explore and conclude on the importance of video game monetization.

A major focus was on microtransactions and loot boxes, the two most prominent methods of video game monetization. Other monetization methods and their potential impact were looked at on the side as well. Finally, the psychological impact, the economic aspect and current and possible future legislation were considered.

The engineering thesis found that the video games sector has emerged as the most important entertainment sector, mainly due to the development of monetization techniques. Many game companies use unethical and aggressive monetization methods to generate more revenue. At the same time, many use these methods to create better games without any commitment to investors and others.

The reception of monetization methods has been mixed, some overly aggressive and predatory have been widely condemned and have even influenced the creation of legislation in some countries. Monetization methods have also given game developers many new tools and opportunities to personalize the gaming experience, which in many cases has had a positive impact on the video game industry.

This study concluded that monetization methods bring good and bad to the games industry. Finally, the responsibility remains with game developers and publishers not to use overly aggressive and predatory monetization methods. Otherwise, they may be subject to their fate at the hands of players, governments or others.

Keywords: Video games, Monetization, Microtransactions, Lootboxes, Ethics, Legislation, Game Industry, Revenue, Player Experience.

Sisällys

1 Johdanto 1

2 Videopelien ansaintamallien historia 2

2.1 Alkuperäiset ansaintamallit 2
2.2 Siirtyminen ilmaismalleihin 9
2.3 Saalislaatikot ja niiden kehitys 15
2.4 Saalislaatikoiden ja mikrotransaktioiden toimintamalli 21

3 Vaihtoehtoiset pelien ansaintamallit 22

3.1 Ilmaismallien rinnalla käytettävät mallit 23
3.2 Uudet rahoitusmenetelmät 27

4 Videopelien ansaintamallien vaikutukset pelaajiin 29

4.1 Positiiviset vaikutukset 29
4.2 Negatiiviset vaikutukset 30

5 Videopelien ansaintamallien taloudelliset näkökulmat 32

5.1 Peliyhtiöiden syyt käyttää mikrotransaktioita ja saalislaatikoita 34
5.2 Mikrotransaktioiden ja saalislaatikoiden riskit peliyhtiöille 35

6 Pelien ansaintamallien sääntely ja lainsäädäntö 36

6.1 Nykyiset säännökset ja käytännöt 36
6.2 Mahdolliset tulevaisuuden muutokset 37

7 Lopputulos ja johtopäätökset 39

Lähteet 41

Lyhenteet

ORM: *Object-relational mapping*. Ohjelmiston oliomallin mukaisen esityksen kuvaaminen relaatiotietokantamallin mukaiseksi esitykseksi ja kääntäen.

TKHJ: Tietokannan hallintajärjestelmä. Ohjelmisto tiedon tehokkaan hakemisen, säilyttämisen ja päivittämisen toteuttamiseksi.

F2P: Videopelien jakelumenetelmä, jossa peli jaetaan ilmaiseksi. Tulee sanoista “free to play”.

P2P: Perinteinen videopelien jakelumenetelmä, jossa peli on maksullinen.

AAA: Suuren budjetin, ison studion pitkälle hiottu massiivinen peli.

MMORPG: Massively multiplayer online role-playing game. Tarkoittaa roolipelejä, jossa on useita pelaajia pelaamassa samanaikaisesti.

WOW: World of Warcraft. Yksi suosituimmista MMORPG-peleistä

NFT: Non-fungible token. Teknologia, jossa käytetään lohkoketju-teknologiaa luotaessa uniikkeja virtuaalisia asioita kuten taideteoksia. Kyseiseen uniikkiin asiaan sisältyy viite, joka tallentuu lohkoketjuun. NFT pitää sisällään myös hallinnan siirtohistoriasta, joka varmistetaan lokoketjuteknologian avulla.

DLC: Ladattava lisäsisältö videopeleihin.

1 Johdanto

Videopeleistä on tullut viidenkymmenen vuoden kuluessa viihdealan johtava jättiläinen. Erityisesti koronapandemian aikana peliala kasvoi merkittävästi enemmän kuin aiempina vuosina. Vuonna 2019 jo arvioitiin, että peliala on suurempi kuin elokuva- ja musiikkiala yhteensä (Parsons 2019). Pelien ansaintamallit ovat nousseet viime vuosina suureksi puheenaiheeksi. Monet ovat kritisoineet pelien aggressiivisia, salakavalia ja epämoraalisia rahastuskäytäntöjä ja sitä, miten peliyritykset tyrkyttävät niitä pelaajille, monesti jopa alle teini-ikäisille lapsille.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia, miten ansaintamallit ovat muuttuneet videopeleissä ja mitkä ovat muutoksen seuraukset. Opinnäytetyössä käsitellään ensin videopelien ansaintamallien historiaa, alkaen alkuperäisistä maksullisista julkaisumalleista ja siirtyen ilmaismalleihin ja mikrotransaktioihin. Saalislaatikoilla (engl. lootbox) ja niiden ongelmilla on myös oma lukunsa. Seuraavaksi käydään läpi vaihtoehtoisia rahoitusmalleja, kuten premium-pelejä, tilaukseen perustuvia pelejä, sponsoroituja pelejä ja uusia ansaintamalleja, kuten pelien joukkorahoitus ja NFT-pelit. Tämän jälkeen insinöörityössä tarkastellaan pelien ansaintamallien vaikutuksia pelaajille, sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia. Käydään myös läpi, miksi peliyhtiöt käyttävät mikrotransaktioita ja saalislaatikoita, millaisia taloudellisia hyötyjä niillä on ja millaisia riskejä niillä on peliyhtiöille.

Lopuksi tutkitaan pelialan sääntelyä ja lainsäädäntöä, nykyisiä käytäntöjä ja mahdollisia tulevaisuuden muutoksia. Pohditaan myös uusien ansaintamallien, kuten pelien joukkorahoituksen ja NFT-pelien, tuomia mahdollisuuksia ja haasteita pelialalle tulevaisuudessa.

Opinnäytetyössä tutkitaan eri videopeliansaintamallien toimintaa, tehokkuutta ja vaikutusta sekä pelialaan että myös pelaajiin. Lähtökohtaisesti hypoteesina on, että peliala on kasvanut valtavaksi vaihtoehtoisten ansaintamallien ansiosta,

mutta samalla kuluttajan näkökulmasta pelikokemus on heikentynyt niiden seurauksena. Opinnäytetyössä tarkastellaan kaikkia ansaintamalleja vertailun vuoksi, mutta keskitytään tarkastelemaan mikrotransaktioiden ja saalislaatikoiden merkitystä erityisesti.

Opinnäyteyön aihe on tärkeä, jotta ymmärretään, miten myynnin maksimointi ei yleensä johda hyvään lopputulokseen kuluttajan näkökannalta. Tämän opinnäytetyön avulla voidaan mahdollisesti löytää parempia ansaintamalleja, jotka eivät heikennä pelikokemusta.

2 Videopelien ansaintamallien historia

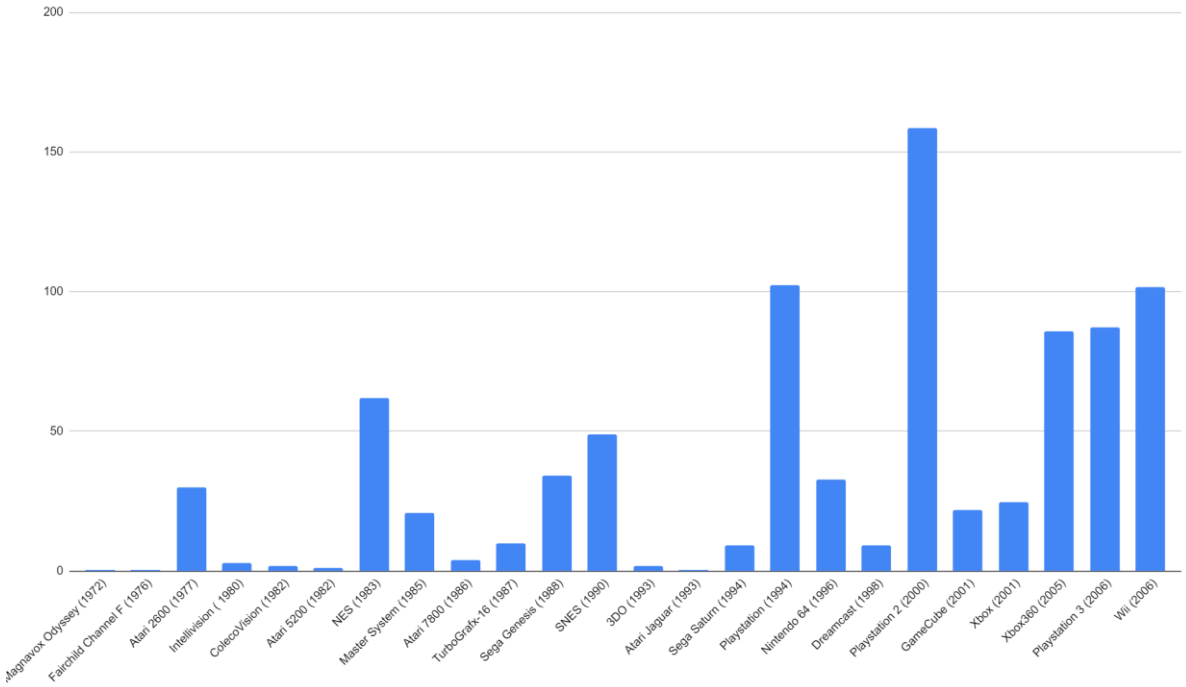
Tässä luvussa käydään läpi videopelien ansaintamallien kehittyminen alkuperäisistä tavoista uudempiin menetelmiin ja myös syitä siihen, miksi videopelien kehittäjät ja julkaisijat siirtyivät aivan erilaisiin ansaintamalleihin.

2.1 Alkuperäiset ansaintamallit

Videopelit alkoivat pelihallipeleistä 1970-luvulla. Kuvasta 1 voi nähdä esimerkin, millaisia alkuperäiset pelihallipelit olivat.

Kuva 1. Esimerkki pelihallipeleistä pelihallissa (Arcade Perfect 2018).

Vaikka samalla vuosikymmenellä tuli videopelikonsoleita, konsolit eivät saavuttaneet yleistä suosiota ennen 1980-lukua, kuten kuvasta 2 voi nähdä.



Kuva 2. Pelikonsoleiden julkaisuvuosi x-akselilla ja y-akselilla myydyt konsolit, miljoonaa kappaletta (Platform Totals 2023).

Kuten kuvasta 2 näkee, pelikonsolit tulivat 1980-luvulla ja saavuttivat jo 100 miljoonan kappaleen rajan myynnissä 2000-luvulla. Valtaosa videopelialan tuotoista ennen konsoleiden suosion nousua tuli pelihallipeleistä. Näiden pelien ansaintamalli perustui siihen, että pelaaja käyttää kolikoita ostaakseen joko peliaikaa, yrityksiä tai tasoja. Kun peliaika loppui, pelaaja joutui syöttämään koneeseen lisää kolikoita jatkaakseen pelaamista. Pelihallipeleissä oli muutama ongelma. Jotta pelihallipelejä voi pelata, pelaajan täytyi mennä pelihalliin paikanpäälle, ja matka saattoi olla joillekin pitkä. Pelihallipeleihin myös saattoi mennä paljon rahaa, sillä pelaaja joutui aina laittamaan lisää rahaa koneeseen jatkaakseen pelaamista. Myös jos meni esimerkiksi koulun jälkeen pelihalliin, ne olivat usein täynnä pelaajia, joten saattoi joutua odottaa omaa vuoroansa pelata tiettyä peliä.

Kun ensimmäiset videopelikonsolit tulivat, ne saivat suosiota juuri siksi, että pelaaja pystyi ostamaan konsolin ja pelin, minkä jälkeen hän pystyi pelaamaan niin paljon kuin halusi joutumatta maksamaan enempää. Videopelikonsoleissa

oli merkittävä etu myös siinä, että niitä pystyi pelaamaan kotoa ilman vuorojen odottamista. Pelihallien suosio on ollut konsoleiden tulemisen jälkeen tasaisessa laskussa, vaikkakin niillä on vielä paikkansa markkinoilla. Vuonna 2022 Japanissa suljettiin yksi ikonisimmista pelihalleista, kuvassa 3 näkyvä GiGO Tokion Akihabarassa (Mateo 2022).

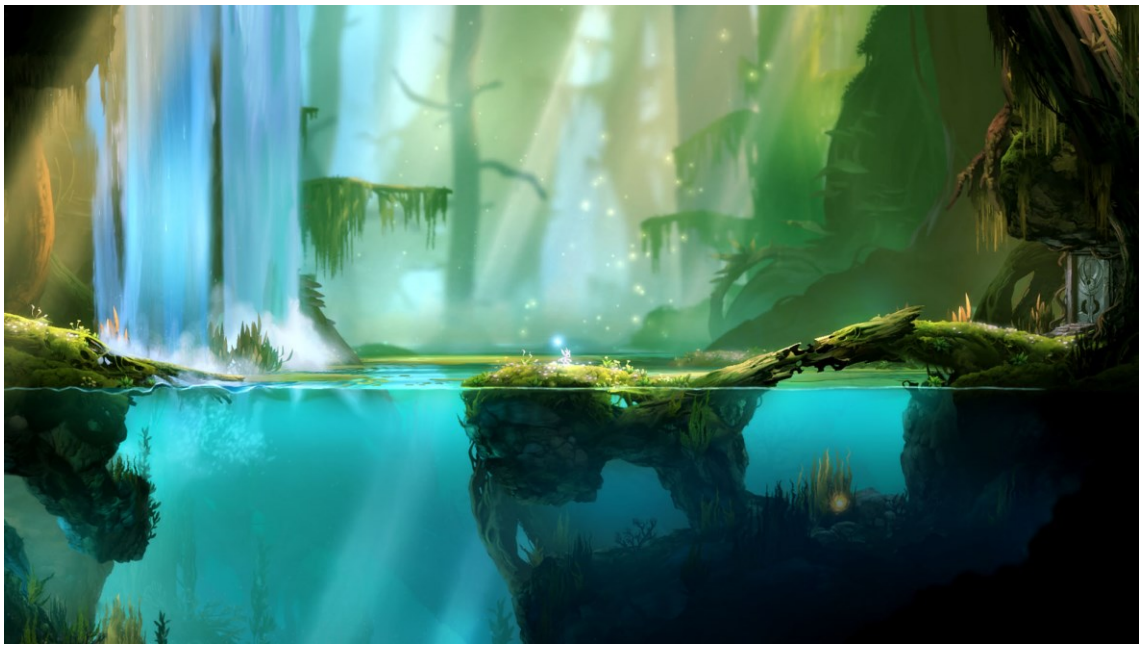
Kuva 3. Sega Akihabara GiGO -pelihalli sisältäpäin (Arcade Tokyo 2018).

Kertamaksut ja julkaisumallit

Videopelit siirtyivät siis kertamaksujärjestelmään, jossa pystyi ostamaan pelin ja omistamaan sen käytännössä ikuisesti. Tämä malli on vieläkin suuressa käytössä molemmilla puolilla videopelialaa. Niin sanotut AAA- eli triple-A- ja indiepelit molemmat käyttävät vielä tätä mallia, mutta molemmat ovat löytäneet uusiakin ansaintamalleja.

AAA-peleillä tarkoitetaan keski- ja korkean tason julkaisijoiden tekemiä tai tuottamia pelejä, joilla on yleisesti paljon suurempi budjetti, markkinointi ja enemmän työntekijöitä kuin peleillä, joita ei lasketa AAA-peleiksi kuten indiepelit. Nämä pelit on usein suunnattu suurelle yleisölle, ja niillä on tavoitteena tehdä mahdollisimman suuri voitto. Alkuperäiset ansaintamallit, kuten pelin myynti fyysisissä kaupoissa tai digitaalisesti, olivat aiemmin yleisiä. Kuitenkin nykyään monet AAA-pelit käyttävät myös muita keinoja ansaita rahaa, kuten lisäsisältöjen myynti, esineiden myynti pelin sisällä tai tilausmallit.

Indiepeleillä taas tarkoitetaan pelejä, jotka ovat pienemmän ryhmän tekemiä pelejä ilman suuren julkaisijan teknistä, rahallista tai markkinointitukea. Alkuperäiset ansaintamallit olivat indiepelien kohdalla yleensä vain pelin myyntiä digitaalisesti, joka saattaa olla pienemmän kappalemäärän takia rajoitettua. Sen tulkinta, mikä on indiepeli ja mikä ei ole, on vaihtelevaa. Esimerkiksi Ori and the Blind Forest -tasohyppelypeli on pienemmän ryhmän tekemä peli, mutta ryhmä sai tukea Microsoftilta pelin tekoa varten. Peli silti lasketaan yleisesti ottaen indiepeliksi. (Kent 2001.) Kuvassa 4 näkyy, millainen peli on kyseessä.



Kuva 4. Ori and the blind forest -tasohyppelypeli (Ori and the blind forest 2015).

Tämä tuo esille, että virallinen määritelmä AAA- tai indiepelille ei välttämättä vastaa sitä, mitä yleinen määritelmä on. Monesti AAA-peleillä tarkoitetaan vain korkealaatuisia, hiottuja ja hyvin menestyviä pelejä. Julkaisijan osalla, ryhmän koolla tai budjetilla ei ole periaatteessa merkitystä, mutta yleensä jos pelistudiolla on nämä, se saa paljon helpommin tehtyä AAA-tasoisen pelin.

Videopelien kertamaksu oli pääosin ainoa ansaintamalli videopeleille 1990-luvun loppupuolelle, jolloin internetin välityksellä toimivat moninpelit alkoivat yleistymään. Samaan aikaan videopelit olivat siirtyneet jo yleiseen suosioon maailmalla. Kotitietokoneiden yleistyminen samoihin aikoihin myös lisäsi videopelien suosiota, sillä enää ei tarvinnut ostaa erillistä konsolia pelatakseen videopelejä. Videopelien tekemisestä tuli myös kalliimpaa ja kilpailusta kovempaa, joten videopelien valmistajat ja julkaisijat alkoivat etsiä uudenlaisia ansaintamalleja. (Cook 2016.)

Jatkuva tilausmalli

Ensimmäisten vaihtoehtoisten ansaintamallien joukossa oli jatkuva tilausmalli. Tässä mallissa pelaaja maksoi yleensä kuukausittaisen maksun, joka antoi hänelle pääsyn pelaamaan peliä tai pelejä. Malli tarjosi pelaajille joustavuutta, sillä heidän ei tarvitsisi maksaa suoraan kokonaisen pelin hintaa ja he pystyivät vaihtamaan toiseen tilausmallin peliin seuraavana kuuna. Ensimmäinen tilausmallia tarjoava videopeli oli Mattelin julkaisema PlayCable vuonna 1980 (Bashir 2021).

Videopelien kehittäjille tilausmalli taas toi luotettavaa ja ennustettavaa tuloa joka kuukausi. Tämä antoi heidän tuottaa sisältöä peleihin huolehtimatta rahan riittämisestä. Erityisen paljon tilausmalli auttoi pienempiä videopelikehittäjiä, joilla ei ollut suurta budjettia. Tilausmalli myös tarjosi pelaajille jatkuvasti uusia päivityksiä peleihin, joten heidän ei tarvinnut ostaa aina uutta peliä saadakseen lisää sisältöä.

Pelit, jotka ovat omaksuneet tilausmallin, ovat MORPG-pelit. Näissä peleissä on samanaikaisesti satoja ja jopa tuhansia pelaajia, jotka pelaavat ja kommunikoivat yhdessä. Yksi maailman suositummista peleistä, World of Warcraft (WoW), toimii mallilla, jossa ensin ostetaan niin sanottu laajennus, joka lisää peliin sisältöä, ja sen lisäksi täytyy maksaa kuukausittainen maksu pystyäkseen pelaamaan. Toisenlainen malli, jota Runescape-peli käyttää, on sellainen, jossa peli on jaettu kahteen. Toiset ovat niin sanottuja Free to play (F2P) -pelaajia, jotka voivat pelata maksamatta ollenkaan, kun taas toiset ovat Pay to play (P2P) -pelaajia, jotka saavat kuukausimaksua vastaan paljon enemmän sisältöä pelattavakseen. (DLC Season Pass 2020; Zaiets 2020.)

Uudempi tilausmalli on sellainen, jossa kuukausittaisella maksulla pelaaja saa käsiinsä kokonaisen kirjaston pelejä. Yksi suosituimmista on Xbox Game Pass. Vuonna 2022 Microsoft julkaisi tiedon, että Xbox Game Passin ostajia oli noin 18 miljoonaa, mikä toi Microsoftille noin 2,9 miljardia dollaria (Strickland 2022).

2.2 Siirtyminen ilmaismalleihin

Videopelit ovat kasvattaneet suosiotaan viime vuosikymmeninä, ja ne ovat muodostuneet merkittäväksi talouden alaksi. Yksi merkittävimmistä trendeistä videopelien maailmassa on ollut siirtyminen perinteisistä kertamaksullisista julkaisumalleista ilmaismalleihin, mikä on avannut uusia tapoja pelien monien rahoitusmenetelmien kehittämiseen. Ilmaismallit ovat muuttaneet peliteollisuutta perusteellisesti, sillä niiden myötä pelit ovat saavuttaneet aiempaa laajemman yleisön, joka ei ehkä muuten olisi ollut valmis maksamaan pelistä.

Tämä muutos on mahdollistanut pelien kehittäjille uusien rahoitusmallien kehittämisen, kuten mainosrahoitteiset pelijulkaisut ja mikrotransaktiot. Mainosrahoitteiset pelijulkaisut ovat yleistyneet, sillä ne tarjoavat pelien kehittäjille mahdollisuuden saada tuloja ilman, että pelaajien täytyy maksaa pelistä suoraa hintaa. Mainoksia voidaan esittää pelin sisällä tai ennen pelin aloittamista, ja niistä saadut tulot voivat olla merkittäviä.

Mikrotransaktiot ovat myös yleistyneet peliteollisuudessa. Ne ovat pieniä maksuja, joita pelaajat voivat tehdä pelin sisällä erilaisten pelikokemusta parantavien esineiden tai ominaisuuksien ostamiseksi. Mikrotransaktiot ovatkin pelinkehittäjien kannalta erittäin kannattavia, sillä ne mahdollistavat tulojen jatkuvan virtauksen pelin julkaisun jälkeen.

Videopelien ilmaismallit ja niihin liittyvät rahoitusmenetelmät ovat muuttaneet pelialaa perusteellisesti ja avanneet uusia mahdollisuuksia pelien kehittäjille. Pelaajien on nyt mahdollista nauttia ilmaisista peleistä, ja pelinkehittäjät voivat saada tuloja pelin julkaisun jälkeenkin. (Thomas 2022.)

Mainosrahoitteinen pelien julkaisu

Yksi ilmaismallien suosion kasvattajista on ollut mainosrahoitteinen pelien julkaisu. Tämä tarkoittaa sitä, että peli on ilmainen ladata ja pelata, mutta se sisältää mainoksia, jotka näkyvät pelaajan näytöllä pelin aikana. Mainosrahoitteinen

pelien julkaisu on ollut suosittu tapa rahoittaa mobiilipelejä jo pitkään, mutta nykyään se on yleistynyt myös tietokone- ja konsolipeleissä.

Mainokset yleensä esiintyvät latausruuduilla, päävalikossa tai itse pelimaailman ympäristössä. Peleihin myös on samalla tavalla mahdollista lisätä tuotesijoittelua kuin elokuviinkin.

Mainosten käyttö mahdollistaa sen, että peli voidaan julkaista käyttämättä kertamaksu- ja tilausjulkaisumalleja. Koska tällöin peli on ilmainen, peli saa myös suuremman yleisön, mikä taas puolestaan tuo lisää mainostuloja. Kun mainoksia käytetään peleissä, täytyy varoa, etteivät mainokset ole liian tunkeilevia ja siten häiritse pelikokemusta.

Mainostulot videopelialalla ovat merkittäviä erityisesti mobiilipeleissä. Yhdysvaltalaisen VentureBeat-teknologiasivuston tekemän analyysin mukaan videopelialalla mainoksista syntyvät tulot nousevat 42,3 miljardista dollarista vuonna 2019 56 miljardiin dollariin vuonna 2024. Analyysissä myös mainitaan, että mainostulot jakautuvat voimakkaasti mobiilipuolelle. Kyselyn mukaan 73 % mobiilipelejä pelaavista kohtaa mainontaa peleissä ja 57 % mobiilipelien kehittäjistä käyttää useaa ansaintamallia. Yksi suosituimmista ilmaispelien ansaintamalleista, joita erityisesti mobiilipelialalla käytetään, ovat mikrotransaktiot. (In-game ad revenue will reach $56B in 2020, but getting your share depends on genre 2020.)

Mikrotransaktioiden synty ja kehitys

Mikrotransaktiot ovat pieniä lisäosia, joita pelaaja voi ostaa peleissä. Suurimmaksi osaksi ne eivät tarjoa minkäänlaista suoraa hyötyä peliin, vaan ne ovat kosmeettisia muutoksia. On kuitenkin pelejä, joissa mikrotransaktiot tarjoavat suoraa hyötyä ostajalle, ja tätä kutsutaan pay to win (P2W) -malliksi. Tämä malli ei ole suuressa suosiossa, koska pelaajat yleisesti vastustavat sitä. Esimerkiksi yksi eniten julkisuutta keränneistä peleistä oli EA:n Star Wars Battlefront 2, jossa pelin julkaisussa pelissä pystyi ostamaan sankareita ja voimakkaita taitoja oikealla rahalla, mikä teki pelistä pay to win. Peli sai niin suurta kritiikkiä, että

pelin julkaisijat joutuvat lopulta poistamaan tämän elementin, mutta Electronic Artsin maine on pysyvästi vahingoittunut. (Orland 2018; Saed 2017.)

Mikrotransaktiot antavat pelaajille mahdollisuuden muokata pelikokemustaan uniikiksi. Tämä tekee peleistä paremmin mukaansatempaavia, koska pelaaja voi näyttää juuri sellaiselta kuin haluaa. Toiset haluavat, että hahmo on mahdollisimman paljon pelaajan itsensä näköinen, kun taas toiset haluavat elää täysin erilaisia fantasioita. Nämä fantasiat voivat olla yksinkertaisia, kuten lyhyen henkilön halu pelata pitkällä hahmolla tai halu pelata vahvaa naishahmoa.

Mikrotransaktiot ovat samankaltaisia kuin DLC:t (Downloadable conten) eli lisäsisältöpaketit. Ensimmäinen mikrotransaktio oli vuonna 2006 julkaistussa pelissä The Elder Scrolls IV: Oblivion oleva Horse Armor Pack -lisäosa. Tämä lisäosa ei antanut pelissä minkäänlaista hyötyä, vaan se oli kosmeettinen lisäosa. Kuvassa 5 voi nähdä, miten nämä mikrotransaktiot muuttivat hevosten panssarien ulkonäköä.

Kuva 5. Kaksi erilaista panssarimikrotransaktiota hevoselle The Elder Scrolls IV: Oblivion -pelistä (Oblivion:Horse Armor Pack 2006).

Vaikka pelin fanit reagoivat yleisesti negatiivisesti lisäosan hintaan, joka oli 2,5 dollaria, se silti nousi tämän pelin kymmenen eniten ladatun lisäosan joukkoon Xbox Live -palvelussa (McWhertor 2009). Tämä oli ensimmäinen onnistunut mikrotransaktio, mutta jo vuotta aiemmin Microsoftilla oli esitetty vastaavanlainen idea. Idea kuitenkin hylättiin, koska Xbox Live -palvelun esimies Cam Ferroni totesi, että alle viiden dollarin ostoista suurin osa tuloista menisi toimituskuluihin. Tämän seurauksena Microsoft kehitti pistejärjestelmän, jossa pelaajat voivat ostaa ison määrän pisteitä ja sitten vaihtaa näitä pisteitä pieniin lisäosiin (mikrotransaktiot). (Hall 2015.)

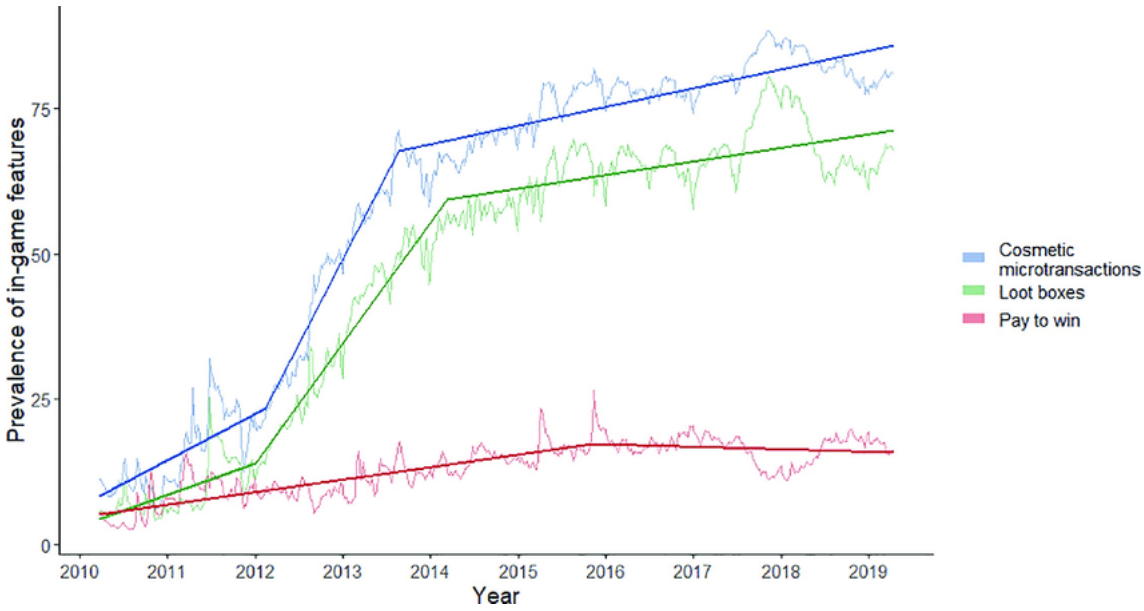
Mikrotransaktioita on Oblivionin jälkeen tehty peleihin yhä useammin. Muita varhaisia mikrotransaktioita olivat Facebookin Farmville-peli, jossa pelaajat pystyivät ostamaan aikahyppyjä, joilla he saivat kasvinsa kasvamaan nopeammin, tai esineitä, joilla he pystyivät nostamaan kasvien tuottoa. Toinen peli oli Electronic Artsin FIFA 09, jossa pystyi ostamaan pakkoja. Pakkojen avaamisesta sai sitten jalkapallon pelaajia, jotka pelaaja pystyi sijoittamaan omaan joukkueeseensa (Lemmens 2022; Wright 2017).

Videopelien maailma on viime vuosina kasvanut merkittävästi, ja monet pelit ovat alkaneet käyttää mikrotransaktioita yhä enemmän. Tämä johtuu osittain siitä, että pelikehittäjät etsivät uusia tapoja ansaita rahaa, mutta myös siitä, että pelaajat ovat osoittaneet kiinnostusta tällaisia lisäosia kohtaan. Mikrotransaktiot ovat pieniä maksuja, joita pelaajat voivat tehdä pelin sisällä ostamalla esimerkiksi pelihahmon varusteita tai muita lisäominaisuuksia. Vaikka monet pelaajat ovat tyytyväisiä mahdollisuuteen ostaa näitä lisäosia, osa pelaajista on kritisoinut mikrotransaktioita, sillä ne voivat antaa etulyöntiaseman niille pelaajille, jotka ovat valmiita käyttämään enemmän rahaa pelin sisällä. Tämä on johtanut keskusteluun siitä, ovatko mikrotransaktiot oikeudenmukaisia ja tasapuolisia kaikille pelaajille.

Nykyään mikrotransaktioita löytyy lähes kaikista pelityypeistä, kuten mobiilipeleistä, selainpeleistä ja suurista AAA-tason peleistä. Joissakin peleissä

mikrotransaktioita käytetään vain kosmeettisiin lisäosiin, kun taas toisissa niillä voi ostaa suoran pelihyödyn. Tällaisia pelejä kutsutaan yleisesti pay-to-win-peleiksi.

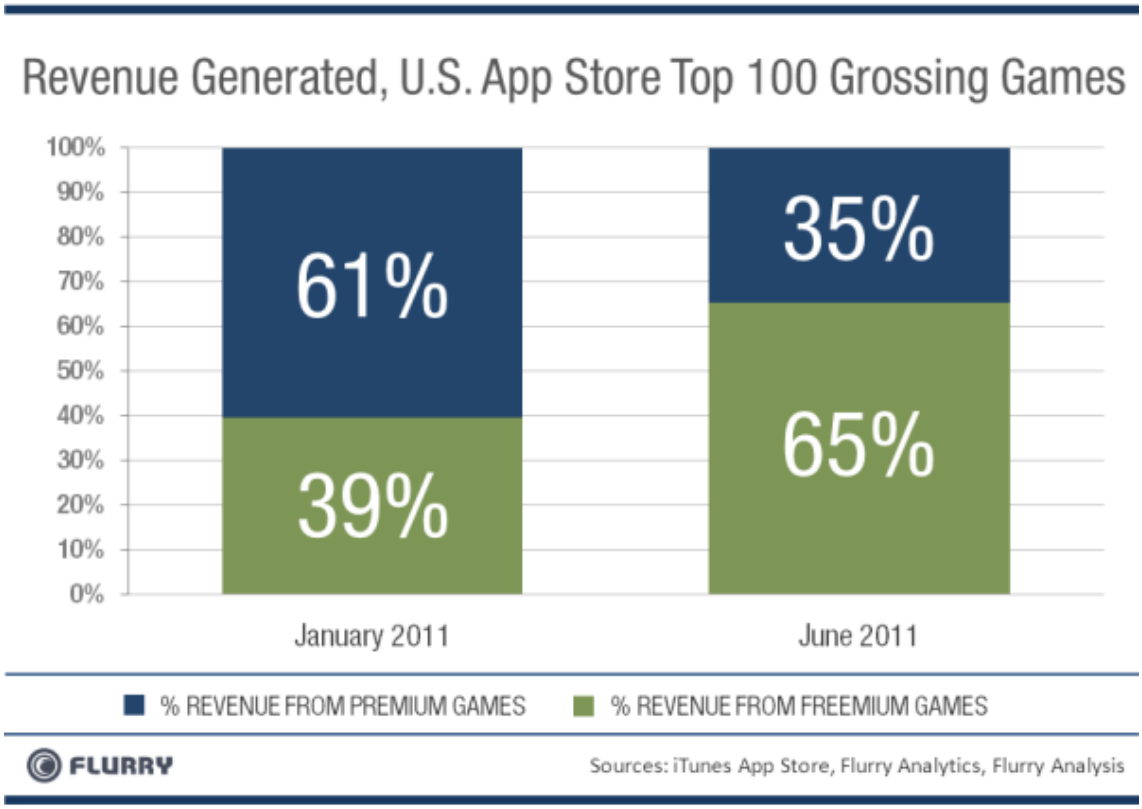
Erityisesti uusi liiketoimintamalli, jossa peli on täysin ilmainen ladata ja pelata eli Free to Play (F2P), mutta sisällä pystyy ostamaan erilaisia mikrotransaktioita, on johtanut mikrotransaktioiden kasvavaan suosioon. Valven peliä Team Fortress 2 on pidetty ensimmäisenä pelinä, joka siirtyi tähän malliin vuonna 2010. Mikrotransaktioiden suosio kasvoi räjähdysmäisesti vuonna 2012, ja monet peliyhtiöt alkoivat kokeilla niitä, kuten David Zendlen ja Rachel Meyerin tutkimuksesta käy ilmi (Zendle & Meyer 2020: 9). Kuvasta 6 voi nähdä, että mikrotransaktioiden käyttö on kasvanut vuodesta 2010 ja ne ovat tällä hetkellä normi pelialalla.



Kuva 6. Kosmeettisien mikrotransaktioiden (sininen), saalislaatikoiden (vihreä) ja pay to win (pinkki) esiintyminen. Akselilta x näkyvät vuodet ja akselilta y niiden pelien prosenttiosuus, joissa kyseisiä asioita esiintyy (Zendle & Meyer 2020: 9).

Kuvasta 6 näkee sen, miten mikrotransaktiot alkoivat lähteä nousuun vuonna 2010, kuinka ne kokivat räjähdysmäisen piikin vuonna 2012 ja kuinka niistä on tullut normi pelialla siitä lähtien.

Supercellin Clash of Clans -puhelinpeli oli yksi merkittävimmistä mikrotransaktioiden kehittäjistä tuolloin ja sai valtavia tuloja juuri näiden avulla. Mikrotransaktioiden avulla mobiilipelit kasvoivat suuremmaksi pelialaksi kuin tietokone- ja konsolipelit yhteensä (Wijman 2021). Ilmaispelit, jotka ansaitsivat tulonsa mikrotransaktioilla eli freemium-pelit, ohittivat maksulliset niin sanotut premium-pelit jo vuonna 2011, kuten Flurryn analyysiyrityksen kuvasta (kuva 7) selviää.



Kuva 7. Flurryn arvio pelialan tuloista tammikuussa ja kesäkuussa 2011. Sinisellä näkyvät premium-pelit ja vihreällä freemium-pelit. (Valadares 2011.)

Kuten kuvasta 7 näkee, Flurryn arvion mukaan freemium-pelit ohittivat puolessa vuodessa premium-pelit jo vuonna 2011 eli ennen kuvasta 6 nähtävää vuoden 2012 nousua.

Uuden freemium-mallin myötä pelien menestystä alettiin arvioimaan uudella tavalla. Ennen menestys mitattiin myytyjen pelien määrällä, mutta nykyään menestystä arvioidaan myös sen perusteella, kuinka hyvin pelit pitävät pelaajia

pelissä ja kuinka paljon pelissä on mukaansatempaavia tapoja myydä mikrotransaktioita. Pelit pyritään siis tekemään entistä koukuttavammiksi. (Colagrossi 2021; William 2018.)

2.3 Saalislaatikot ja niiden kehitys

Saalislaatikot (engl. loot box) ovat yhdenkaltaisia mikrotransaktioita, jotka ovat tulleet entistä suositummiksi viime vuosina pelialalla. Käytännössä saalislaatikko on virtuaalinen laatikko, jonka pelaajat pystyvät ostamaan oikealla rahalla tai joskus pelaamalla peliä. Laatikko taas sisältää jonkin satunnaisen saaliin isosta potista. Saalis voi olla vain kosmeettinen, kuten “skin”, jolla muokataan pelihahmon tai aseen tms. ulkonäköä, tai saalis voi olla pelihyödyke, joka vaikuttaa peliin suoraan, kuten ase tai tasotehoste.

Saalislaatikon konsepti juontaa perinteisistä keräilykorttipakoista, joissa pelaajat ostavat pakkoja. Nämä pakat sisältävät satunnaisia kortteja, joista jotkin ovat arvokkaampia ja harvinaisempia kuin toiset. Kortteja voidaan vaihdella, ja usein korteilla myös voidaan pelata. Kaksi merkittävimmistä olivat yhdysvaltalainen Magic The Gathering ja japanilainen Pokemon. Kuvassa 8 esimerkki Magic- ja Pokemon-korteista.

Kuva 8. Magic the Gathering- ja Pokemon-kortti (Bowen 2021; Hall 2020).

Molemmista keräilykorttipeleistä on tullut useita videopelejä. Magic oli ensimmäinen, joka toi keräilykorttipakat videopeleihin vuonna 1997. Molemmat ovat menestyneet erittäin hyvin. Pokemon oli vuonna 2019 maailman menestynein franchisingsopimus, jonka arvioidut tuotot olivat jopa 95 miljardia dollaria tuotoilla (Talaviya 2019).

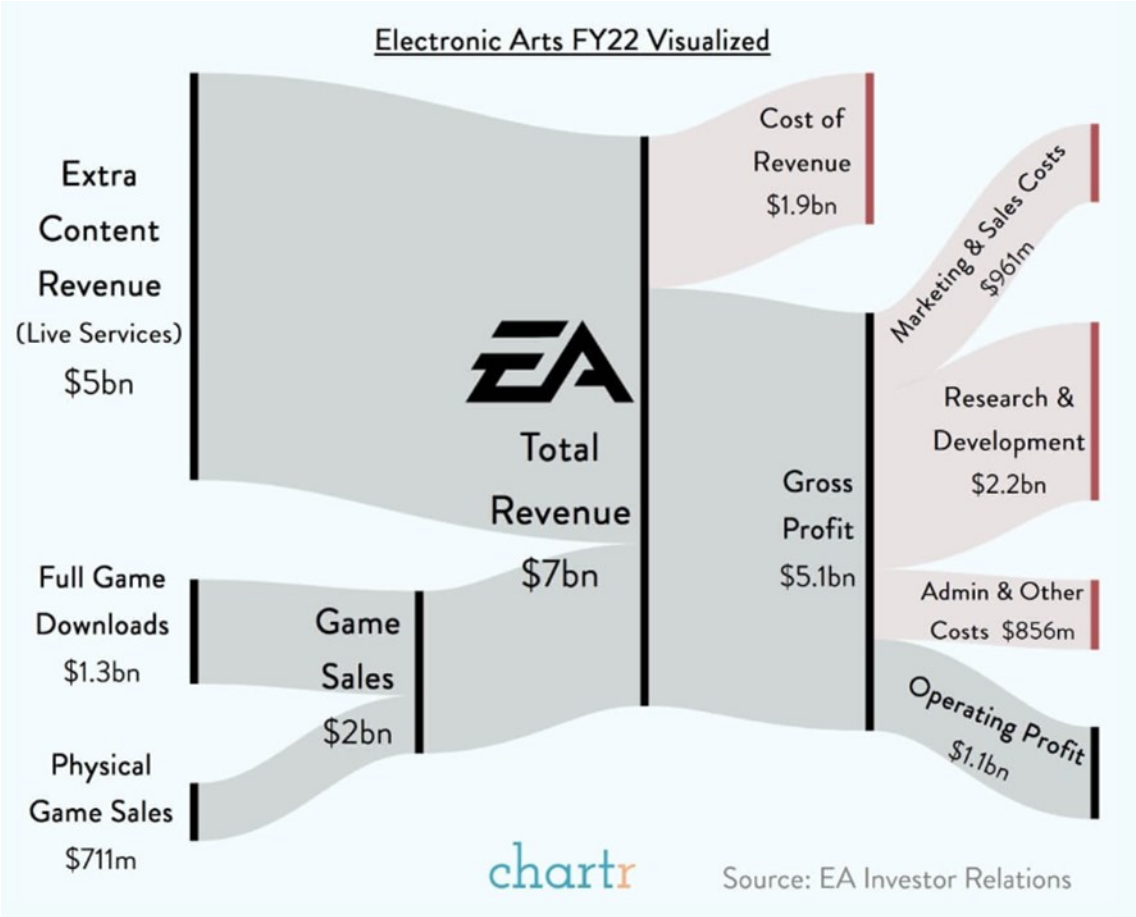
Ensimmäisenä saalislaatikkona pidetään Gachapon-lippua japanilaisessa MMORPG-pelissä nimeltä MapleStory, joka julkaistiin vuonna 2004. Pelaajat voivat ostaa Gachapon-lipun sadalla jenillä, ja sen arvonta palkitsee heidät yhdellä monista kosmeettisista esineistä. Gachapon-lipun suosio johti Gacha-pelien syntyyn Japanissa. Gachapon-nimi tulee suosituista japanilaisista leluautomaateista, jotka antoivat ostajalle satunnaisen lelun. Suurimpana Gacha-pelinä pidetään vuoden 2012 Puzzles and Dragons -peliä, joka oli ensimmäinen mobiilipeli, joka ylitti yhden miljardin dollarin tulorajan. (Jordan 2014.)

Saalislaatikot alkoivat kasvattaa suosiotaan vuonna 2010, minkä jälkeen monet pelistudiot alkoivat kokeilla erilaisia saalislaatikkomekaniikkoja. Yksi näistä yrityksistä oli Farmvillen kehittäjä Zynga. Se oli yksi ensimmäisistä mikromaksujen kehittäjistä ja yksi ensimmäisistä saalislaatikoiden kehittäjistä länsimaissa. Vuonna 2011 Zynga raportoi Farmvillen tuottaneen yli 235 miljoonaa dollaria ensimmäisen vuosineljänneksen aikana, ja siitä suurin osa tuli saalislaatikoista ja mikrotransaktioista (Takahashi 2011). Valven Team Fortress 2 oli ensimmäinen ilmainen peli, jonka tulot perustuivat saalislaatikoihin, ja se oli massiivinen menestys. Valve raportoi, että Team Fortress 2:n pelaajamäärä kasvoi viisinkertaiseksi ja tuotto kasvoi jopa 12-kertaiseksi. Myöhemmin Valve toi tämän menetelmän toiseen suosittuun peliin, Counter-Strike: Global Offensiveen, jossa saalislaatikoiden palkinnot olivat pelkästään kosmeettisia aseiden muokkauksia, "skin". Valve antoi pelaajien myös vaihtaa, myydä ja jopa uhkapelata näillä muokkauksilla (Pan 2016).

Kuten kuvasta 7 sivulla 14 käy ilmi, saalislaatikot alkoivat kasvamaan massiivisesti mikrotransaktioiden rinnalla vuonna 2012. Pelinkehittäjät ja julkaisijat huomasivat ensimmäisten kokeilujen valtavat tulot, ja koska sisällön luominen

saalislaatikkoihin on paljon halvempaa kuin kokonaan uuden pelin kehittäminen, saalislaatikoista tuli uusi normi pelialalla. Useimmat suuret pelijulkaisijat halusivat sisällyttää saalislaatikot peleihinsä.

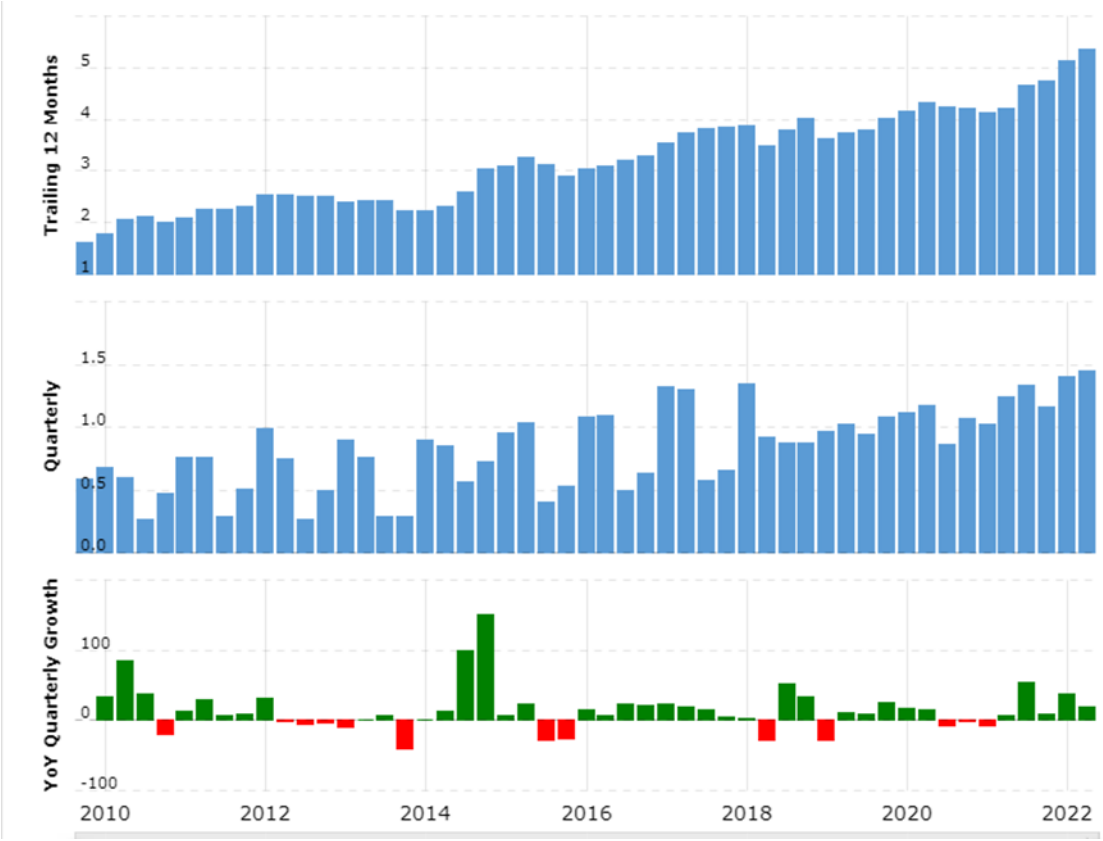
Yksi suurimmista pelijulkaisijoista, Electronic Arts (EA), toi saalislaatikot kahteen suosituimpaan yksinpelipeliinsä. Vuonna 2012 EA lisäsi saalislaatikot Mass Effect 3 -peliin, joka menestyi hyvin, vaikka fanit olivatkin pettymyksestä äänessä. Seuraavana vuonna Electronic Arts toi saalislaatikot toiseen suosittuun yksinpelipeliinsä, Dead Space 3:een, mutta se ei menestynyt yhtä hyvin. Kuitenkin EA:n urheilupelisarjat ovat olleet erityisen menestyksekkäitä saalislaatikoiden käytössä (Murphy 2021). FIFA-pelisarjassa pelaaja voi ansaita paketteja pelaamalla tai ostamalla niitä oikealla rahalla. Paketeista saa pelaajakortteja, jotka vastaavat oikeiden jalkapallopelaajien ominaisuuksia, kuten syöttöä, puolustusta, hyökkäystä jne. Nämä ominaisuudet ja pelaajien kuuluisuus määrittelevät korttien harvinaisuuden. Kun pelaaja kerää tarpeeksi kortteja, hän voi luoda joukkueen, jolla pelataan muita vastaan. Valtaosa EA:n tuloista tulee mikromaksuista ja saalislaatikoista. Vuoden 2022 tulo- ja menojaotus on esitetty kuvassa 9.



Kuva 9. Jakauma Electronic Artsin tuloista ja menoista vuonna 2022 (EA quarterly results 2022; Stephan 2022).

Kuvasta 9 näkyy, että Electronic Artsin kokonaistulot olivat 7 miljardia dollaria. Siitä jopa 5 miljardia tuli Extra Content Revenue -kategoriasta, johon kuuluvat pääasiassa mikrotransaktiot, saalislaatikot ja lisäosat. Vain 2 miljardia tuli pelien myynnistä, vaikka Electronic Arts julkaisee keskimäärin 10 peliä vuodessa. Tämä selittää, miksi pelijulkaisijat ovat siirtyneet erilaisiin tulonlähteisiin. Lisäsisällön tekeminen on paljon halvempaa kuin kokonaan uuden pelin kehittäminen.

FIFA-pakkoja pidetään yhtenä suurimpana saalislaatikkopioneerina ja menestyksenä. Kuvasta 10 näkyy, että Electronic Artsin bruttotulot ovat viisinkertaistuneet sen jälkeen, kun yhtiö alkoi käyttää mikrotransaktioita ja saalislaatikoita vuonna 2010 (Electronic Arts Revenue 2010–2022; Wright 2017).



Kuva 10. Macrotrends-tilastot Electronic Artsin bruttotuloille vuosilta 2010–2022 (Electronic Arts Revenue 2010–2022).

Kuvasta 10 käyvät ilmi Electronic Artsin tulot viimeisen 12 kuukauden aikana sekä niistä alimmat ja ylimmät neljännekset. Alimpana näkyy kasvu vuosien 2010 ja 2022 välillä. Saalislaatikoiden huippuna pidetään usein vuoden 2010 loppupuolta, jolloin mikrotransaktioiden ja saalislaatikoiden tulot olivat huipussaan. Vuonna 2016 Blizzard Entertainment julkaisi Overwatch-pelin, joka oli kyseisen vuoden tuottavin premium-peli melkein 600 miljoonan dollarin tuloksellaan. Tämä oli yli kaksi kertaa enemmän kuin toiseksi tuottavin tietokonepeli Counter-Strike: Global Offensive, joka tuotti 257,2 miljoonaa dollaria. Saalislaatikot ja siten myös mikrotransaktiot ovat erittäin tuottavia. (Burns 2017; Williams 2017; Vito 2021.) Pelistudiot ja pelijulkaisijat ovat lisänneet niitä peleihin jo yli vuosikymmenen ajan, ja niiden avulla ne ovat nousseet viihdealan johtaviksi jättiläisiksi (Hutson 2016).

Arvontapelin käyttö pelien sisällöissä

Toinen satunnaisuuteen perustuva ansaintamalli videopeleissä on arvontapelit. Arvontapelien konsepti on yksinkertainen: pelaajat ostavat lipun, jolla he pääsevät mukaan arvontaan, josta voittaja valitaan satunnaisesti. Voittaja saa yleensä palkinnoksi saaliin, jota ei muuten ole pelissä saatavilla tai joka on erittäin harvinainen. Arvontapelit ovat tulleet erittäin suosituiksi videopeleissä, erityisesti MMORPG-peleissä, niiden sosiaalisen puolen vuoksi.

Arvontapelien etuna saalislaatikoihin nähden on niiden läpinäkyvyys. Arvonnoissa pelaaja tietää yleensä, mitä hän mahdollisesti voittaa lipullaan, kun taas saalislaatikoissa sisältö on sattumanvaraista. Saalislaatikoiden todennäköisyys voittaa jotain harvinaista on myös epämääräinen, sillä pelikehittäjien ei tarvitse määritellä todennäköisyyttä saada harvinaisimpia esineitä saalislaatikosta. Arvonnoissa on paljon helpompi arvioida todennäköisyys voittaa, koska se riippuu osallistujien määrästä.

Saalislaatikoiden muunnokset

Saalislaatikoista on erilaisia variaatioita. Perinteinen saalislaatikko on jonkinlainen laatikko, kontti, säiliö tai vastaava, jonka sisältö on satunnainen ja saaliilla on eri harvinaisuuksia yleisestä legendaariseen. Laatikot voivat olla eri tasoisia, jossa korkeamman tason ja myös hinnan laatikot tarjoavat suuremmalla todennäköisyydellä harvinaisempaa saalista. Jotkin saalislaatikot voivat olla myös sellaisia, joista on taattu tietty taso saalista.

Pelit voivat myös antaa pelaajalle muita tapoja ansaita saalislaatikoita. Yleisiä ansaintatapoja ovat esimerkiksi pelin tietyn määrän pelaamisen jälkeen saadut ilmaiset saalislaatikot tai resurssijärjestelmän käyttäminen saalislaatikoiden rakentamiseen.

Joissakin peleissä on myös loot wheel -toiminto, jossa pelaaja pyörittää virtuaalista onnenpyörää, joka määrittää voitettavan palkinnon. (Wright 2017.)

2.4 Saalislaatikoiden ja mikrotransaktioiden toimintamalli

Saalislaatikot ja mikrotransaktiot ovat kaksi merkittävintä ansaintamallia videopelialalla, ja niiden toiminta pohjautuu virtuaalisen sisällön tai valuutan myyntiin. Nämä kaksi toimintamallia ovat räjähtäneet suosioon kuten aiemmasta kuvasta 6 sivulla 13 näkee. Niiden tehokkuuden ja suosion ymmärtämiseksi täytyy tutkia aihetta hieman syvemmin.

Mikrotransaktioiden ja saalislaatikoiden psykologia

Yksi merkittävimmistä syistä, miksi mikrotransaktiot ja saalislaatikot toimivat niin hyvin, on se, että ne aktivoivat aivojen palkitsemiskeskuksia. Kun pelaaja avaa saalislaatikon tai ostaa virtuaaliesineen, se aiheuttaa dopamiinin vapautumisen. Dopamiini on välittäjäaine, joka liitetään mielihyvään ja palkintoon. Tämä tunne voi olla addiktoivaa ja johtaa pelaajia ostamaan lisää saalislaatikoita ja mikrotransaktioita. Samasta syystä uhkapelit ovat addiktoivia. (Watson 2021.)

Toinen psykologinen tekijä, joka edistää saalislaatikoiden ja mikrotransaktioiden menestystä, on niin sanottu uponneiden kustannusten harhakuvitelma. Tämä psykologinen teoria koskee uhkapelaamista, jossa henkilö, joka on jo sijoittanut paljon rahaa, vaivaa tai aikaa johonkin, haluaa jatkaa sijoittamista, jotta aiemmin sijoitettu ei menisi hukkaan. Toisin sanoen videopeleissä, jos pelaaja on käyttänyt rahaa ja aikaa peliin, hän todennäköisesti jatkaa pysyäkseen muiden pelaajien tasolla ja perustellakseen itselleen aiemman ajan ja rahan käytön. (Gould 2023.)

Muita tapoja, joilla mikrotransaktioista on tehty addiktoivia, ovat muun muassa vaihtuvasuhteinen vahvistus, joka perustuu satunnaisesti muuttuvaan suhteeseen halutun käytöksen ja vahvisteen välillä. Tämä tarkoittaa, että palkkio tai saalis annetaan satunnaisesti, kun tietty käyttäytyminen tapahtuu, eikä tätä tapahtumaa voida ennustaa tarkasti. Muuttuvan suhteen vahvistamisen avulla haluttua käyttäytymistä voidaan vahvistaa tehokkaasti ja pitkäkestoisesti, koska se perustuu yllätyksellisyyteen ja odottamattomuuteen. (Cherry 2023.)

Tappion välttely on toinen manipuloiva tapa, jolla mikrotransaktioista ja saalislaatikoista on tehty addiktoivia. Siinä pelaaja manipuloidaan tuntemaan, että jos hän ei osta lisää mikrotransaktioita tai saalislaatikoita, hän jää paitsi jostain arvokkaasta. Tämä taktiikka usein tuodaan peleihin lisäämällä eksklusiivisia rajoitetun ajan tuotteita, jotka tuovat pelaajille kiireen tunteen.

Mikrotransaktioiden ja saalislaatikoiden psykologia ei ole vain pelien ominaisuus. Näitä elementtejä käytetään yhä enemmän myös sovelluksissa ja palveluissa, kuten sosiaalisen median alustoilla ja mobiilipeleissä. Siksi on tärkeää olla tietoinen siitä, miten nämä psykologiset tekijät vaikuttavat ja niitä voi välttää.

Yksi keino on tarkastella omaa pelaamiskäyttäytymistä ja tiedostaa, miksi tekee tiettyjä valintoja. On myös hyvä asettaa rajoituksia itselleen, kuten ennalta määritellyn budjetin mikrotransaktioihin tai aikarajoituksen pelien pelaamiseen. Tärkeintä on kuitenkin olla tietoinen siitä, että nämä psykologiset tekijät vaikuttavat pelaajiin ja että pelaaja voi tehdä omia päätöksiä.

Mikrotransaktiot ja saalislaatikot eivät ole kaikille pelaajille haitallisia tai addiktoivia. Joillekin pelaajille ne voivat olla vain pieni osa pelikokemusta. Kuitenkin, jos tunnistaa itsessään tai muissa pelaajissa merkkejä liiallisesta käytöstä tai addiktiosta, on tärkeää ottaa asia vakavasti ja hakea apua tarvittaessa. (Drummond & Sauer 2018; Wiltshire 2017.) Suomessa apua voi hakea esimerkiksi Mielenterveystalosta, Peluuri-palvelusta, Peliklinikalta ja Päihdelinkki-verkkopalvelusta.

3 Vaihtoehtoiset pelien ansaintamallit

Vaihtoehtoisten ansaintamallien tuottavuuden ansiosta peliyritykset ovat kokeilleet monenlaisia eri menetelmiä. Mikrotransaktiot ja saalislaatikot ovat kaksi suurinta tuottajaa videopelialalla, mutta niiden lisäksi on useita eri ansaintamalleja.

3.1 Ilmaismallien rinnalla käytettävät mallit

Kertamaksulliset lisäosat

Yksi varhaisimmista vaihtoehdoista videopeleissä lisätulon hankkimiseksi oli lisäsisällön tarjoaminen. Lisäsisältö voidaan jakaa kahteen eri kategoriaan: Expansion ja Downloadable content (DLC). Pelin laajennuspaketit, eli expansionit, tulivat suosituiksi MMORPG-peleissä, joissa pelin kehittäjät julkaisivat uusia lisäosia muutaman vuoden välein, jotka tarjosivat lähes yhtä paljon sisältöä kuin alkuperäinen peli. Näistä laajennuksista tuli erityisen suosittuja World of Warcraft -pelin ansiosta, jota pidetään yhtenä suurimmista laajennusten luojista. Uudemmat games as a service -pelit toimivat usein samalla tavalla, mutta niitä pelataan yleensä paljon pienemmällä pelaajamäärällä.

Samaan aikaan kehitettiin myös DLC:t, jotka olivat pienempiä lisäosia peleihin. Usein nämä pelit olivat yksinpelaajapelejä, joten niissä ei voinut pelata muita pelaajia vastaan tai yhdessä. DLC:stä tuli normi pelialalla, ja melkein kaikki pelit saivat niitä.

Erona laajennuspaketin ja DLC:n välillä on se, että DLC:t ovat pienempiä lisäyksiä peleihin, jotka usein ovat yksinpelaajapelejä, kun taas laajennuspaketit ovat isoja laajennuksia usein MMORPG-tyyppisiin peleihin, joissa on valtava määrä pelaajia. Molemmista lisäsisällöistä tuli valtavan suosittuja pelaajien keskuudessa, sillä he pystyivät pelaamaan suosikkipelejään lisää. Myös pelin kehittäjät ja julkaisijat pitivät lisäsisällön tuottamisesta, koska se on paljon halvempaa kuin kokonaan uuden pelin kehittäminen.

Toinen uudenlainen tapa ansaita rahaa videopeleissä, joka tuli suosituksi vuonna 2011, oli kausipassi(engl. season pass). Kausipassin toiminta perustuu siihen, että pelin oston yhteydessä tai erikseen voi ostaa erillisen kausipassin. Kausipassi takaa ostajalle useita eri lisäosia tulevaisuudessa. Kuvasta 11 näkyy, milloin ja millaista sisältöä Farming Simulator 22 vuoden 1 kausipassi tarjoaa tulevan vuoden aikana.

Kuva 11. Farming Simulator 22 -pelin "vuosi 1" -kausi (Get your Season Pass for FS22! 2021).

Lisäosat ovat muuttaneet pelialaa merkittävästi tarjoamalla pelaajille uusia mahdollisuuksia ja laajentamalla pelien tarjontaa. Ne ovat myös tuoneet pelinkehittäjille uusia tapoja ansaita rahaa ja pitää pelaajat sitoutuneina peliin pidempään. Lisäksi ne ovat antaneet pelinkehittäjille mahdollisuuden jatkaa pelin kehittämistä ja parantaa sen ominaisuuksia ilman, että heidän tarvitsee julkaista uutta peliä.

Vaikka lisäosat ovat olleet suosittuja pelaajien keskuudessa, ne ovat myös herättäneet kritiikkiä. Joissain tapauksissa lisäsisältö on ollut niin tärkeä osa peliä, että pelaajat ovat tunteneet joutuvansa maksamaan koko pelin uudelleen saadakseen kaiken sisällön. Lisäksi jotkut pelaajat ovat huolestuneita siitä, että pelinkehittäjät jättävät tahallaan tärkeitä ominaisuuksia pois pelistä, jotta ne voitaisiin myöhemmin lisätä lisäosina ja saada siitä lisää tuloja (Packard 2020).

Lisäosien suosio ei kuitenkaan näytä laantuvan lähitulevaisuudessa. Peliyhtiöt jatkavat lisäsisältöjen julkaisua, ja pelaajat ovat valmiita maksamaan niistä, jos ne tarjoavat merkittävää lisäarvoa peliin. Monet peliyhtiöt ovat myös kehittäneet

uusia tapoja tarjota lisäsisältöä, kuten kausipassit ja episodiset pelit, jotta pelaajat voivat valita itselleen sopivimman tavan saada lisäsisältöä. (Bonilla 2017.)

Sponsoroidut pelit

Sponsoroidut videopelit ovat yksi vaihtoehtoisista ansaintamalleista, jossa pelin kehittäjät saavat rahoitusta joltain yritykseltä, brändiltä tai taholta. Nämä pelit yleensä luodaan mainostamaan jotain tuotetta tai palvelua ja usein sisältävät tuotesijoittelua ja mainoksia pelin sponsorilta. Jotkin julkiset tahot myös sponsoroivat pelejä, esimerkiksi oppimista varten kehitetyt pelit tai pelit, joiden tarkoituksena on auttaa esimerkiksi terapiana.

Yksi ensimmäisistä sponsoroiduista videopeleistä oli vuonna 1983 julkaistu Chex Quest, jonka kehitti Digital Café ja sen sponsoroi murobrändi Chex. Peli sai vahvoja vaikutteita kuuluisasta ensimmäisen persoonan ammuntapelistä Doom, mutta tässä pelissä Doom-pelin hahmon sijaan oli Chex-murojen hahmo päähenkilönä. Peli jaettiin muropakettien mukana, ja se oli yleisesti onnistunut markkinointikampanja. (Colantonio 2020.)

Viime vuosina sponsoroidut pelit ovat tulleet yleisemmiksi, koska brändit pyrkivät löytämään uusia tapoja markkinoida tuotteitaan asiakkaille mukaansatempaavammilla tavoilla. Esimerkiksi vuonna 2017 julkaistu peli Super Mario Odyssey sisältää markkinointia Nissan-autoyritykselle. Pelissä pelaajat pystyvät ajamaan Nissan-ajoneuvolla. Vastineeksi Nissan mainosti peliä omissa markkinointimateriaaleissaan.

Sponsoroidut pelit voivat olla myös voittoa tavoittelemattomia pelejä, kuten opetusta, terveyttä ja sosiaalista tietoisuutta edistäviä. Nämä pelit yleensä ovat suunniteltuja tiedottamaan, opettamaan ja ottamaan puheeksi tärkeitä yhteiskunnallisia asioita ja ongelmia viihdyttävällä, hauskalla ja interaktiivisella tavalla.

Yksi esimerkki voittoa tavoittelemattomasta sponsoroidusta pelistä on Re-Mission. Pelin kehittäjänä toimi voittoa tavoittelematon yritys, jonka päämääränä on parantaa kansanterveyttä käyttäen teknologiaa. Pelin ideana on auttaa nuoria

syöpäpotilaita ymmärtämään tautiaan ja tarjoamaan tukea. Pelissä on hahmo, joka taistelee syöpäsoluja vastaan erilaisilla aseilla ja strategioilla. (Tiemann 2008.) Kuva 12 on kyseisestä pelistä.

Kuva 12. Re-mission-peli, jossa opetetaan lapsille ja nuorille syöpäpotilaille videopelin avulla, mikä syöpä on ja miten sitä vastaan taistellaan (Miller 2012).

Toinen esimerkki on Fate of the World -peli, jonka kehittäjänä toimi Red Redemption ja sponsorina British Broadcasting Corporation (BBC). Peli on opetustyökalu, joka simuloi nykyajan ympäristöä, sosiaalisia ja taloudellisia ongelmia. Pelissä pelaajien täytyy tehdä valintoja resurssien hallinnasta, ympäristöpolitiikasta ja maailmanlaajuisesta politiikasta luodakseen kestävää tulevaisuutta maapallolle. (Arnott 2010.)

Sponsoroidut pelit voivat olla hyvä työkalu joko markkinointiin brändeille ja yrityksille tai sitten työkalu edistämään jotakin asiaa, kuten opetusta. Nämä pelit myös antavat hyvän lähtökohdan uusille pelistudioille ansaita rahaa seuraavaa

peliä varten. Pelinkehittäjien on kuitenkin hyvä muistaa, ettei sponsoroitu peli ole liian saarnaava tai tuotesijoittelu ja mainonta eivät ole liian häiritseviä, sillä se voi antaa huonon pelikokemuksen. (Vasilyeva 2020.)

3.2 Uudet rahoitusmenetelmät

Pelin joukkorahoitus

Pelien joukkorahoituksesta on tullut erittäin suosittu uusille indiepelistudioille. Tämä antaa niile mahdollisuuden saada rahoitusta ja palautetta suoraan kohdeyleisöltä tarvitsematta julkaisijoiden tai sijoittajien apua. Joukkorahoitussivustot kuten Kickstarter, IndieGoGo ja Fig ovat kaikki toimineet menestyksekkäiden pelien rahoituksessa, joissa moniin projekteihin on kerätty miljoonia dollareita rahoitusta (Wain 2022).

Pelien joukkorahoitus antaa pelinkehittäjille mahdollisuuden esittää peli-ideansa suoraan pelaajille, mikä antaa heille tavan arvioida mahdollista kiinnostusta peliä kohtaan käyttämättä suurta määrää aikaa siihen. Se myös antaa pelinkehittäjien säilyttää täyden luovan kontrollin pelissä tarvitsematta tehdä kompromisseja sijoittajien tai julkaisijan kanssa. Lisäksi pelinkehittäjät voivat tarjota pelin tukijoille kannustimia, kuten varhainen pääsy pelaamaan peliä, eksklusiivista pelisisältöä tai jopa mahdollisuuden vaikuttaa siihen, mihin suuntaan peliä kehitetään

Monet joukkorahoituskampanjat ovat olleet erittäin menestyksekkäitä. Cloud Imperium Gamesin kehittämä Star Citizen sai vuonna 2021 rahoitusta yhteensä yli 420 miljoonaa dollaria, mikä tekee siitä menestyksekkäimmän joukkorahoitetun videopelin (Strickland 2021). Toinen esimerkki on Koji Igarashin tekemä peli nimeltä Bloodstained: Ritual of the Night, joka sai rahoitusta yli 4,8 miljoonaa dollaria vuonna 2015 (Cook 2015).

Joukkorahoituksella on myös haittapuolensa. Pelinkehittäjien täytyy pystyä luomaan vakuuttava esitys peli-ideastaan, mikä on jo vaativa tehtävä. Ei myöskään

ole takuita, että pelin joukkorahoituskampanja olisi tuottava, mikä voi lisätä riskiä pelinkehittäjille, jotka luottavat joukkorahoitukseen. Pelinkehittäjien täytyy myös saavuttaa pelin rahoittajien odotukset, kun pelin viivästyminen ja muutokset peliin ovat todennäköisiä.

Haittapuolista huolimatta pelien joukkorahoitus on erittäin hyvä tapa uusille pelistudioille, jotka eivät tahdo sitoutua mihinkään julkaisijaan tai sijoittajiin. Se antaa heille mahdollisuuden luoda juuri sellaisen pelin kuin itse tahtovat, ja he pystyvät kuuntelemaan palautetta suoraan tulevalta yleisöltään. (Futter 2019.)

NFT-pelit

NFT-pelit perustuvat non-fungible tokens (NFT) -teknologiaan. Tämä teknologia toimii käyttäen uniikkeja digitaalisia omaisuuksia, jotka vahvistetaan käyttäen lohkoketjuteknologiaa. Peleissä voi esiintyä uniikkeja esineitä, taidetta, virtuaalista kiinteistöä tai muuta. Käyttäen NFT-teknologiaa peleissä pelinkehittäjät voivat ostaa, vaihtaa ja myydä näitä omaisuuksia kuin ne olisivat oikeita fyysisiä asioita.

Yksi esimerkki NFT-pelistä on Axie Infinity. Siinä pelaajat jalostavat eri digitaalisia olentorotuja, joita kutsutaan axieseiksi. Pelaajat voivat sitten myydä, ostaa ja vaihtaa näitä olentoja. Kuvassa 13 on esimerkki.

Kuva 13. Axie Infinity -NFT-pelin axie-olentoja (What Are NFT Games and How Do They Work? 2021).

Harvinaisissa tapauksissa nämä olennot voivat olla tuhansien dollareiden arvoisia. Peli on suosittu esimerkiksi Filippiineillä, jossa pelaajat voivat ansaita rahaa vain pelaamalla tätä peliä (What Are NFT Games and How Do They Work? 2021.)

Toinen esimerkki on peli nimeltä The Sandbox, jossa pelaajat voivat ostaa ja myydä virtuaalista maata NFT:inä. Pelissä on jo myyty miljoonien dollareiden edestä virtuaalista maata (Hayward 2022).

Vaikka NFT-pelit tarjoavat pelinkehittäjille uusia luovia tapoja rahallistaa pelejään, monet ovat tuoneet esille NFT-teknologian ongelmat, jotka myös vaikuttavat niihin perustuviin peleihin. Ongelmia ovat esimerkiksi energian kulutus, jota NFT-teknologia vaatii, ja se, kuinka riskialttiita NFT:t ovat huijauksille. (What Are NFT Games and How Do They Work? 2021.)

4 Videopelien ansaintamallien vaikutukset pelaajiin

Videopelien ansaintamallit ovat muuttuneet paljon ensimmäisistä peleistä. Sen lisäksi, että eri ansaintamallit ovat tarjonneet pelin kehittäjille paljon hyötyjä, ne ovat myös vaikuttaneet pelaajiin ja heidän pelikokemukseensa. Tässä luvussa tutkitaan positiivisia ja negatiivisia vaikutuksia pelaajiin.

4.1 Positiiviset vaikutukset

Parempi pelikokemus

Yksi keino, jolla pelien uudet ansaintamallit ovat parantaneet pelikokemusta, on se, että pelaajille tarjotaan enemmän sisältöä, joka pitää heidät sitoutuneina peliin. Kehittäjät voivat käyttää ansaintamalleista saatuja tuloja lisäsisällön, kuten

uusien tasojen, hahmojen ja pelitilojen, luomiseen. Tämä puolestaan voi johtaa syvällisempään ja mukavampaan pelikokemukseen.

Ansaintamallit, kuten laajennukset, kausipassit ja DLC:t, ovat antaneet kehittäjille mahdollisuuden tarjota laajennettua pelikokemusta pelin alkuperäisen julkaisun jälkeen. Tämä sisältö voi tarjota pelaajille uusia haasteita, tarinoita ja kokemuksia, mikä tekee pelistä kiinnostavamman ja tyydyttävämmän.

Lisäksi ansaintamallit, kuten kosmeettiset esineet ja räätälöintimahdollisuudet, voivat parantaa pelin visuaalista houkuttelevuutta ja tehdä siitä pelaajille miellyttävämmän.

Lisääntyneet mahdollisuudet mukauttaa pelikokemusta

Ansaintamallit ovat myös lisänneet mahdollisuuksia pelikokemuksen mukauttamiseen. Monet pelit tarjoavat nykyään pelaajille mahdollisuuden ostaa kosmeettisia esineitä, räätälöintimahdollisuuksia ja muita pelin sisäisiä esineitä pelikokemuksen parantamiseksi.

Peleissä “skinejen” ostaminen antaa pelaajille mahdollisuuden muokata pelihahmostaan juuri sellaisen kuin he itse haluavat, mikä lisää pelin mukaansatempaavuutta. Tasotehosteet voivat auttaa pelaajia, joilla ei ole niin paljon aikaa panostaa peliin tai jotka saattavat kamppailla pelin tiettyjen osa-alueiden kanssa.

Lisääntyneet räätälöintimahdollisuudet ovat antaneet pelaajille mahdollisuuden räätälöidä pelikokemuksensa omien mieltymystensä mukaiseksi, mikä tekee pelistä nautinnollisemman (Barth 2018).

4.2 Negatiiviset vaikutukset

Vaikka videopelien ansaintamallit ovat tuoneet mukanaan myönteisiä vaikutuksia, ne ovat tuoneet mukanaan myös joitakin huonoja vaikutuksia.

Pelaajien taloudellinen rasitus

Yksi merkittävimmistä ansaintamallien kielteisistä vaikutuksista on pelaajille aiheutuva taloudellinen taakka. Monet pelit tarjoavat pelaajille mahdollisuuden ostaa pelin sisäisiä esineitä. Ostokset voivat nopeasti alkaa kertymään ja tulla taloudelliseksi taakaksi pelaajille.

Joissakin tapauksissa pelit voidaan suunnitella niin, että ne kannustavat pelaajia käyttämään enemmän rahaa kuin alun perin oli tarkoitus. Tämä voi johtaa siihen, että pelaajat käyttävät rahaa yli varojensa, millä voi olla kielteisiä vaikutuksia henkilökohtaiseen talouteen.

Lisäksi jotkin pelit on suunniteltu tuomaan kiireen tunnetta pelaajalle, jotta hänet saadaan tekemään harkitsemattomia ostoja pystyäkseen hyödyntämään tarjouksen tai muun vastaavan.

Monilla ansaintamalleilla on myös addiktoivia vaikutuksia moniin pelaajiin samalla tavalla kuin uhkapeleillä. Erona uhkapeleihin on se, että videopelejä monesti myös myydään lapsille, mikä saattaa aiheuttaa uhkapeliaddiktion kehittymisen lapselle (Zendle ym. 2019).

Pelikokemuksen epätasapainoisuus

Toinen merkittävistä negatiivisista vaikutuksista on pelien epätasapainoisuus. Monesti peleissä on tarjolla oikeaa rahaa vastaan peliin itsessään vaikuttavia esineitä. Ne, jotka ostavat näitä esineitä, saavuttavat merkittävän etulyöntiaseman verrattuna niihin, jotka eivät osta. Tämä myös painostaa pelaajia ostamaan näitä hyödykkeitä, jotta he pysyisivät samalla tasolla.

Tämä luo erittäin epätasapainoisen ja -arvoisen pelikokemuksen, joka yleensä johtaa pelaajien turhautumiseen. Monet pelit on suunniteltu tarkoituksella luomaan pelaajille turhautumisen tunnetta, jotta he olisivat herkempiä ostamaan näitä hyödykkeitä.

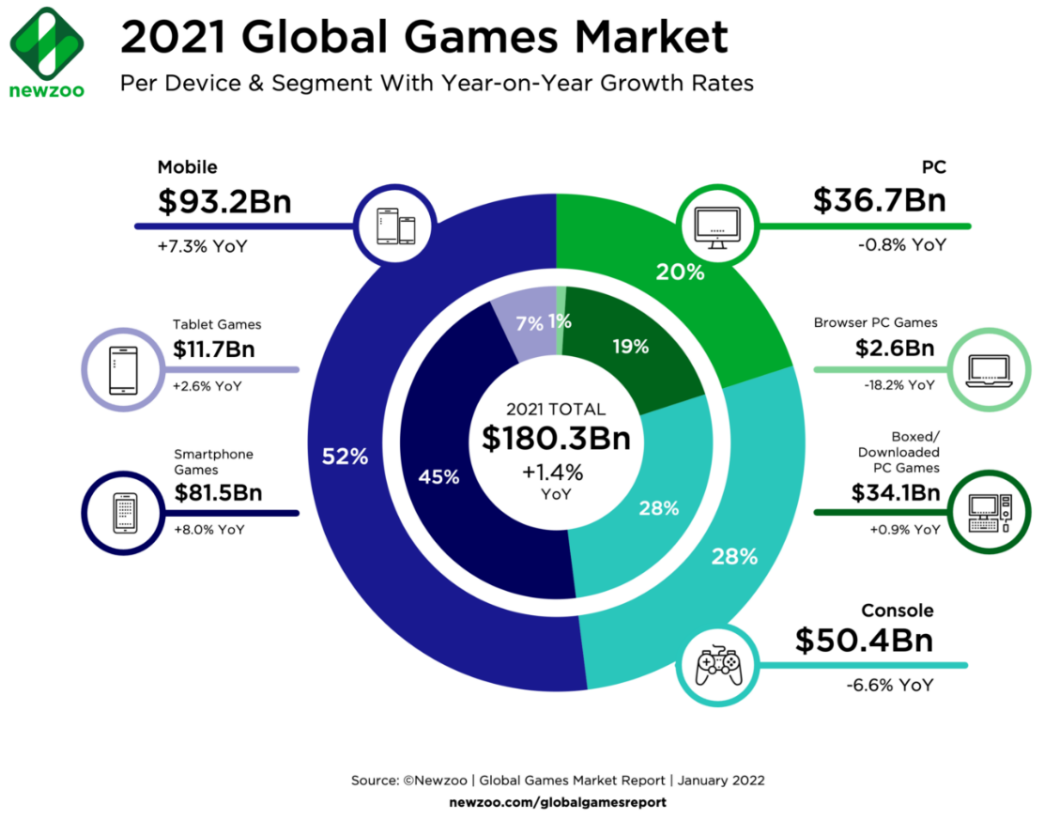
Pelin laadun heikkeneminen

Eri ansaintamallit voivat johtaa suoraan pelin tason heikentymiseen. Kun pelinkehittäjät keskittyvät liikaa ansaintamalleihin, he saattavat priorisoida sellaista sisällön tekemistä, joka antaa heille suurimman tulot, sen sijaan että he keskittyisivät pelin laadun parantamiseen. Tämä voi johtaa kiirehdittyihin, keskeneräisiin peleihin. Monesti liian aggressiivinen pelien rahastus johtaa huonoihin arvosteluihin ja huonoon maineeseen verkon puskaradiossa, mikä monesti on heikentänyt pelin myyntiä ja pelistudion mainetta.

Yleisesti ottaen ansaintamalleilla on positiivisia ja negatiivisia vaikutuksia pelaajiin. Jotkin niistä pystyvät parantamaan pelikokemusta, mutta liian aggressiivinen ja lyhytnäköinen rahastus monesti koituu pelikokemuksen haitaksi. Pelien kehittäjien tulisi harkita, miten he rahallistaa pelinsä, ja löytää tasapaino, joka parantaa pelikokemusta ja parantaa pelinkehittäjien tuloja. (Sterling 2019; Winkie 2020; Loot boxes linked to problem gambling in new research 2021.)

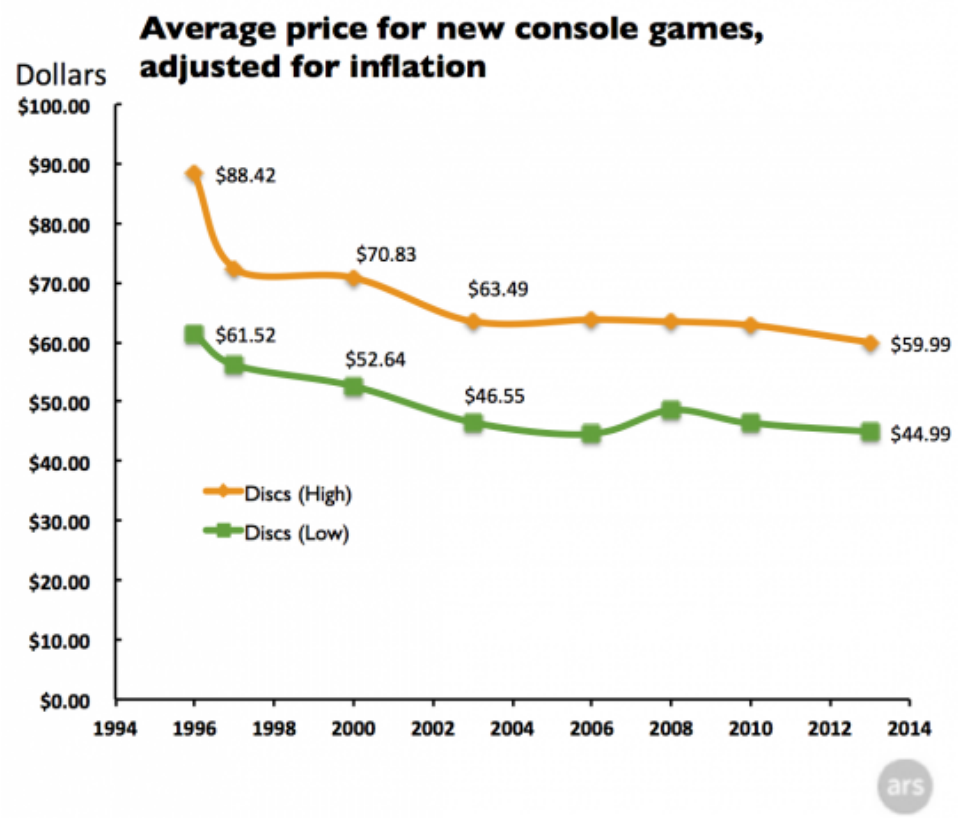
5 Videopelien ansaintamallien taloudelliset näkökulmat

Videopelit ovat kasvattaneet tuottavuuttaan huomattavasti pelialan alusta. The Entertainment Retailers Association (ERA) arvioi vuonna 2019, että videopeliala on markkina-arvonsa perusteella suurempi kuin elokuva- ja musiikkialat yhteensä (Parsons 2019). Vuonna 2021 videopeliala tuotti 180,3 miljardia dollaria, joka oli 1,4 % kasvua edellisvuoteen verrattuna, kuten analyysiyritys Newzoo raportoi (kuva 14).



Kuva 14. Newzoon raportti pelialan tuloista vuonna 2021 (Wijman 2021).

Raportista käy myös ilmi, että 52 % videopelialan tuloista tulee mobiilipeleistä. Mobiilipeliala ohitti raportin mukaan tietokone- ja konsolipelit vuonna 2021, jolloin mobiilipeliala kasvoi 7,3 % kokonaispelimarkkinoiden myynnissä. Merkittävin lasku tapahtui konsolipeleissä, 6,6 %. Tämän mobiilipelialan nousun tekee vielä merkittävämmäksi se, että valtaosa mobiilipeleistä on ilmaisia ladata ja pelata. Nämä ilmaiset pelit hyödyntävät monia eri ansaintamalleja. Merkittävää myös on se, että pelien hinta on laskenut kuten kuvasta 15 voi nähdä (Orland & Gitlin 2013; Parsons 2019).



Kuva 15. Pelien hinnat ajan kuluessa. Y-akselilla näkyy hinta ja x-akselilla näkyvät vuodet. Keltaisella merkittynä näkyvät korkeat pelien hinnat ja vihreällä matalat (Kyle 2013).

Kuvasta 15 voi nähdä, että pelien hinnat ovat laskeneet ajan saatossa, vaikka yhden dollarin ostovoima onkin laskenut vuodesta 1987 1,28 dollariin (Bhutada 2021). Pelien tekemisen hintakin on noussut, kun videopeleistä on tullut laajempia, paremman näköisiä ja yleisesti korkeampitasoisia, erityisesti niin sanotuista AAA-peleistä.

5.1 Peliyhtiöiden syyt käyttää mikrotransaktioita ja saalislaatikoita

Mikrotransaktiot ja saalislaatikot voivat olla merkittävä tulonlähde peliyhtiöille, erityisesti mobiilipelialalla. Mobiilipelaaminen on kasvanut huimasti viime vuosina, ja monet pelit tarjoavat pelaajille mahdollisuuden ostaa virtuaalisia esineitä, etuja tai kosmeettisia lisäyksiä oikealla rahalla. Nämä mikrotransaktiot voivat tuottaa huomattavia tuloja peliyhtiöille, sillä pelaajat voivat innostua

hankkimaan harvinaisia tai haluamiaan esineitä pelissä. Lisäksi monet mobiilipelit käyttävät saalislaatikoita, joissa pelaajat voivat ostaa satunnaisia palkintoja tai esineitä oikealla rahalla. Tämä voi johtaa pelaajien innostumiseen ja haluun ostaa useampia saalislaatikoita, jolloin peliyhtiö saa lisätuloja.

Mikrotransaktioiden ja saalislaatikoiden taloudelliset hyödyt eivät rajoitu vain mobiilipelialaan, vaan ne ovat yleistyneet myös tietokone- ja konsolipeleissä. Monet suuret peliyhtiöt ovat ottaneet käyttöön mikrotransaktioita ja saalislaatikoita peleihinsä, jotta ne voivat lisätä pelien tuottavuutta ja kannattavuutta. Tämä voi olla erityisen tärkeää, kun pelien kehitys- ja markkinointikustannukset ovat korkeat ja pelien hintojen pitäminen alhaisina voi olla haasteellista. (Wijman 2021.)

5.2 Mikrotransaktioiden ja saalislaatikoiden riskit peliyhtiöille

Vaikka mikrotransaktioiden ja saalislaatikoiden taloudelliset hyödyt ovat ilmeisiä peliyhtiöille, ne ovat myös aiheuttaneet kritiikkiä ja keskustelua pelaajayhteisössä. Osa pelaajista pitää niitä haitallisina ja epäkuluttajaystävällisinä käytäntöinä, sillä ne voivat johtaa peliriippuvuuteen, rahankäyttöön tai epäreiluihin etuihin pelin sisällä. Lisäksi saalislaatikot ovat herättäneet keskustelua rahapelien piirteistä ja mahdollisista riippuvuusriskeistä. Tämä onkin johtanut useisiin sääntelytoimiin ja lakimuutoksiin eri maissa, joissa on pyritty rajoittamaan mikrotransaktioiden ja saalislaatikoiden käyttöä peleissä (Scullion 2022).

Kaiken kaikkiaan mikrotransaktiot ja saalislaatikot ovat monimutkainen ja kiistanalainen aihe pelialalla. Ne tarjoavat peliyhtiöille taloudellisia hyötyjä, mutta samalla herättävät eettisiä ja kuluttajansuojaan liittyviä kysymyksiä. On tärkeää, että peliala ja sääntelyelimet jatkavat keskustelua ja arvioivat näiden käytäntöjen vaikutuksia pelaajiin ja kuluttajiin. Pelialan tulisi myös olla avoin ja läpinäkyvä mikrotransaktioiden ja saalislaatikoiden käytössä ja tarjota pelaajille riittävät tiedot niiden sisällöstä, todennäköisyyksistä ja kustannuksista.

On myös tärkeää, että pelaajien oikeudet ja hyvinvointi otetaan huomioon pelialan liiketoimintamalleja suunniteltaessa. Pelinkehittäjien ja julkaisijoiden tulisi harkita vaihtoehtoisia tapoja tuottaa tuloja, kuten tarjoamalla pelaajille selkeitä ja reiluja vaihtoehtoja ansaita virtuaalista valuuttaa tai palkintoja pelin sisällä ilman pakollista rahankäyttöä. Pelaajien mielipiteiden ja palautteen kuunteleminen on tärkeää, jotta voidaan kehittää kestäviä liiketoimintamalleja, jotka huomioivat pelaajien tarpeet ja odotukset.

Pelialalla on myös vastuu edistää pelaajien digitaalista hyvinvointia ja ehkäistä peliriippuvuutta. Pelaajille tulisi tarjota resursseja ja tukea mahdollisten peliongelmien tunnistamiseen ja hoitoon. Lisäksi pelien ikärajoja ja sisältömerkintöjä tulisi noudattaa tarkasti, jotta voidaan suojella alaikäisiä ja haavoittuvassa asemassa olevia pelaajia. (In-game ad revenue will reach $56B in 2020, but getting your share depends on genre 2020; Tomić 2017.)

6 Pelien ansaintamallien sääntely ja lainsäädäntö

Videopelien rahallistaminen on viime vuosina herättänyt paljon keskustelua siitä, tulisiko sitä säännellä. Monet ansaintamallit ovat addiktoivia, ja ne muistuttavat uhkapelaamista, mutta erona uhkapeleihin on se, että pelejä suunnataan kaikenikäisille mukaan lukien alakouluikäisille. Monissa maissa on alettu keskustella videopelien ansaintamallleista ja joissakin jopa säännellä niitä.

6.1 Nykyiset säännökset ja käytännöt

Mikrotransaktiot ja saalislaatikot ovat olleet suurimpana puheenaiheena. Esimerkiksi Alankomaat ja Belgia ovat määrittäneet nämä ansaintamallit jo uhkapeleiksi (Gerken 2018; Yin-Poole 2018). Belgiassa saalislaatikot julistettiin uhkapeleiksi ja kiellettiin täysin vuonna 2018. Maan komissio totesi, että saalislaatikoiden satunnainen luonne, jossa pelaajat eivät tiedä, mitä he saavat, yhdistettynä siihen, että saalislaatikoita voidaan ostaa oikealla rahalla, muistuttaa uhkapelaamista ja siihen on uhka addiktoitua.

Monet muut maat, esimerkiksi Yhdysvallat, ovat alkaneet tutkimaan saalislaatikoiden vaikutusta erityisesti lapsiin ja nuoriin (Fair 2020). Lisäksi esimerkiksi Etelä-Korea ja Kiina ovat lisänneet sääntelyitä siihen, että todennäköisyys saada saalislaatikoista tietty hyödyke pitää olla tiedossa. Kiina on myös lisännyt sääntelyä siihen, kuinka paljon pelaajat voivat käyttää rahaa mikrotransaktioihin ja saalislaatikoihin. (Carpenter 2017.)

6.2 Mahdolliset tulevaisuuden muutokset

Videopelien ansaintamallit kehittyvät jatkuvasti, ja tulevaisuudessa voi olla mahdollisia muutoksia, jotka voivat vaikuttaa sääntely-ympäristöön. Kun peliteollisuus jatkaa kasvuaan ja pelaajat tulevat yhä äänekkäämmiksi huolistaan, sääntelijät ja päättäjät voivat harkita uusien säännösten tai muutosten tekemistä olemassa oleviin sääntöihin. Seuraavassa on joitain mahdollisia muutosalueita tulevaisuudessa.

Lisääntyvä sääntely

Videopelien ansaintamalleihin kohdistuvan huomion ja huolien lisääntyessä eri maissa toimivat sääntelijät voivat lisätä näiden käytäntöjen tarkastamista. Tämä voi johtaa kattavampiin sääntöihin, jotka pyrkivät käsittelemään esimerkiksi saalislaatikoita, mikromaksuja ja muita pelin sisäisiä ostoksia. Sääntelijät voivat myös keskittyä suojelemaan haavoittuvia väestöryhmiä, kuten alaikäisiä, asettamalla tiukempia sääntöjä pelin sisäisten tuotteiden markkinointiin ja myyntiin (Scullion 2022).

Sääntelyn harmonisointi

Koska videopelit jaetaan usein maailmanlaajuisesti, voi olla painetta sääntöjen harmonisointiin eri maiden välillä. Tämä voi sisältää pyrkimyksiä standardisoida tiedonantovaatimuksia, mahdollisuuksia saada pelin sisäisiä tuotteita ja muita kuluttajansuojatoimenpiteitä liittyen videopelien ansaintamalleihin. Sääntelyn

harmonisointi voi myös auttaa niitä pelinkehittäjiä, jotka toimivat useilla lainkäyttöalueilla, noudattamaan ja valvomaan (Robertson 2008).

Peliteollisuuden itsesääntely

Kasvavan huolen ja mahdollisten sääntelytoimenpiteiden vuoksi videopeliteollisuus voi ryhtyä toimiin kohti itsesääntelyä. Pelinkehittäjät ja julkaisijat voivat perustaa alan laajuisia ohjeita ja parhaita käytäntöjä varmistaakseen vastuulliset ja läpinäkyvät ansaintamallit. Tämä voi sisältää vapaaehtoisia käytännesääntöjä, kolmannen osapuolen tarkastuksia ja muita itsesääntelytoimenpiteitä kuluttajien luottamuksen ja luottamuksellisuuden edistämiseksi (Xiao 2022).

Teknologiset innovaatiot

Teknologian kehitys, kuten lohkoketjut ja hajautetut alustat, voivat myös vaikuttaa videopelien rahastuskeinoihin. Esimerkiksi lohkoketkuratkaisut voivat tarjota avoimuutta ja jäljitettävyyttä pelin sisäisille esineille, ja vähentää huolia saalislaatikoista ja muista rahastuskäytännöistä. Hajautetut alustat voivat mahdollistaa pelaajien välisen kaupankäynnin tai myynnin vertaisverkossa ja näin luoda vaihtoehtoisia tulonlähteitä pelaajille ja vähentää riippuvuutta perinteisistä rahastustavoista (Batton 2018).

Julkinen paine ja kuluttaja-aktivismi

Lisääntynyt tietoisuus videopelien rahastuksesta ja kuluttaja-aktivismi voivat myös vaikuttaa muutoksiin säädöksissä ja lainsäädännössä. Pelaajat, kuluttaja-aktivistiryhmät ja muut sidosryhmät voivat jatkaa huolenaiheiden esille tuomista rahastuskäytäntöjen vaikutuksista pelaajiin, erityisesti alaikäisiin, ja vaatia tiukempia sääntöjä kuluttajansuojan varmistamiseksi. Julkinen paine ja kansalaisliikkeet voivat olla merkittävässä roolissa tulevien säädösmuutosten muovaamisessa videopelien rahastuskeinoissa.

Edellä mainitut mahdolliset muutokset ovat spekulatiivisia, ja ne voivat vaihdella alueittain riippuen toimialan dynamiikasta ja muista tekijöistä. Videopelien

rahastusta koskeva säätely on monimutkaista ja jatkuvasti kehittyvää, ja on mielenkiintoista nähdä, miten se kehittyy tulevaisuudessa, kun peliteollisuus jatkaa kasvuaan ja kehittymistään. (Achte 2017; Achte 2021; Hokkanen 2021; Sterling 2019.)

7 Lopputulos ja johtopäätökset

Videopelialasta on tullut viihde- ja teknologia-alan jättiläinen, jonka tulot ovat suuremmat kuin elokuva- ja musiikkialat yhteensä. Keskeisenä syynä videopelialan massiivisiin tuloihin ovat kehittyneet ansaintamallit, jotka ovat mahdollistaneet pelien hintojen pysymisen alhaalla ja jopa ilmaisten pelien luonnin, vaikka pelien kehityksestä on tullut kalliimpaa ja rahan arvo on laskenut ensimmäisistä videopeleistä merkittävästi.

Ansaintamallien jatkuva kehittyminen takaa videopelialalle tuottavuuden tulevaisuudessa, mutta pelikehittäjien ja -julkaisijoiden tulee varoa, etteivät mene liian pitkälle rahallistamisessa. Liian aggressiivinen rahallistaminen helposti voi johtaa pelikokemuksen kärsimiseen, ja äärimmäisessä tapauksessa se voi jopa kääntyä pelinkehittäjien kohtaloksi joko siten, että kuluttajat huomaavat pelin olevan liian rahallistettu tai valtiot saattavat säännellä pelialaa voimakkaammin.

Videopeliala kaikkien ennusteiden mukaan kasvaa edelleen, kun Kiina, Intia ja muut väkirikkaat kehittyvät maat vaurastuvat. Erilaisten ansaintamallien kehitys auttaa pelinkehittäjiä pitämään pelit halpoina tai jopa ilmaisina.

Monissa maissa on käyty paljon keskustelua erityisesti mikrotransaktioista ja saalislaatikoista, erityisesti niiden addiktoivuudesta ja siitä, kuinka moraalittomia monet niihin liittyvät käytännöt ovat. On hyvin mahdollista, että pelinkehittäjien tulee löytää vaihtoehtoisia ansaintamalleja pitääkseen tulot, joihin he ovat tottuneet.

Yksi tulevaisuuden merkittävistä mahdollisuuksista on lohkoketjuteknologia ja NFT:t. Toistaiseksi niitä on käytetty vain muutamissa videopeleissä, mutta on

vain ajan kysymys, milloin joku pelinkehittäjä keksii parhaan tavan hyödyntää näitä teknologioita.

Lähteet

Achte Van, Kelly. 2017. Microtransactions Need To DIE!!! Verkkoaineisto. <https://www.youtube.com/watch?v=uBh1x-Fhfec>. Luettu 18.4.2023.

Achte Van, Kelly. 2020. The Rise & Fall of Loot Boxes. Verkkoaineisto. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=5VFrbD1mhac>. Luettu 18.4.2023.

Arcade Perfect. 2018. Verkkoaineisto. Flickr. <https://www.flickr.com/photos/arcade_perfect/24802958037/in/photostream/>. 13.1.2018. Luettu 26.4.2023.

Arcade Tokyo. 2018. Verkkoaineisto. Arcade Tokyo. <https://arcade.tokyo/blog/2018/4/in-the-headlights>. 4.4.2018. Luettu 26.4.2023.

Arnott, Jack. 2010. Fate of the World – review. Verkkoaineisto. The Guardian. <https://www.theguardian.com/technology/2010/oct/31/fate-of-the-world-review>. 31.10.2010. Luettu 26.4.2023.

Barth, Nicholas. 2018. Microtransactions: Positives and Negatives of the Industry Wide Practice. Verkkoaineisto. Twin galaxies. < https://www.twingalaxies.com/feed_details.php/444/microtransactions-positives-and-negatives-of-the-industry-wide-practice>. 1.3.2018. Luettu 23.4.2023.

Bashir, Dale. 2021. A Quick History of On-Demand Video Game Subscription Services. Verkkoaineisto. IGN. <https://sea.ign.com/netflix/174598/news/a-quick-history-of-on-demand-video-game-subscription-services>. 23.6.2021. Luettu 26.4.2023.

Batton, Tobias. 2018. Blockchain can solve the lootbox problem. Verkkoaineisto. VentureBeat. < https://venturebeat.com/pc-gaming/blockchain-can-solve-the-lootbox-problem/>. 09.07.2018. Luettu 11.05.2023.

Bhutada, Govind. 2021. Purchasing power of the U.S. dollar over time. Verkkoaineisto. Visual capitalist <https://www.visualcapitalist.com/purchasing-power-of-the-u-s-dollar-over-time/>. 6.4.2021. Luettu 17.4.2023.

Bonilla, Christian. 2017. DLC: The Story of Gaming's Three Most Expensive Letters. Verkkoaineisto. MUO. <https://www.makeuseof.com/tag/dlc-gaming/>. 5.10.2017. Luettu 17.4.2023.

Bowen, Corey. 2021. Corey Bowen on His Magical Job Designing Magic: The Gathering Cards. Verkkoaineisto. DigiPen Institute of Technology. <https://www.digipen.edu/showcase/news/corey-bowen-his-magical-job-designing-magic-gathering-cards>. 29.6.2021. Luettu 26.4.2023.

Burns, Ben. 2017. The loot box stink: how did we end up in this mess? Verkkoaineisto. Vg247. <https://www.vg247.com/the-loot-box-stink-how-did-we-end-up-in-this-mess>. 24.11.2017. Luettu 17.4.2023.

Carpenter, Nicole. 2017. Overwatch loot box drop rates revealed for South Korea. Verkkoaineisto. <https://dotesports.com/overwatch/news/overwatch-loot-box-drop-rates-south-korea-15936>. 17.7.2017. Luettu 18.4.2023.

Cherry, Kendra. 2023. How Schedules of Reinforcement Work. Verkkoaineisto. Verywell Mind. <https://www.verywellmind.com/what-is-a-schedule-of-reinforcement-2794864>. 13.3.2023. Luettu 26.4.2023.

Colagrossi, Mike. 2021. How Microtransactions Impact the Economics of Gaming. Verkkoaineisto. Investopedia. <https://www.investopedia.com/articles/investing/022216/how-microtransactions-are-evolving-economics-gaming.asp>. 27.8.2021. Luettu 17.4.2023.

Colantonio, Giovanni. 2020. Chex Quest HD review: Only 90's kids will understand. Verkkoaineisto. Digital Trends. <https://www.digitaltrends.com/gaming/chex-quest-hd-review/>. 18.5.2020. Luettu 26.4.2023.

Cook, Jeffrey. 2015. Bloodstained: Ritual of the Night Passes Torment: Tides of Numenera For Most Funded Game On Kickstarter. Verkkoaineisto. Game Informer. <https://www.gameinformer.com/b/news/archive/2015/06/12/bloodstained-ritual-of-the-night-passes-just-became-the-most-funded-game-on-kickstarter.aspx>. 12.7.2015. Luettu 24.4.2023.

Cook, Jeffrey. 2016. From Expansion Packs to DLC: The Evolution of Additional Video Game Content. Verkkoaineisto. The Artifice. <https://the-artifice.com/expansion-packs-dlc-evolution-additional-video-game-content/>. 2.10.2016. Luettu 17.4.2023.

DLC Season Pass. 2020. Verkkoaineisto. Giant Bomb. <https://www.giantbomb.com/dlc-season-pass/3015-7186/>. 25.11.2020. Luettu 17.4.2023.

Drummond, Aaron & Sauer, James D. 2018. Video game loot boxes are psychologically akin to gambling. Verkkoaineisto. Research Gate. <https://www.researchgate.net/publication/325826254_Video_game_loot_boxes_are_psychologically_akin_to_gambling>. 1.6.2018. Luettu 25.4.2023.

EA quarterly results. 2022. Verkkoaineisto. EA. <https://ir.ea.com/financial-information/quarterly-results/default.aspx>. Luettu 18.4.2023.

Electronic Arts Revenue 2010-2022 | EA. Verkkoaineisto. Macrotrends. <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/EA/electronic-arts/revenue>. Luettu 17.4.2023.

Fair, Lesley. 2020. Loot boxes: What's in play? Verkkoaineisto. Federal Trade Commission. < https://www.ftc.gov/business-guidance/blog/2020/08/loot-boxes-whats-play>. 14.8.2020. Luettu 20.4.2023.

Futter, Michael. 2019. The Changing Face of Video Game Crowdfunding. Verkkoaineisto. Variety. <https://variety.com/2019/gaming/columns/the-changing-face-of-video-game-crowdfunding-1203165542/>. 18.3.2019. Luettu 24.4.2023.

Gerken, Tom. 2018. Video game loot boxes declared illegal under Belgium gambling laws. Verkkoaineisto. BBC News. < https://www.bbc.com/news/technology-43906306>. 26.4.2018. Luettu 20.4.2023.

Get your Season Pass for FS22! 2021. Verkkoaineisto. Farming Simulator 22 Mods. <https://farmingsimulator22mods.com/get-your-season-pass-for-fs22/>. 26.8.2021. Luettu 18.4.2023.

Gould, Wendy Rose. 2023. The Sunk Cost Fallacy: How It Affects Your Life Decisions. Verkkoaineisto. Verywell Mind. <https://www.verywellmind.com/what-is-sunk-cost-fallacy-7106851>. 26.4.2023. Luettu 27.4.2023.

Hall, Charlie. 2015. Oblivion dev is sorry, not sorry for horse armor. Verkkoaineisto. Polygon. <https://www.polygon.com/2015/3/4/8148565/dlc-horse-armor-elder-scrolls-oblivion-mod>. 4.3.2015. Luettu 17.4.2023.

Hokkanen, Jaro. 2021. Kiistellyt Loot Boxit – Uhkapeliä vai Videopelien Piristysruiske? Verkkoaineisto. <https://jarohokkanen.fi/kiistellyt-loot-boxit-uhkapelia-vai-videopelien-piristysruiske/>. 28.11.2021. Luettu 18.4.2023.

Hall, Charlie. 2020. Pokémon Charizard card sells for $183,000 at auction, goes to rapper Logic. Verkkoaineisto. Polygon. <https://www.polygon.com/pokemon/2020/10/13/21514298/pokemon-ccg-charizard-card-auction-price-logic-rapper>. 21.10.2020. Luettu 26.4.2023.

Hayward, Andrew. 2022. What is The Sandbox? The Ethereum NFT Metaverse Game. Verkkoaineisto. Decrypt. < https://decrypt.co/resources/what-is-the-sandbox-the-ethereum-nft-metaverse-game>. 27.4.2022. Luettu 27.4.2023.

Hutson, Curt. 2016. Overwatch Was The Most Profitable Paid PC Game Of 2016. Verkkoaineisto. Gamerant. <https://gamerant.com/overwatch-most-profitable-paid-pc-game-2016/>. 22.12.2016. Luettu 17.4.23.

In-game ad revenue will reach $56B in 2020, but getting your share depends on genre. 2020. Verkkoaineisto. Venture Beat. <https://venturebeat.com/business/in-game-ad-revenue-will-reach-56b-in-2024-but-getting-your-share-depends-on-genre-vb-live/>. 9.11.2020. Luettu 18.4.2023.

Jordan, Jon. 2014. It's official: Puzzle & Dragons is the first mobile game to $1 billion in revenue. Verkkoaineisto. Pocket Gamer. <https://www.pocketgamer.biz/asia/news/57076/its-official-puzzle-and-dragons-is-the-first-mobile-game-to-1-billion-in-revenue/>. 4.2.2014. Luettu 17.4.2023.

Kent, Steven L. 2001. The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokemon--The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World. United States: Three Rivers Press.

Lemmens, Jeroen S. 2022. Play or pay to win: Loot boxes and gaming disorder in FIFA ultimate team. Verkkoaineisto. Sciencedirect. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772503022000214>. 12.2022. Luettu 11.05.2023.

Loot boxes linked to problem gambling in new research. 2021. Verkkoaineisto. BBC. <https://www.bbc.com/news/technology-56614281>. 2.4.2021. Luettu 17.4.2023.

Mateo, Alex. 2022. GiGO (Formerly Sega) Akihabara Arcade #4 to Close on September 25. Verkkoaineisto. Anime News Network. < https://www.animenewsnetwork.com/news/2022-08-12/gigo-akihabara-arcade-no.4-to-close-on-september-25/.188617 >. 12.8.2022. Luettu 20.4.2023.

McWhertor, Michael. 2009. Top Oblivion DLC Revealed, Horse Armor Surprisingly Popular. Verkkoaineisto. Kotaku. <https://kotaku.com/top-oblivion-dlc-revealed-horse-armor-surprisingly-pop-5143151>. 30.1.2009. Luettu 17.4.2023

Miller, Jonathan. 2012. Fighting Back. Verkkoaineisto. IGN Nordic. <https://www.ign.com/articles/2006/07/18/fighting-back>. 17.5.2012. Luettu 26.4.2023.

Murphy, Ronan. 2021. How much money does EA Sports make from FIFA & Ultimate Team? Verkkoaineisto. Goal. <https://www.goal.com/en/news/how-much-money-does-ea-sports-make-from-fifa--ultimate-team/r1tbutqcbjhx19gkz54rtrp68>. 10.6.2021. Luettu 17.4.2023.

Net revenue generated by Electronic Arts (EA) from extra content sales for Ultimate Team mode form fiscal 2018 to 2021. 2022. Verkkoaineisto. Statista. <https://www.statista.com/statistics/217474/electronic-arts-ea-ultimate-team-revenue/>. 30.5.2022. Luettu 18.4.2023.

Oblivion:Horse Armor Pack. 2006. Verkkoaineisto. The Unofficial Elder Scrolls Pages. < https://en.uesp.net/wiki/Oblivion:Horse_Armor_Pack>. Luettu 20.4.2023.

Ori and the blind forest. 2015. Verkkoaineisto. Steam. <https://store.steampowered.com/app/261570/Ori_and_the_Blind_Forest/>. 11.3.2015. Luettu 26.4.2023.

Orland, Kyle & Gitlin, Jonathan. 2013. Why retail console games have never been cheaper, historically. Verkkoaineisto. Arstechnica. < https://arstechnica.com/gaming/2013/06/why-retail-console-games-have-never-been-cheaper-historically/>. 30.6.2013. Luettu 17.4.2023.

Orland, Kyle 2018. Star Wars: Battlefront II's new update axes "pay-to-win" upgrades. Verkkoaineisto. Arstechnica. <https://arstechnica.com/gaming/2018/03/star-wars-battlefront-iis-new-update-axes-pay-to-win-upgrades/>. 16.3.2018. Luettu 26.4.2023.

Pan, Jonathan. 2016. What Valve's In-Game Item Trading Update Means for Esports. Verkkoaineisto. Medium. < https://medium.com/the-nexus/what-valves-in-game-item-trading-update-means-for-esports-c1102d01cd9c>. 17.07.2016. Luettu 11.05.2023.

Packard, Brandon. 2020. An Examination of The Ethics of Downloadable Content in Video Games. Verkkoaineisto. Academia. < https://www.academia.edu/43682235/An_Examination_of_The_Ethics_of_Downloadable_Content_in_Video_Games>. Luettu 11.05.2023.

Parsons, Jeff. 2019. Video games are now bigger than music and movies combined. Verkkoaineisto. metro.co. <https://metro.co.uk/2019/01/03/video-games-now-popular-music-movies-combined-8304980/>. 3.1.2019. Luettu 17.4.2023.

Platform totals. 2023. Verkkoaineisto. VGChartz. <https://www.vgchartz.com/charts/platform_totals/Hardware.php>. Luettu 20.4.2023.

Robertson, Kyle. 2008. Verkkoaineisto. BostonCollegeLaw. An Analysis of the Video Game Regulation Harmonization Effort in the European Union and Its Trans-Atlantic Chilling Effect on Constitutionally Protected Expression. <https://lira.bc.edu/work/ns/1416df20-1485-4187-9aab-745c12676eea>. Luettu 11.05.2023.

Saed, Sherif. 2017. Let's not mince words; Star Wars Battlefront 2 loot boxes are pay-to-win. Verkkoaineisto. VG247. <https://www.vg247.com/lets-not-mince-words-star-wars-battlefront-2-loot-boxes-are-pay-to-win>. 11.10.2017. Luettu 26.4.2023.

Scullion, Chris. 2022. 18 European countries' consumer groups have joined the fight against loot boxes. Verkkoaineisto. Videogameschronicle. <https://www.videogameschronicle.com/news/18-european-country-groups-have-joined-the-fight-against-loot-boxes/>. 1.6.2022. Luettu 11.05.2023.

Stephan, Graham. 2022. Electronics Arts FY22 Visualized. Verkkoaineisto. Twitter. <https://twitter.com/GrahamStephan/status/1568352312065654785>. 10.9.2022. Luettu 18.4.2023.

Sterling, Stephanie. 2019. The Addictive Cost Of Predatory Videogame Monetization (The Jimquisition). Verkkoaineisto. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=7S-DGTBZU14>. Luettu 17.4.2023.

Sterling, Stephanie. 2019. US Senator's Bill Proposes Ban On Loot Boxes And Egregious Microtransactions. Verkkoaineisto. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=_y3TZSB2gjg>. Luettu 17.4.2023.

Strickland, Derek. 2022. Star Citizen raised $85 million in 2021, total funding at $420 million. Verkkoaineisto. Tweak Town. <https://www.tweak-town.com/news/83667/star-citizen-raised-85-million-in-2021-total-funding-at-420/index.html>. Päivitetty 21.1.2022. Luettu 26.4.2023.

Strickland, Derek. 2022. Microsoft reveals how much money Game Pass actually makes. Verkkoaineisto. Tweak Town. <https://www.tweak-town.com/news/88846/microsoft-reveals-how-much-money-game-pass-actually-makes/index.html>. Päivitetty 29.10.2022. Luettu 18.4.2023.

Takahashi, Dean. 2011. Even with half the users, Zynga's FarmVille made more money than ever before in Q1. Verkkoaineisto. Venture Beat. <https://venture-beat.com/business/even-with-half-the-users-zyngas-farmville-made-more-money-than-ever-before-in-q1/>. 5.6.2011. Luettu 26.4.2023.

Talaviya, Atul. 2019. Pokémon became the highest-grossing media franchise of all time with $95 billion, beating out other franchises such as Star Wars, Marvel and Mickey Mouse. Verkkoaineisto. Medium. <https://medium.com/@atultalaviya9/pok%C3%A9mon-became-the-highest-grossing-media-franchise-of-all-time-with-95-billion-beating-out-13ab4ec54d72>. 5.11.2019. Luettu 18.4. 2023.

Thomas, Ian. 2022. How free-to-play and in-game purchases took over the video game industry. Verkkoaineisto. CNBC. <https://www.cnbc.com/ 2022/ 10/06/how-free-to-play-and-in-game-purchases-took-over-video-games.html>. 6.10.2022. Luettu 25.4.2023.

Tiemann, Amy. 2008. 'Re-Mission' is a video game with a vital purpose. Verkkoaineisto. Cnet. <https://www.cnet.com/tech/gaming/re-mission-is-a-video-game-with-a-vital-purpose/>. 9.1.2008. Luettu 26.4.2023.

Tomić, Nenad. 2017. Effects of micro transactions on video games industry. Verkkoaineisto. Research gate. <https://www.researchgate.net/publication/322313479_Effects_of_micro_transactions_on_video_games_industry>. Luettu 17.4.2023.

Valadares, Jeferson. 2011. Free-to-play Revenue Overtakes Premium Revenue in the App Store. Verkkoaineisto. Flurry blog. <https://web.archive.org/web/20110810132946/http://blog.flurry.com/bid/65656/Free-to-play-Revenue-Overtakes-Premium-Revenue-in-the-App-Store>. 7.7.2011. Luettu 17.4.2023.

Vasilyeva, Natalia. 2020. Three ways top brands are successfully connecting with gamers. Verkkoaineisto. The Drum. <https://www.thedrum.com/opinion/2020/07/31/three-ways-top-brands-are-successfully-connecting-with-gamers>. 31.6.2023. Luettu 25.4.2023.

Vito, Jonny. 2021. The Evolution of Loot Boxes, Crates, and UT Cards. Verkkoaineisto. PlayStation Universe. <https://www.psu.com/news/the-evolution-of-loot-boxes-crates-and-ut-cards/>. 9.9.2021. Luettu 17.4.2023.

Watson, Stephanie. 2021. Dopamine: The pathway to pleasure. Verkkoaineisto. Harvard Health Publishing. <https://www.health.harvard.edu/mind-and-mood/dopamine-the-pathway-to-pleasure>. 20.6.2021. Luettu 25.4.2023.

Wain, Sam. 2022. Best kickstarter games and what made them a success. Verkkoaineisto. Gamemaker. < https://gamemaker.io/en/blog/best-kickstarter-games>. 25.10.2022. Luettu 11.05.2023.

What Are NFT Games and How Do They Work? 2021. Verkkoaineisto. Binance Academy. < https://academy.binance.com/en/articles/what-are-nft-games-and-how-do-they-work>. 2.9.2021. Luettu 27.4.2023.

Wijman, Tom. 2021. The Games Market and Beyond in 2021: The Year in Numbers. Verkkoaineisto. Newzoo. <https://newzoo.com/resources/blog/the-games-market-in-2021-the-year-in-numbers-esports-cloud-gaming>. 22.12.2021. Luettu 17.4.23.

William, Lim. 2018. Blood in the Water: A History of Microtransactions in the video game industry. Verkkoaineisto. Medium. <https://williamlim3.medium.com/blood-in-the-water-a-history-of-microtransactions-in-the-video-game-industry-e5bf9e3de4da>. 15.8.2018. Luettu 17.4.2023.

Williams, Mike. 2017. The Harsh History Of Gaming Microtransactions: From Horse Armor to Loot Boxes. Verkkoaineisto. Vg247. <https://www.vg247.com/the-harsh-history-of-gaming-microtransactions-from-horse-armor-to-loot-boxes>. 11.10.2017. Luettu 17.4.2023.

Wiltshire, Alex. 2017. Behind the addictive psychology and seductive art of loot boxes. Verkkoaineisto. PC Gamer. <https://www.pcgamer.com/behind-the-addictive-psychology-and-seductive-art-of-loot-boxes/>. 28.9.2017. Luettu 24.4.2023.

Winkie, Luke. 2020. Here's How Loot Box & Microtransaction Addiction Destroys Lives. Verkkoaineisto. IGN Nordic. <https://www.ign.com/articles/heres-how-loot-box-addiction-destroys-lives>. 14.6.2020. Luettu 17.4.2023.

Wright, Steven. 2017. The evolution of loot boxes. Verkkoaineisto. PC Gamer. <https://www.pcgamer.com/the-evolution-of-loot-boxes/>. 9.12.2017. Luettu 17.4.2023.

Xiao, Leon Y. 2022. How should the UK video game industry self-regulate loot boxes?. Verkkoaineisto. gamesindustry. < https://www.gamesindustry.biz/how-should-the-uk-video-game-industry-self-regulate-loot-boxes>. 20.09.2022. Luettu 11.05.2023.

Yin-Poole, Wesley. 2018. The Netherlands declares some loot boxes are gambling. Verkkoaineisto. Eurogamer. < https://www.eurogamer.net/the-netherlands-declares-some-loot-boxes-are-gambling>. 19.4.2018. Luettu 20.4.2023.

Zaiets, Slava. 2020. Why AAA Studios Shift to Games-as-a-Service (GaaS) Model. Verkkoaineisto. Gridly. <https://www.gridly.com/blog/games-as-a-service/>. 10.9.2020. Luettu 17.4.2023.

Zendle, David; Meyer, Rachel & Over, Harriet. 2019. Adolescents and loot boxes: links with problem gambling and motivations for purchase. Verkkoaineisto. The Royal Society Publishing. < https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsos.190049>. 19.6.2019. Luettu 20.4.2023.

Zendle, David & Meyer, Rachel. 2020. The changing face of desktop video game monetisation: An exploration of exposure to loot boxes, pay to win, and cosmetic microtransactions in the most-played Steam games of 2010-2019. Verkkoaineisto. Research gate. <https://www.researchgate.net/publication/341231936_The_changing_face_of_desktop_video_game_monetisation_An_exploration_of_exposure_to_loot_boxes_pay_to_win_and_cosmetic_microtransactions_in_the_most-played_Steam_games_of_2010-2019>. Luettu 17.4.2023.