



**EPÄEETTISET SUUNNITTELUMALLIT DOTA 2 JA ARCHERO -
VIDEOPELEISSÄ**

Lappeenrannan–Lahden teknillinen yliopisto LUT

Tietotekniikan kandidaatintyö

2023

Georgy Pokazeev

Tarkastaja: Erno Vanhala

TIIVISTELMÄ

Lappeenrannan–Lahden teknillinen yliopisto LUT

Teknis-luonnontieteellinen

Tietotekniikan koulutusohjelma

Georgy Pokazeev

Epäeettiset suunnittelumallit Dota 2 ja Archero -videopeleissä

Tietotekniikan kandidaatintyö

2023

36 sivua, 4 kuvaa ja 1 taulukko

Tarkastaja(t): Erno Vanhala

Avainsanat: Epäeettiset Suunnittelumallit, Pelikokemus, Manipulointi, Videopelien Rahoittamistekniikoiden Etiikka

Tämä työ käsittelee videopeleissä esiintyviä epäeettisiä tekniikoita pelaajalta hyödyn saamiseen eli epäeettisiä suunnittelumalleja. Niillä yritetään saada pelaajan pysymään pelissä mahdollisimman kauan, sijoittamaan rahansa peliin, ja käyttämään omaa sosiaalista pääomaa laajentamaan pelin pelaajakuntaa. Ennalta valittuja Dota 2 ja Archero -videopelejä käytetään työssä tapaustutkimuksena. Työssä käydään läpi epäeettisten suunnittelumallien pääkategoriat ja yleisimmät ilmentymismuodot. Tämän pohjalta tarkastellaan kyseisiä pelejä. Työn tuloksena todetaan, että epäeettiset suunnittelumallit eivät aina vaikuta pelaajan pelikokemukseen tai ohjaavat pelaaja.

ABSTRACT

Lappeenranta–Lahti University of Technology LUT
School of Engineering Science
Software Engineering

Georgy Pokazeev

Dark patterns in Dota 2 and Archero videogames

Bachelor's thesis

2023

36 pages, 4 figures and 1 table

Examiners: Erno Vanhala

Keywords: Dark Patterns, Gaming Experience, Manipulation, Ethics of Methods of Videogame Funding

This work addresses unethical techniques in video games that are designed to benefit from players, also known as dark patterns. These techniques are intended to keep players in the game for as long as possible, encourage them to spend money within the game, and use their social capital to expand the player base. Pre-selected Dota 2 and Archero videogames are used as case studies in this work. The main categories of dark patterns and their most common implementations are examined. Based on that analysis, we investigate these specific games. The results of the study show that dark patterns do not always have an impact on a player's gaming experience or influence their behavior.

Sisällysluettelo

1	Johdanto	3
1.1	Tausta	3
1.2	Tavoitteet ja rajaukset	3
2	Epäeettisten suunnittelumallien terminologia	4
2.1	Mikrotransaktiot	4
2.2	Pay-to-win	5
2.3	Grindaaminen	6
2.4	Premium-valuutta	7
2.5	Digitaalinen esine	7
2.6	MOBA	9
3	Tutkimusmenetelmät	11
4	Epäeettiset suunnittelumallit videopeleissä	13
4.1	Epäeettisten suunnittelumallien muodot	14
4.2	Ajalliset epäeettiset suunnittelumallit	14
4.3	Rahalliset epäeettiset suunnittelumallit	15
4.4	Sosiaaliset epäeettiset suunnittelumallit	16
5	Archero	18
5.1	Archeron ajalliset epäeettiset suunnittelumallit	18
5.2	Archeron rahalliset epäeettiset suunnittelumallit	20
5.3	Archeron sosiaaliset epäeettiset suunnittelumallit	21
6	Dota 2	23
6.1	Dota 2:n ajalliset epäeettiset suunnittelumallit	24
6.2	Dota 2:n rahalliset epäeettiset suunnittelumallit	26
6.3	Dota 2:n sosiaaliset epäeettiset suunnittelumallit	28
7	Keskustelu	30
8	Johtopäätökset	32
	Lähdeluettelo	33

Kuvaluettelo

Kuva 1. Dota 2, Oletusnäköm ja kosmeettisen esineen näköm vertailu

Kuva 2. Archero, esineiden kehittäminen

Kuva 3. Dota 2, taistelupassin Cavern Crawl (labyrintti) näköm

Kuva 4. Dota 2, Candyworks (karkkikauppa) näköm

Taulukkuettelo

Taulukko 1. Kriteerit, jotka pelaajien mielestä parhaiten kuvaavat pay-to-win kaavaa (Tregel et al. 2020)

1 Johdanto

1.1 Tausta

Videopelimarkkinat ovat kasvaneet viime vuosikymmenien aikana kovaa vauhtia. Pitkään videopelit olivat joko maksullisia tai maksuttomia. Pelien tuottajat käyttivät tavallisinta tapaa rahastamaan tuotteitaan, joka on kokonaisen pelin myynti kertamaksulla. Ajan mukaan videopelimarkkinoilla tapahtuvan pelien ylituotannon ja kuluttajien tarpeiden ja suositusten muutoksen vuoksi suurin osa videopelejä tuottavista yrityksistä siirtyivät toisen bisnesmallin käyttöön, joka vahvasti perustuu mikrotransaktioihin (Tomić 2017). Nykyaikana, jotta videopelit olisivat kuluttajille helpommin saatavilla, ison osan peleistä myydään edullisella hinnalla tai jopa annetaan maksuttomasti, jolloin muu pelin sisältö myydään erikseen. Tässä epäeettiset suunnittelumallit tulevatkin esille. Nykyisten pelimarkkinoiden maksuttoman ja maksullisen raja on hieman häilyvä.

1.2 Tavoitteet ja rajaukset

Tässä työssä tutkitaan kahta videopeliä, jotka ovat Defence of the Ancient 2 (*Dota 2*) ja Archero, ja pyritään vastaamaan seuraaviin kolmeen kysymykseen:

1. Millaisia epäeettisiä suunnittelumalleja molemmissa peleissä esiintyy?
2. Miten epäeettiset suunnittelumallit vaikuttavat pelaajan pelikokemukseen?
3. Miten epäeettiset suunnittelumallit ohjaavat pelaajaa?

Dota 2 on hyvin suosittu Multiplayer Online Battle Arena (*MOBA*) -videopeli tietokoneelle, mikä on siirtynyt free-to-play muotoon vuonna 2013 pelin virallisen julkaisun yhteydessä. Ennen julkaisua vuodesta 2012 asti *Dota 2* oli suljetun beta-testin alla, johon halukkaat pääsivät käsiksi 25 punnan hinnalla. *Dota 2* on tietyissä epäeettisissä suunnittelumalleissa edelläkävijä, joka on muuttanut pelimarkkinoita radikaalisti. Toinen tutkittava peli Archero on suosittu videopeli mobiililaitteille. Vuonna 2019 julkaistua Archeroa edelleen ladataan noin 800 000 kertaa kuukaudessa ja pelit tuottamat tulot ovat noin 2,5 miljoonaa euroa kuukaudessa (Knezovic 2022).

2 Epäeettisten suunnittelumallien terminologia

Kyseisten pelien epäeettisiä suunnittelumalleja ei ole varsinaisesti tutkittu aiemmin, joten tässä työn osassa keskitytään epäeettisten suunnittelumallien tutkimisen kannalta tärkeimpiin käsitteisiin ja käytäntöihin. Näiden tietäminen on tärkeä aiheen kokonaisuymmärryksen kannalta.

2.1 Mikrotransaktiot

Mikromaksut ja mikrotransaktiot saattavat kuulostaa samalta termiltä, mutta nämä kuitenkin ovat kaksi eri asiaa. Mikromaksut sisältävät kaikkia pienimääräisiä maksuja tarkoituksestaan riippumatta. Mikrotransaktiot taas ovat maksut mobiilisovelluksien ostamiseen tai maksut ylimääräisen sisällön ostamiseen. Mikrotransaktiosta hinnaltaan suurin osa kuitenkin sopii mikromaksujen luokitukseen, joten mikrotransaktiota tunnistetaan niiden tarkoituksensa mukaan eikä hinnan mukaan. (Tomić 2017)

Alun perin mikrotransaktiot kehitettiin mobiilisovelluksien ostamiseen. Nykyään moni bisnesmalli perustuu nimenomaan mikrotransaktioihin. Kyseinen bisnesmalli on siirtynyt virtuaalisesta maailmasta jopa oikean maailman puolelle, kuten esimerkiksi autoalalle. Oikean maailman mikrotransaktioiden esimerkkinä on BMW:n vuonna 2022 julkaisema ominaisuus autoissaan, joka on aiheuttanut isoja keskusteluja internetissä. Kyse ei ole tavalliselle auton kuljettajalle uudesta tai tarpeettomasta ominaisuudesta vaan niinkin perusominaisuudesta kuin penkkilämmityksestä, jonka BMW tarjoaa asiakkailleen kuukausitilauksen muodossa hintaan 18 dollaria kuukaudessa. Vaihtoehtoisesti auton omistaja voi kustantaa suuremman aikajakson kerrallaan pienin alennuksineen tai ostaa ominaisuuden ajallisesti rajattomaan käyttöön hintaan 415 dollaria. BMW onkin jo vuodesta 2020 sisällyttänyt autojensa käyttöjärjestelmään verkkokaupan, jossa on myös muita mikrotransaktioilla saatavia ominaisuuksia. (Vincent 2022)

2.2 Pay-to-win

Pay-to-win (*suom.* maksa voittamisesta) tarkoittaa videopelissä selkeän voittamisen mahdollisuuden nostamista palkkiona pelaajan rahallista peliin sijoittamista vastaan. Toisin sanoin pay-to-win kaavaa käytetään, kun pelaajan onnistuminen pelissä on suorassa korrelaatiossa käytetyn rahan määrään (Tregel et al. 2020). Tregel et al. määrittelivät 28 kriteeriä, jotka tavalla tai toisella tukevat pay-to-win kaavaa. Heidän tutkimuksessaan esitettyjen kyselytuloksien mukaan pelaajat kokevat seuraavia kriteerejä parhaiten kuvaaviksi pay-to-win:ia:

Taulukko 1. Kriteerit, jotka pelaajien mielestä parhaiten kuvaavat pay-to-win kaavaa (Tregel et al. 2020).

#	Kriteeri	Samaa mieltä
1	Pelin jossain vaiheessa on mahdotonta tai hyvin hankalaa voittaa/onnistua/kehittyä ilman rahan sijoittamista	96%
2	Pelin jossain vaiheessa on mahdotonta tai hyvin hankalaa jatkaa pelaamista ilman rahan sijoittamista	91%
3	Pelaaja voi ostaa hyödyllisiä peliesineitä, joita ei voi saada muulla tavoin kuin sijoittamalla rahaa	88%
4	Pelaaja voi saada peliesineitä, jotka takaavat pelaajalle etuja muihin nähden pelaaja vastaan pelaaja (PvP) areenalla	73%
5	Pelaaja voi saada peliesineitä, jotka pysyvästi antavat pelaajalle etuja muihin nähden	72%
6	Pelaaja voi saada peliesineitä, joilla on vaikutusta pelin balanssiin	58%

Yksi videopelejä kehittävä yritys on mennyt jopa pidemmälle pay-to-win idean kanssa. Kyse on *Activision*:in patentista liittyen mikrotransaktioihin ja niiden kautta pelin helpottamiseen. Yksinkertaisesti selitettynä: kun pelaaja käyttää oikeaa rahaa pelissään, systeemi, joka poimii pelaajalle vastustajan, etsii pelaajalle hänen taitotasoaan matalampia pelaajia (Marr, Kaplan ja Lewis 2015). Seuraavasti kyseinen pelaaja suoriutuu paremmin ottelussa, mikä koukuttaa pelaajaa yhä enemmän. *Activision* väittää, ettei tämä patentti ole kertaakaan päässyt käyttöön yrityksen peleissään (Davenport 2017). Kuuluvuuden tämä patentti sai vasta vuonna 2017, kun sen julkaisu tapahtui jo vuonna 2015.

2.3 Grindaaminen

Sørakerin (2016) mukaan niin sanottu grindaaminen tarkoittaa toistuvia, monotonisia ja usein pitkävetisiä tehtäviä, jotka tuottavat tuloksia vain pitkän ajan päästä. Pelien kehittäjät aina tarjoavat pelaajalle vaihtoehtoisen ratkaisun grindaamiselle, joka on taas rahan sijoittaminen peliin. Kyseistä käytäntöä käytetään laajasti MMORPG-peleissä ja mobiilipeleissä. Tietysti grindaamisenkin täytyy olla pelaajan mielestä jollain tasolla kiinnostavaa ja tuloksellista, jotta hän siihen ylipäättään ryhtyisi. Tämän takaamiseksi pelien kehittäjät käyttävät useita psykologisia mekanismeja ja kognitiivista harhaanjohtoa.

Yksi niistä on tulostaulukko (engl. *leaderboard*). Pelien tulostaulukot sisältävät erilaista yleistietoa pelaajista, jotka ovat jossakin aspekteissa pelin parhaimpien pelaajien joukossa. Nämä aspektit voivat olla esimerkiksi taitotasopisteet (usein nimellä *MMR* tai *Matchmaking Rating*), pelissä käytetty aika tai peliresurssien määrä. Tulostaulu antaa pelaajan ymmärtää, että näinkin korkealle tasolle pelissä on mahdollista nousta. Toisaalta parhaimpien pelaajien tasoa on hyvin vaikeaa tai lähes mahdotonta saavuttaa. Tämän vuoksi peliin voi olla sisälletty toinen tulostaulu, joka näyttää omien pelikavereiden tuloksia, joiden päihittäminen on huomattavasti helpompi tavoite. (Søraker 2016)

On olemassa myös toisenlainen grindaaminen, joka ei vaadi pelaajalta rahaa. Suuremmassa osassa yksinpeleistä esiintyvät kerättävät eli hyvin piilotetut tavarat ja "saavutukset" (engl. *achievements*), joita on niin helppoja kuin hyvin vaikeitakin. Monet pelaajat ovatkin innostuneet pelaamaan pelin sataprosenttisesti läpi, kerätä kaikki kerättävät tavarat ja saada kaikki saavutukset (Hilgard, Engelhardt ja Bartholow 2013). Pelien kehittäjät myös käyttävät näitä vaikeuttavia tekniikoita, jotta pelaaja viettäisi pelissä yhä enemmän aikaa.

Hyvä esimerkki tähän on saavutusten saamisen ohjeiden piilottaminen, jolloin pelaaja ei tiedä miten hän voisi sen saada.

2.4 Premium-valuutta

Premium-valuutta on oikealla rahalla ostettava pelin sisäinen valuutta. Jos peliin on implementoitu mikrotransaktiot, suuremmalla mahdollisuudella se sisältää myös premium-valuutan. Tämä on hyvin vahva työkalu pelin kehittäjille rahan saamiseen.

Premium-valuutta ratkaisee psykologisia ongelmia, jotka tulevat vastaan, kun pelaaja sijoittaa rahansa peliin. Rahan tuhlaaminen ei ole ihmiselle mukava asia, jonka vuoksi valuutan ostaminen täytyy olla kuluttajalle nopeaa, sujuvaa ja vaivatonta, sillä pelaaja voi hyvin nopeasti vaihtaa mielensä pienienkin ongelmien sattuessa (Tomić 2017). Premium-valuutan vuoksi pelaaja ei käsitä kuinka paljon jokin hänen tavoittelemansa peliesine maksaa, koska ei tuhlaa oikeata rahaa nimenomaan esineen ostamisen yhteydessä. Tämän voi verrata kaupassa käteisellä ja maksukortilla maksamiseen. Kun maksamme käteisellä, näemme fyysisellä tasolla, että rahamme lähtivät käsistämme. Toisin kuin maksukortin kanssa näemme vain numeroita maksupäätteellä, mistä ei aiheudu samaa tunnetta.

Premium-valuuttaa ei pääasiallisesti voi ikinä ostaa tasan tarvittavaa määrää. Valuuttaa aina myydään paketteina, ja hinnat peliesinekaupassa on rakennettu niin, että paketeista saatavat valuuttamäärät ovat joko tarvetta pienempiä tai suurempia. Näin pelaajat eivät keskity tavoitellun peliesineen oikeaan hintaan. Valuuttapaketit antavat pelien kehittäjille mahdollisuuden myös houkuttamaan pelaajia ostamaan suunniteltua suuremman määrän, sillä isommat paketit antavat isomman määrän valuuttaa kuin pienemmät suhteessa käytettyyn oikeaan rahaan. Ymmärrettävästi, jos pelaajan virtuaaliselle tilille jää käyttämätöntä premium-valuuttaa, tämä on pelinkehittäjälle onnistumisen merkki. (Tomić 2017)

2.5 Digitaalinen esine

Videopelien maailmassa digitaalisia esineitä voi jakaa kahteen luokkaan: puhtaasti kosmeettiset esineet ja pelin kulkuun vaikuttavat esineet. Osalle pelaajista oman hahmon personalisointi on tärkeä peliprosessin osa. Digitaalisten esineiden historia alkaa kosmeettisesta esineestä. Vuonna 2006 *Bethesda Softworks* lisäsi peliinsä *The Elder Scrolls IV: Oblivion* kultaisen puvun, jonka pelaaja saa hintaan 2,50 dollaria (Williams 2017). Siihen

aikaan osa pelaajista oli jo jollain tavalla tottunut mikrotransaktioihin, sillä moninpelien pelaamista varten *Xbox 360* -konsolin omistavien pelaajien täytyi säännöllisesti maksaa Xbox Live -kuukausitilauksesta. Kultainen puku ei kuitenkaan ollut vastaanotettu hyvin pelaajien puolesta. Pelien kehittäjien puolesta tämä oli vain pieni kokeilu, jonka tuloksena he pystyivät tarkastelemaan pelaajien reaktion ja rahallisia tuloja.

Tietyt puhtaasti kosmeettiset osat kuitenkin vaikuttavat pelin kulkuun. Oman sotilashahmon pukeminen maastopukuun voi tehdä hahmosta vaikeasti havaittavan pelialueella, mikä on pieni, mutta selvä etu muita pelaajia nähden. Hyvänä esimerkkinä tähän on vuonna 2016 esitetty kosmeettinen peliesine pelissä *Dota 2*. Kyseinen esine muuttaa maiseman näkymää vain pelaajalle, joka esineen omistaa, eli muut ottelun pelaajat eivät näe peliä samalla tavalla. Kuvassa 1 on esitetty sen vaikutus pelinäkömään. Vasemmalla on oletusnäkömää ja oikealla näkömää kyseisen esineen kanssa. Monet kokeneetkin pelaajat paikoin hämmästyvät, kun yrittävät esimerkiksi päästä karkuun vastustajapelaajista metsässä, koska puiden muodon vuoksi kulkureitit ovat epäselkeitä. Kuitenkin kosmeettisen esineen kanssa jokainen reitti on todella selkeä, sillä puiden muoto on täysin kuutiomainen. Sellaista esinettä ei tällöin voi enää kutsua vain kosmeettiseksi. Kaiken lisäksi tämä esine oli saatavilla vain muutaman kuukauden ajan ja sitä ei nykyään saa hankittua mitenkään.



Kuva 1. *Dota 2*. Oletusnäkömään ja kosmeettisen esineen näkömään vertailu.

Pelien markkinoiden kasvun yhteydessä digitaalisten peliesineiden markkinat myös kasvoivat. Videopelien joukosta eniten erottuu *Valve*:n *Counter-Strike: Global Offensive* (lyh. *CS:GO*) koskien peliesineiden markkinoita. *Valve* oli rakentanut kokonaisen alustan Steam Market digitaalisten peliesineiden myyntiä varten, jossa valuuttana on käytössä Steam Wallet Funds, jonka voi verrata esimerkiksi *iTunes*- tai *Amazon*-lahjakorteilla täytettävään

balanssiin (Hardenstein 2017). *CS:GO*:ssa digitaalisten esineiden hankkiminen tapahtuu laatikoiden (engl. *loot box*) avaamisen kautta. Avaaminen tapahtuu maksullisella avaimella, jonka hinta on noin 2,50 euroa. Pelaajat itse hallinnoivat esineiden Steam Market:illa, sillä he voivat itse myydä oman esineen millä tahansa hinnalla. Siellä voi tehdä myynti-ilmoituksia halutulla hinnalla ja vastaavasti voi myös tehdä ostospyyntöjä tietyllä hinnalla, jolloin esine myydään tai ostetaan automaattisesti ostajan tai myyjän löydettyä. Tämän voi verrata osakkeiden tai kryptovaluutan kauppasovelluksiin. Markkinat ovat ymmärrettävästi järjestyneet niin, että esineiden harvinaisuus on suorassa korrelaatiossa niiden hintaan. *Valve* saa 10 % jokaisen *CS:GO* esineen myymisestä (Steam Support 2022). Pelaajat voivat myös vaihtaa esineitä toistensa kanssa maksutta lähettämällä toiselle vaihtopyynnön. Tämä systeemi on luonut aivan uuden markkinan, jossa *CS:GO* peliesineitä voi myydä tai ostaa ja jopa pelata uhkapelejä käyttäen ulkopuolisia palveluita.

2.6 MOBA

MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) on strategisten pelien alalaji, jossa pelaajat jakautuvat kahteen joukkueeseen. Ottelun alkuvaiheessa pelaajat valitsevat itselleen hahmoja yleensä vuorotellen. Pelaajat pyrkivät valitsemaan omaan joukkueen aikaisempiin valittuihin hahmoihin parhaiten sopivan hahmon ja samalla vastustajajoukkueen hahmoja vastaan vahvimman hahmon. Ottelun aikana joukkueiden välillä on jatkuvaa resurssikilpailua. Yleisimmät resurssit MOBA-peleissä ovat raha, ostettavat esineet ja kokemus. Kokemuksen kasvun mukaan hahmon taso myös kasvaa, jonka vuoksi pelaaja pystyy kehittämään hahmonsa attribuutteja. Pelaajien lisäksi pelissä usein esiintyvät tekoälyllä ohjatut sivuhahmot, joiden käyttäytyminen on algoritminen ja mekaaninen. Sivuhahmojen tarkoituksena on monimutkaistaa ottelua, sillä pelaajat pärjäävät taistelussa sivuhahmojen kanssa vain tiettyjen resurssimäärän ylittämisen jälkeen. Joukkueilla on sama määrä rakennuksia pitkin peliareenaa. Rakennuksia täytyy tuhota tietyssä järjestyksessä, jotta pääsee tuhoamaan seuraavia vahvempia rakennuksia. Ottelun päätarkoituksena on tuhota vastustajajoukkueen päärakennuksessa, joka on seuraavasti rakennusten tuhoamisjärjestyksessä viimeinen.

MOBA-pelilaji sai alkunsa vielä vuonna 1998, jolloin oli julkaistu epävirallinen *Aeon of Strife* niminen lisäosa pelille *Starcraft*. Tämä oli ensimmäinen strategia peli, jossa pelaaja ohjasi vain yhtä hahmoa isojen joukkueiden ja rakennusten sijaan. Verkossa pelattavien strategiapelien suosion kasvun mukana markkinoille tulivat lukuiset lisäosien tekijät

tavallisen peliyhteisön joukosta, joista suurin osa ei tavoitellut rahallista voittoa. Kyseisiä lisäosia kutsutaan *modeiksi* (engl. *mods*) ja näiden tekijöitä *modaajiksi* (engl. *modders*), ja käytetään näitä termejä tästä eteenpäin. Vuonna 2005 syntyi uusi MOBA-peli, joka vahvasti erottui muiden samankaltaisten pelien ja modien joukosta. Kyseessä on modi nimeltään *Defence of the Ancient* (DotA). Modi oli tehty pelille *Warcraft III*. Ensimmäistä kertaa termiä MOBA käytettiin *Riot Games*:in pelin *League of Legends* (LoL) julkaisun yhteydessä, joka on nykyään suosituin MOBA-videopeli. (Silva, do Nascimento Silva ja Chaimowicz 2017) Tämän suuremmaksi kilpailijaksi tuli *Valve*:n *Dota 2* vuonna 2013. *Dota 2* kehittämiseen osallistui alkuperäinen *DotA* modin kehittäjä, joten *Dota 2* on perinyt hahmoja, peliesineitä ja perusmekaniikkoja lähes muuttumattomana. *Valve* on kuitenkin joutunut muuttamaan useampia alkuperäisestä modista perittyjä asioita, sillä *DotA* on ollut vain modi *Warcraft III*:lle, ja oikeudet hahmoihin kuuluivat edelleen *Blizzard*:ille.

3 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusta suoritetaan tapaustutkimuksena. Ridderin mukaan tapaustutkimuksen tapauksena voi olla ihminen, ryhmä, yritys, tapahtuma, ongelma tai anomalia. Tapaustutkimuksen hyöty näkyy tämän yksityiskohtaisessa asian kuvaamisessa ja analysoinnissa, jolloin on helpompi ymmärtää miksi ja miten kyseinen asia tapahtuu. Useamman tapauksen tutkimuksessa jokaisen tapauksen tarkastellaan erillisenä, jolloin tunnistettuja mekanismeja voidaan vertailla (Ridder 2017, [Vaughan 1992]). Tapaustutkimuksia jaetaan seuraavaan neljään muotoon: teorian lähestymistapa, aukot ja puutteet, todellisuuden sosiaalinen konstruointi, ja poikkeavuudet (Ridder 2017).

”Teorian lähestymistapa” viittaa tutkimuksen aloittamiseen ilman ennalta määriteltyä teoreettista tietopohjaa, jolloin tutkimusaineiston kerääminen ja analyysi tapahtuvat ilman ennako-oletuksia. Tämä auttaa löytämään uusia näkökulmia aiheeseen. Tiedon kerääminen keskittyy pääosin kvalitatiiviseen tietoon. (Eisenhardt 2007)

”Aukot ja puutteet” tarkoittaa, että olemassa olevassa teoriassa on havaittu aukoja ja puutteita. Uudella tutkimuksella pyritään täyttämään nämä lisäämällä uutta aineistoa, kehittämällä uusia teoreettisia viitekehyksiä ja tekemällä uusia havaintoja. Samalla pyritään vastaamaan tutkimuskysymyksiin, jotka usein muotoillaan kirjallisuuden avulla keskittämällä kiinnostuksen tiettyyn aiheeseen. (Yin 2014)

”Todellisuuden sosiaalinen konstruointi” tutkimusmenetelmänä perustuu kiinnostukseen tarkasteltavaan tapaukseen ja sitä jaetaan kahteen lähestymistapaan. Sisäsyntyinen tapa tarkoittaa, että itse tapaus on tutkimuksen kiinnostuskohde. Tapaus on aina valittu etukäteen. Tutkija yrittää löytää olemassa olevien teorioiden selkeitä esimerkkejä ja kuvauksia valituissa tapauksista. Instrumentaalissa tavassa tapaus on taas toisella sijalla ja sitä käytetään apuna ymmärtämään tutkittavan ongelman. Siinä tapauksen valitseminen tapahtuu tarkoituksellisenä otantana, jotta valitut tapaukset tukevat tutkimuksen kohdetta. (Stake 1995)

”Poikkeavuudet” tarkoittaa, että työssä esitetään havaittuja poikkeuksia ja odottamattomia ilmiöitä, jotka eivät sovi aiempaan tietoon tai odotuksiin. Tässä ei pyritä todistamaan teorian vääräksi vaan näyttämään, että teoria ei ole täydellinen. Näitä poikkeuksia käytetään lähtökohdaksi uusille havainnoille ja teoreettisille pohdintoille, millä täydennetään olemassa olevia teorioita. (Burawoy 2009)

Tässä työssä käytetään ”Todellisuuden sosiaalinen konstruointi”-menetelmää ja sisäsyntyistä lähestymistapaa. Työn ennalta valitut tutkittavat tapaukset ovat videopelit Dota 2 ja Archero. Aluksi määritellään kirjallisuuskatsauksen avulla epäeettisten suunnittelumallien pääkategorioita ja yleisimpiä ilmestymismuotoja. Varsinainen pelien tutkimus osaltaan tapahtuu kokemuksellisenä tutkimuksena. Kirjoittajalla on monen vuoden kokemus molemmista peleistä. Ensimmäisenä tarkastellaan Archeroa, sillä pelin epäeettiset suunnittelumallit ovat sijoittuneet pinnalle hyvin selvästi ja näiden muoto on yksinkertaisempi. Archeron tarkastelun jälkeen siirrytään Dota 2:n pariin. Dota 2:ssa epäeettiset suunnittelumallit ovat Archeroon verrattuna syvemmälle piilotettuja ja paremmin suunniteltuja.

4 Epäeettiset suunnittelumallit videopeleissä

Tietokoneet ja niiden ohjelmisto ovat nopeasti muuttuvia. Nämä muuttuvat jopa nopeammin kuin meidän oikeudelliset ja sosiaaliset perinteemme. Tällöin on vaikeata määritellä mikä on oikein ja väärin, mikä näkyy erityisesti videopelimarkkinoilla (Moor 1999). Käyttäjien on varsin vaikea pysyä pelien rahoitusmekanismien muutoksen mukana.

Nyt, kun ollaan määritelleet keskeisimpiä epäeettisten suunnittelumallien termejä, määritellään myös mitä itse epäeettiset suunnittelumallit tarkoittavat. José, Björk ja Lewis omassa tutkimuksessaan kertovat, että nämä syntyvät pelien tuottajien ja pelaajien kiinnostusten eroista. Epäeettiset suunnittelumallit tarkoittavat asioita, joita pelien kehittäjät tarkoituksellisesti lisäävät peliin aiheuttaakseen pelaajille negatiivista kokemusta positiivisella lopputuloksella pelin kehittäjille (José, Björk ja Lewis 2013). Esimerkiksi peliin voi lisätä tasoja, joita on hyvin vaikeata päästä läpi. Pelaajalle tämä on negatiivinen kokemus, jonka estämiseksi tai ohittamiseksi pelaaja voi sijoittaa rahaa digitaalisiin esineisiin. Tämä sopii hyvin epäeettisten suunnittelumallien määrittelyyn, sillä pelaajan kiinnostuksen kohde on pelistä nauttiminen ja pelin kehittäjän kiinnostuksen kohde on mahdollisimman ison tulon saaminen omasta tuotteestaan. Free-to-play nimestä päätellen pitäisi olla maksuton peli. Käytännössä tämä on mikrotransaktioihin perustuva bisnesmalli. Vanhalan ja Kasurisen tutkimuksen mukaan free-to-play onkin suosituin mobiilipelien rahoittamisen mekanismi (Vanhala ja Kasurinen 2014).

Täytyy kuitenkin erottaa huonot tai epäonnistuneet suunnitteluratkaisut epäeettisistä suunnittelumalleista. Epäeettiset suunnittelumallit eivät ole aina suunnattu rahan saamiseen käyttäjältä vaan vaihtoehtoisesti voivat saada pelaajan pysymään pelissä mahdollisimman kauan. Niin huonot suunnitteluratkaisut kuin epäeettiset suunnittelumallit lopuksi tuottavat pelaajalle negatiivisen kokemuksen. Näiden erona on kuitenkin se, että epäeettiset suunnittelumallit lisätään lopputuotteeseen tarkoituksella ja tähtäävät nimenomaan negatiivisen kokemuksen aiheuttamiseen. Taas huonot suunnitteluratkaisut lisätään tuotteeseen myös tarkoituksella, mutta näiden tavoitteena ei ole huonon kokemuksen luominen. Nämä aiheutuvat usein budjetin ja ajan rajoituksista, tai vaikka tuotteen kehittäjien puutteellisen osaamisen tai kokemuksen vuoksi. (José, Björk ja Lewis 2013.)

4.1 Epäeettisten suunnittelumallien muodot

Epäeettisiä suunnittelumalleja voidaan jakaa tavallisesti kolmeen eri muotoon: ajallisiin, rahallisiin, sosiaalisiin (José, Björk ja Lewis 2013). Nämä kategoriat perustuvat siihen mitä resurssia pelaaja eniten käyttää joutuneena yhden tai toisen epäeettisen suunnittelumallin uhriksi. Tämän osion tarkoituksena ei ole tunnistamaan kaikkia mahdollisia suunnittelumalleja vaan määrittelemään näiden pääkategoriat yleisemmin käytettyjen tekniikoiden ja esimerkkien kautta, joka myöhemmin edesauttaa näiden tunnistamisessa valituissa videopeleissä. José, Björk ja Lewis (2013) määrittivät apukysymyksiä, joiden avulla pystyy tunnistamaan epäeettisen suunnittelumallin kategorian. Tässä osiossa jokaisen kategorian käsittelyn jälkeen listataan niihin liittyviä apukysymyksiä.

4.2 Ajalliset epäeettiset suunnittelumallit

Ajalliset epäeettiset suunnittelumallit voi jakaa kahteen osaan, jotka ovat aikaisemmin käsitelty grindaaminen ja aikaan sidottu pelaaminen. Aikaan sidotulla pelaamista useimmiten käytetään mobiilipeleissä. Jokaiselle tuttu malli tämän tapaisista peleistä on viljelypelit. Näiden tarkoituksena on viljellä virtuaalisia kasveja, kerätä niitä, ja lopuksi myydä, jolloin saadulla rahalla voi kehittää oman virtuaalisen maatilan. Yleisesti sadon kasvattaminen ei vaadi paljon aikaa uusilta pelaajilta, mutta pelaajan kehittymisen mukaan myös odotusajat kasvavat, joka on jo itsestään epäeettinen suunnittelumalli. Toinen aspekti on se, että sadon keräämisen on pakko suorittaa tietyssä ajassa sen valmistumisen jälkeen. Muuten se pilaantuu ja menettää kokonaan oman arvonsa pelissä. Toisin sanoin peli pakottaa pelaajan palamaan tietyssä ajassa, koska muuten peliprosessi ei tuota muuta kuin turhautumista. Tämän lisäksi pelaaminen ei yleensä ole mahdollinen sadon kasvamisen aikana, sillä muita aktiviteetteja pelissä ei yksinkertaisesti ole lukuun ottamatta oman virtuaalisen maatilan kehittämisen, mikä ei myöskään ole mahdollista ilman satoa. Vaihtoehtona odotukselle pelin kehittäjät voivat tarjota mainosten katsomisen, joka vähentää odotusajan yleensä hyvin pienellä ajalla suhteessa normaalipituisen odotukseen. Mainokset, toki, myös tuottavat pelin kehittäjille rahallista tuloa. Seuraavia apukysymyksiä voi käyttää tunnistamaan ajallisia epäeettisiä suunnittelumalleja (José, Björk ja Lewis 2013):

- Pystyykö pelaaja onnistuneesti arvioimaan kuinka paljon aikaa peliin täytyy sijoittaa, jotta pelaaja voi saavuttaa omia tavoitteitaan pelissä?

- Ovatko pelaajan odotukset ajankäytöstä merkittävästi ristiriidassa todellisen vaaditun ajan kanssa?
- Kuinka todennäköisesti pelaaja tuntee, että hän on tuhlanut aikaansa turhaan?

4.3 Rahalliset epäeettiset suunnittelumallit

Rahalliset epäeettiset suunnittelumallit vastaavasti tavoittelevat rahan saamista pelaajilta. Aikaisemmin käsitellyt termit kuten mikrotransaktiot, pay-to-win, premium-valuutta ja digitaalinen esine suoraan liittyvät kyseiseen epäeettisten suunnittelumallien muotoon. Mikrotransaktiot, premium-valuutta ja digitaaliset esineet eivät itsessään ole epäeettisiä suunnittelumalleja, mutta ne ovat välineitä, jotka niitä mahdollistavat. Pay-to-win ja pay-to-skip ovat luonnoltaan tosiaan hyvin muistuttavat käsitteet. Kun pay-to-win tarkoittaa rahaa vastaan ylivoimaisen edun saantia, pay-to-skip tarkoittaa ajallisten epäeettisten suunnittelumallien ohittamista rahaa vastaan. Voidaan jatkaa edellistä esimerkkiä virtuaalisen maatilan kanssa. Vaihtoehtona pitkälle odotukselle pelaaja voi saada sadon saman tien käyttämällä premium-valuutta. Ymmärrettävästi premium-valuutan pelaaja saa sijoittamalla oikean rahansa peliin.

Myös hyvin yleistynyt rahallisten epäeettisten suunnittelumallien muoto on niin kutsuttu ennakkotoimitettu tai ylimääräinen sisältö (engl. *pre-delivered/add-on content*). Tämä tarkoittaa, että peli lopputuotteena sisältää lukittua ”ylimääräistä” sisältöä, jonka avaaminen jälleen vaatii rahaa. Tämän esimerkkinä voi olla tappelupeleissä usein käytetty tekniikka, joka on lukitut pelihahmot. *Street Fighter X Tekken* niminen peli maksaa 30 dollaria Yhdysvalloissa, mutta vielä 20 dollaria maksoivat 12 pelihahmoa, jotka ovat alun perin lukittuna (Usher 2012). Tämä on monimutkainen ongelma. Jos ylimääräinen sisältö on todella luotu vasta myydyin sisällön jälkeen ja sen tarkoituksena on tarjota lisämateriaalia, joka ei ole kriittinen pelin kannalta, sen tarkoituksena on todennäköisesti laajentaa ja parantaa pelaajan pelikokemusta. Kuitenkin suurin osa ylimääräisestä sisällöstä valmistuu pelin luomisen aikana ja pelin todellinen sisältö heikentyy, kun alkuperäisestä pelistä poistetaan ”ylimääräinen” sisältö ja laitetaan sen erikseen myyntiin. Pelistä ei välttämättä tule kelvoton pelattavaksi, mutta selvästi heikentää kuluttajien pelikokemusta. (Kimppa, Heimo, Harviainen 2015)

Tulostaulut ovat käytössä hyvin monessa pelissä ja tuo mukanaan epäeettisiä suunnittelumalleja. Kappaleessa 2.3 käsiteltiin tulostaulun vaikutusta grindaamisen näkökulmasta, mutta tietysti omien kavereiden tai jopa kaikkien pelaajien päihittämisen voi saavuttaa ajan sijoituksen sijaan rahan sijoituksella. Tulostaulut siis yhdistävät itsessään heti kahta epäeettisten suunnittelumallien muotoa: ajallisen ja rahallisen. Usein tulostaulussa korkean sijan saavuttamisen palkataan isoilla pelin sisäisillä palkinnoilla, jolloin pelaajan motivaatiota kiihdytetään yhä enemmän.

Vanhala, Hyrynsalmi ja Kasurinen tekivät kyselyn suomalaisten pelaajien rahan käytöstä free-to-play videopelisiin. Kyselyyn vastasi 215 ihmistä. Niistä 73,49 % (158 ihmistä) vastasivat, että he ovat käyttäneet rahansa peleihin. Vastanneista suurin osa (50,23 %) käytti rahansa peliprosessiin vaikuttavaan sisältöön kuten esimerkiksi digitaalisiin esineisiin ja valmistusprosessien nopeuttamiseen. Toiseksi suurin osa (34,42 %) käyttivät rahansa ostamaan kosmeettisia digitaalisia esineitä. Mainosten poistamiseen rahaa ovat käyttäneet vain 8,84 % vastanneista. Samalla suurin osa vastanneista (36,3 %) kertovat, että ovat käyttäneet 11–100 euroa free-to-play peleihin kokonaisuudessa. Vastanneiden keskiarvoinen ikä on 31 vuotta. Tästä voidaan tehdä päätöksen, että suurin osa keski-ikäisistä free-to-play pelien pelaajista ovat valmiita sijoittamaan peleihin rahaa. (Vanhala, Hyrynsalmi ja Kasurinen 2021)

Seuraavia apukysymyksiä voi käyttää tunnistamaan rahallisia epäeettisiä suunnittelumalleja (José, Björk ja Lewis 2013):

- Kuinka todennäköisesti pelaaja katuu rahan käyttöä peliin?
- Kuinka todennäköisesti pelaaja menettää hallinnan omasta rahankäytöstä pelissä?
- Onko pelaaja tietoinen mitä hän saa käytettyä rahansa vastaan?
- Kuinka todennäköistä on, että pelaaja käyttää rahansa tahattomasti?
- Onko pelaaja tietoinen rahan määrästä, jota hän joutuu käyttämään saavuttaakseen hänen tavoitteensa pelissä?

4.4 Sosiaaliset epäeettiset suunnittelumallit

Viimeinen kategoria, jota käsitellään tässä kappaleessa, on sosiaaliseen pääomaan perustuvat epäeettiset suunnittelumallit. Nämä suunnittelumallit altistavat pelaajan sosiaalisen aseman ja suhteita riskille. Näiden yksi esiintymismuoto on sosiaaliset pyramidit. Kyseinen tekniikka on myös tunnettu laittomana liiketoimintamuotona, joka on järjestetty niin, että sijoittajien täytyy jatkuvasti houkuttaa tulevia sijoittajia. Tämän kaltaiset yritykset

ovat maksukyvyttömät ja ainoa rahatulo aiheutuu uusien sijoittajien sijoituksista (José, Björk ja Lewis 2013). Pelien tapauksessa tämä on tietysti vapaaehtoista. Monet pelit kehottavat pelaajaa kutsumaan omia kavereita peliin. Usein kavereiden kutsumista vastaan tarjotaan erilaisia pelin sisäisiä bonuksia, jotka pelaajat saavat heti kun heidän kaverinsa rekisteröityy peliin. Joskus kertaluontoisten bonusten sijaan tai lisäksi pelissä pystyy vuorovaikuttamaan omien pelikavereiden kanssa, jolloin peliprosessi edistyy tehokkaammin. Samat mekanismit pätevät kaikille pelaajille, joten uudet pelaajat yhtä lailla kutsuvat omia tuttuja liittymään osaksi peliä. Seuraavasti mitä suurempi pelaajakunta on, sitä suuremmaksi kasvavat pelin tekijän tulot. Vanhalan ja Kasurisen tutkimuksessa esitetäänkin, että suurin osa mobiilipelien tekijöistä kokevat käyttäjien määrän kaikista isoimmaksi menestystä varten tarvittavaksi tekijäksi (Vanhala ja Kasurinen 2014).

Seuraavia apukysymyksiä voi käyttää tunnistamaan sosiaaliseen pääomaan liittyviä epäeettisiä suunnittelumalleja (José, Björk ja Lewis 2013):

- Voiko pelaajan sosiaalinen pääoma (kaverit, maine, yms.) vähentyä pelin pelaamisen tuloksena?
- Kuinka todennäköisesti pelaaja tuntee, että hänen on pakko pelata johtuen sosiaalisen velvollisuuden tunteesta?

5 Archero

Ensimmäiseksi peliksi tarkastelun alle otetaan Archero. Archero on action-roguelike genren ilmais-mobiilipeli, joka oli julkaistu vuonna 2019. Kyseinen peli on edelläkävijä hybridi-kasuaalisten pelien joukossa. Hybridi-kasuaalinen peli yhdistää todella yksinkertaisen ohjauksen ja monimutkaisen peliprogresin (Game Industry 2022). Pelin tarkoituksena on tuhota tasolla olevia vihollisia, jotta pääsee seuraavalle tasolle. Yhteensä pelissä on 104 tasoa. Yksi taso koostuu kymmenistä huoneista ja joka kymmenes huone sisältää voimakkaan vihollisen. Pelin progressin mukaan pelaaja saa pelin kulkuun vaikuttavia digitaalisia esineitä, jotka parantavat hahmon ominaisuuksia. Peli on tullut todella suosituksi mobiilipelien maailmassa. Vain ensimmäisen kuukauden aikana julkaisun jälkeen sen bruttotulo oli 8,5 miljoonaa dollaria, jolloin peliä ladattiin 10 miljoonaa kertaa (Nestresko 2019). Vuonna 2022 latausten määrä oli jo 85 miljoonaa ja pelistä saatu liiketulo oli lähes 200 miljoonaa dollaria (Knezovic 2023).

Tietysti, kun peli on maksuttomasti ladattavissa suosituimmista mobiilisovelluskaupoista, aikaisemmin mainitut rahalliset tulot ovat ansaittu mikrotransaktioiden ja mainosten näyttämisen kautta. Peli on ollut edelläkävijä omassa genressä, mikä on tuottanut sille paljon näkyvyyttä. Archero on jatkuvasti kehittynyt ja oman olemassaolon aikana keräsi itseensä lukuisia epäeettisten suunnittelumallien tekniikoita erilaisissa muodoissa. Täytyy huomioda, että pelissä ei ole pakollisia mainoksia, vaan kaikki mainosten katselu on käyttäjälle täysin vapaaehtoista. Tarkastellaan näitä kappaleessa kolmen määritellyn kategorian avulla.

5.1 Archeron ajalliset epäeettiset suunnittelumallit

Archerossa on runsaasti odotusaikaa lähes kaikkien pelin mekaniikkojen suhteen. Näistä keskeisin on yhtä peliottelua varten käytettävä energia. Pelaaminen vie käyttäjältä vähintään viisi yksikköä energiaa riippuen pelimuodosta, kun energiaa pelaajalla voi olla korkeintaan 20 yksikköä kerrallaan, joten pelaaja pystyy pelaamaan neljä ottelua suorittamatta mitään ylimääräisiä toimintoja. Yhden energiayksikön palautumisaika on 12 minuuttia, jolloin energiavaraston täytyminen vie yhteensä 4 tuntia. Energian palautumisaikaa voi ohittaa joko katsomalla mainoksia tai käyttämällä premium-valuuttaa. Yksi mainoksen katselu

tuottaa 5 energiaa. Mainosten katsominen ei kuitenkaan ole loputon energiaresurssin lähde, sillä katselukertojen määrä on rajattu neljään kertaan vuorokaudessa.

Peli myös motivoi pelaajaa palamaan takaisin peliin. Pelaajan poissaolon aikana hänelle kertyy peliresurssit ja -esineet, joita manuaalisesti täytyy vastaanottaa kirjautuessa peliin. Näitä kutsutaan jatkossa nimellä *passiiviset resurssit*. Passiivisten resurssien määrä on myös rajattu yhden vuorokauden aikaan ja resurssien kertyminen pysähtyy sen ajan kuluessa, ja on riippuvainen pelaajan hahmon kokemustasosta (eng. *experience level*) (SIGBOG 2023). Samalla pelin sisäisessä kaupassa on olemassa erilaiset esinelaatikot (engl. *loot box*), joita tavallisesti ostetaan premium-valuutalla. Peli kuitenkin jakaa kahden tyyppisiä laatikoita mainosten katsomista vastaan. Kerran vuorokaudessa jaetaan laatikon heikoimpien esineiden kanssa ja kerran viikossa parempien esineiden kanssa.

Kun kerättäviä aikaan sidottuja palkintoja Archerossa on hyvin runsaasti, vain näiden keräämiseen pelaajalla voi mennä jopa 10 minuuttia. Tämä on myös psykologinen tekniikka. Resurssit mahdollistavat pelaajalle hahmonsa erilaisten ominaisuuksien kehittämisen, jolloin resurssien kerätessä pelaajan huomio saattaa helposti siirtyä kyseisiin aktiviteetteihin. Koska passiivisten resurssien kerääminen on pääosin sidottu sen edellisen keräämisen ajankohtaan eikä ennalta määritettyyn kellonaikaan, seuraava resurssien kerääminen kestää vähintään saman verran kuin edellinen kerta. Tämä tietysti edellyttää sen, että käyttäjä kirjautuu peliin samaan aikaan kuin edellisenä päivänä. Tämä johtaa siihen, että pelaajaa pakotetaan siirtämään huomion muualle kesken passiivisten resurssien keräämistä, sillä jotkut niistä eivät välttämättä ole vielä saatavissa. Silloin pelaajalle selkein ratkaisu on aloittaa peliottelun odottamisen lyhentämiseksi.

Ilman passiivisten resurssien keräämistä pelistä tulee haasteellinen. Peliotteluista resursseja annetaan saman verran kuin passiivisia resursseja. Tietysti, jos on enemmän resursseja, on myös enemmän mahdollisuuksia kehittää omaa hahmoa ja resursseja Archerossa tarvitaan hyvin paljon, sillä jokaisen pelitason vaikeus on aina paljon suurempi sitä edeltävää tasoa nähden. Esinelaatikoista pelaaja saa satunnaisia esineitä, mutta esineiden ominaisuuksien kehittäminen edellyttää 3 samanlaisen esineen yhdistämistä (Archer Wiki 2023). Pelissä on lähes 80 erilaista esinettä. Jos oletetaan, että kaikkien esineiden saamisen mahdollisuus on yhtä suuri, yhden halutun esineen saamisen mahdollisuus on 1,25 %. Kuten kuvassa 3 on esitetty, käytännössä pelaajan tarvitse saada 972 tiettyjä perustason esineitä, jotta hän kehittäisi vain yhden esineen parhaalle mahdolliselle tasolle. Tällä hetkellä hahmoa voi

varustaa yhdeksällä esineellä samanaikaisesti ja kyseinen kehittämisen sääntö pätee jokaiselle esineluokalle.



Kuva 2. Archero, esineiden kehittäminen (Archero Wiki 2023)

Vuosien varrella esineiden lisäksi Archeroon tuli monet muutkin tavat kehittämään omaa hahmoa joko samalla esinekehittämiskaavalla tai käyttämällä maksutonta tai premium-valuuttaa. Tässä tutkimuksessa ei käsitellä kaikkia, sillä niissä käytetään konseptuaalisesti samanlaisia mekanismeja.

5.2 Archeron rahalliset epäeettiset suunnittelumallit

Kuten suurimmassa osassa videopeleistä pitkien odotusaikojen kanssa, Archerossakin on mahdollisuus ohittaa odottamisen premium-valuutalla. Tämä kattaa kaikkia kohdassa 5.1 mainittuja suunnittelumalleja. Vaikka passiiviset resurssit kerääntyvät, runsaan määrän premium-valuuttaa ostava käyttäjä ei enää ole sidottu niihin, sillä premium-valuutalla saa kaikki tarvittavat resurssit isoin määrin.

Yksinpelaamisen lisäksi Archerossa on myös mahdollisuus pelata muita pelaajia vastaan. Moninpeliä on mahdollista pelata pelkästään premium-valuuttaa käyttämällä. Pelaaja voi aloittaa ottelun maksamalla sisäänpääsyn, joka on 10, 40 tai 100 yksikköä premium-valuutta. Kun pelaaja voittaa, hän saa palkinnoksi 18, 65 tai 100 yksikköä samaa valuutta. Valittu sisäänpääsyn hinta samalla vaikuttaa moninpelein tulostauluun, jonka käsitellään myöhemmin kohdassa 5.3. Moninpeleissä ei ole kokonaan suljettu pelaajilta, jotka eivät ole maksaneet oikeata rahansa peliin, sillä peli paikoin lahjoittaa käyttäjälle pieniä määriä premium-valuutta. Tasapaino vastustajien hahmojen välillä Archerossa on paikoin hyvinkin huomaamaton, sillä vastustajaksi voi usein tulla ylivoimainen pelaaja. Ylivoimaisen pelaajan voittaminen on pääsääntöisesti mahdoton jopa siinä tilanteessa, kun kyseinen pelaaja seisoo paikallaan tekemättä mitään. Moninpeleissä pelaajia automaattisesti jaetaan muutaman tuhannen pelaajan ryhmiin, jossa ryhmän osallistujan taistelevat keskenään. Pienen ryhmän pelaajamäärän vuoksi vastustajaksi voi tulla sama ylivoimainen pelaaja monta kertaa putkeen, joka voi saada käyttäjää sijoittamaan oikeat rahansa oman hahmon kehittämiseen.

Koska premium-valuutta satunnaisesti lahjoitetaan pelaajille, Archerossa on myös sisältö, jonka ostaminen voi tapahtua suoraan mikrotransaktioiden kautta ilman premium-valuutta välissä. Tämän kaltainen sisältö aina tarjoaa ylivoimaisen edun suhteessa maksuttomaan sisältöön. Maksullinen sisältö ei estä otteluita heikompien pelaajien kanssa. Maksulliselle sisällölle usein tulee väliaikaisia alennuksia esimerkiksi joulun ajaksi, jolloin sisältöä tyypillisesti myydään useammista esineistä muodostuneina paketteina. Alennukset eivät ole aina sitoutuneita juhliin, vaan niitä julkaistaan myös satunnaisesti. Tällöin alennusten väliaikaisuudelle ei ole mitään todellista selitystä.

Myös taistelupassi (engl. *Battle Pass*) on käytössä Archerossa. Taistelupassi on yksi suosituimpia epäeettisiä suunnittelumalleja nykyvideopeleissä. Tästä ilmiöstä kerrotaan tarkemmin Dota 2:n epäeettisten suunnittelumallien käsittelyn yhteydessä, sillä Dota 2 on ensimmäinen peli, jossa taistelupassi on ilmestynyt.

5.3 Archeron sosiaaliset epäeettiset suunnittelumallit

Moninpelein tulostaulu on samassa ryhmässä olevien pelaajien keskeinen. Pelaajien pienen määrän vuoksi käyttäjällä on suurempi mahdollisuus päätyä ryhmän parhaiden pelaajien joukkoon, mikä lisää motivaatiota. Kohdassa 5.2 mainittu alkusijoitus otteluun pääsemiseksi vaikuttaa voiton tuottavan resurssien määrän lisäksi tulostaulun pisteisiin.

Vuorokausittainen ottelujen määrä on rajattu kymmeneen, jolloin parhaan sijan tavoitteleva pelaajan on pakko sijoittaa isoja summia otteluihin.

Käyttäjät pystyvät liittymään pelaajaryhmiin. Ryhmillä on olemassa yhteisiä tavoitteita erilaisissa pelitapahtumissa. Suorittamalla tapahtuman tehtäviä pelaaja täyttää ryhmän yhteistä resurssivarastoa. Seuraavasti, mitä isompi määrä resursseja ryhmällä on tapahtuman päättyessä, sitä parempia palkintoja ryhmä saa palkinnoksi. Tämä puolestaan luo ryhmäpaineita, koska varaston täyttäminen on yksittäisten pelaajien velvollisuus. Jokainen ryhmän jäsen pystyy katsomaan muiden jäsenten aktiivisuuspisteitä. Aktiiviset pelaajat saattavat valittaa ryhmän yhteiseen keskustelukanavaan, että tietyt ryhmän jäsenet eivät panosta tarpeeksi tavoitteiden saavuttamiseksi. Ryhmällä on johtaja, joka tyypillisesti on myös ryhmän perustaja. Johtaja voi irtisanoa muita pelaajia ryhmästä, mikä aktiivisissa ryhmissä tapahtuu säännöllisesti ei-aktiivisille pelaajille. Toisin sanoen, jos aktiivinenkin pelaaja syystä tai toisesta ei pystynyt osallistumaan ryhmän tapahtumiin muutaman päivän ajan, hän suurella todennäköisyydellä joutuu irtisanotuksi.

6 Dota 2

Dota 2 on pelimaailman yksi suosituimmista moninpeleistä. Päivittäin pelissä on keskimäärin noin 450 tuhatta samanaikaista pelaajaa (Steam Chart 2023). Vuonna 2022 viisi kuukautta kestävä taistelupassi yksinään on tuottanut pelin kehittäjille 293 miljoonaa dollaria (Kakade 2023). Peli itsessään on todella monimutkainen ja vaikeasti opittava. Peliottelut muodostuvat aina kymmenestä pelaajasta, joita jaetaan tasaisesti kahteen vastakkaiseen joukkueeseen.

Nykyisin Dota 2:n peliyhteisö on useasti valittanut, etteivät pelin kehittäjät panosta pelin kehittämiseen vaan lähinnä uuden maksullisen sisällön tuottamiseen. Tietokone- ja konsolipeleille ei ole tyypillistä suorien mainosten sisällyttäminen jopa kun pelit ovat maksuttomasti saatavilla peliverkkokaupoista, joten rahallisen tuoton päälähte on mikrotransaktiot.

Pelin keskeisin ja monimutkaisin epäeettinen suunnittelumalli on taistelupassi (engl. *Battle Pass*), joka yhdistää kaikkia tässä työssä määriteltyjä epäeettisten suunnittelumallien muotoja. Käsittelemme taistelupassin erilaisista näkökulmista omissa kappaleissaan.

Dota 2 oli ensimmäinen peli, jossa taistelupassi on ilmestynyt. Nykyään taistelupassia voi jopa kutsua standardiksi videopelien rahoitusmekanismeissa. Pelin kehittäjä Valve perustelee taistelupassin käyttöä rahoittamalla heidän vuosittain järjestettyä turnausta nimeltään "The International". Tämä tarkoittaa, että osa taistelupassista saaduista tuloista menee suoraan turnauksen palkintopottiin. Vuonna 2021 palkintopotti oli jopa 40 miljoonaa dollaria, josta turnauksen voittajajoukkue sai itselleen 18 miljoonaa dollaria.

Taistelupassin toiminta on hyvin yksinkertainen. Siinä on tyypillisesti ääretön määrä tasoja, joiden läpi käyttäjä edistyy. Käyttäjä aloittaa ensimmäiseltä tasolta ja peliaktiivisuudellaan hän voi siirtyä seuraavalle tasolle. Jokaisella tasolla on omia palkintoja ja korkeilla tasoilla on myös arvokkaammat palkinnot. Kaikki palkinnot jokaisella tasolla ovat ennalta tiedossa ja näkyvät kaikille pelaajille. Tyypillisesti videopeleissä taistelupassi on maksuton, mutta sisältää runsaasti maksullista sisältöä. Tämän tapaisissa taistelupasseissa monet maksuttomat tasot eivät sisällä yksinkertaisesti mitään, vaan sisältö on jaettu aina muutaman tason välein. Samalla käyttäjä tyypillisesti pystyy saavuttamaan progressia taistelupassissa pelaamatta peliä vaan pelkästään käyttämällä siihen rahaa.

Suurimmassa osassa niin mobiilipelejä kuin tietokone- ja konsolipelejä taistelupassi on jatkuvasti saatavilla. Se nollautuu ja sen sisältö päivittyy tietyn ajanjakson välein, jolloin passi täytyy ostaa uudestaan. Esimerkiksi Archerossa taistelupassi toimii tällä tavalla. Dota 2:ssa taistelupassia julkaistaan vuosittain muutaman kuukauden ajaksi. Tämä ylläpitää käyttäjien mielenkiintoa sitä kohtaan, sillä taistelupassia Dota 2:ssa voi verrata juhlaan.

6.1 Dota 2:n ajalliset epäeettiset suunnittelumallit

Taistelupassin tiettyjen muutamien esineiden saavuttaminen ei ole mahdollista rahallisesti. Nämä esineet ovat sijoittuneet taistelupassin “Cavern Crawl” nimiseen minipeliin, jota kutsutaan jatkossa nimellä “labyrintti”. Labyrintti on esitetty kartan muodossa, jossa aloituspiste on tämän keskiosa ja palkinnot sijoittuvat kartan kolmeen eri päähän. Kartta kokonaan muodostuu soluista. Seuraavaan soluun pääseminen edellyttää pelaajalta tavallisen peliottelun voittamisen tietyllä hahmolla. Seuraavaan soluun pääseminen näyttää pelaajalle vaihtoehdot etenemiselle kaikissa solua ympäröivillä välireiteillä. Mahdollisimman suoran polun muodostaminen palkintoon etukäteen on mahdotonta, sillä reitit saattavatkin olla suljettuja. Näiden esteiden läpi pääseminen ei ole mahdollista ilman apuvälineiden käyttöä. Apuvälineitä pelaaja saa alun perin tietyn verran, jonka jälkeen ne on saatavilla vain taistelupassin tietyille tasoille pääsemisellä. Esteillä on myös erilaisia tyyppisiä ja jokainen tyyppi vaatii oman apuvälineensä sen ohi pääsemiseksi. Pelaaja ei kuitenkaan voi joutua tilanteeseen, jossa hänen on mahdotonta päästä palkintoon asti käyttämällä yhtäkään apuvälinettä.

Labyrintista saatavilla esineillä on myös erilaisia visuaalisia tyyplejä, jotka ovat alun perin lukittuja. Tyylien saaminen edellyttää “sirpaleiden” löytämistä, jotka ovat piilotettuja pitkin labyrinttia. Labyrintti myös koostuu kahdesta kartasta, joilla on oma progressinsa. Ensimmäisellä kartalla pelaaja voi saada varsinaisen digitaalisen esineen ja avata toisen tyylin kyseiselle esineelle. Toisen tyylin avaaminen tapahtuu löytämällä kolmea sirpaleta kartalta. Kolmannen tyylin avaaminen tapahtuu toisella kartalla, jossa sirpaleiden määrä on jo kuusi kappaletta. Pelaaja voi saada vinkin yhden sirpaleen sijainnille kummallakin kartalla. Tämä vaatii pelaajan pääsemistä ennalta määrättyyn labyrintin pisteeseen. Jos pelaaja ei onnistu avaamaan tyyplejä taistelupassin voimassaolon päättyessä, tyylit ovat ikuisesti lukittuja.



Kuva 3. Dota 2, taistelupassin Cavern Crawl (labyrintti) näkymä.

Yhteenvetona labyrintin ajallisten epäeettisten suunnittelumallien näkökulmasta voidaan todeta, että se voi helposti johdattaa pelaajan harhaan tarvittavasta ajasta esineiden ja sen tyylien saamiseen. Kaikkien labyrintin palkintojen saaminen voi viedä jopa sata tuntia peliaikaa. Keskivertaisen pelaajan voittojen ja häviöiden suhde aina lähestyy tasapainoa (1:1), joten ei voi olettaa, että pelaaja onnistuneesti edistyy solusta toiseen ensimmäisellä yrityksellä. Täytyy ottaa huomioon, että monet pelaajat pitävät tietyistä hahmoista ja rooleista pelissä. Labyrintti voikin edellyttää pelaamista hahmoilla, joilla käyttäjällä on vähiten kokemusta, joten voiton todennäköisyys laskee. Toisaalta pelaaja voi edistyä labyrintissa tarkoituksettomasti, sillä pelaaja voi voittaa peliottelun tarvittavalla hahmolla pitämättä labyrinttia mielessä. Kuitenkin tällä tavalla palkintojen saavuttamisen mahdollisuus on pieni.

Pelissä on myös toinen ajallisten epäeettisten suunnittelumallien määrittelyä tukeva systeemi. Siinä pelaaja saa tavallisista peliotteluista maksutonta pelivaluutta, jota pelaaja voi myöhemmin käyttää erillisessä pelikaupassa. Ostettavat esineet ovat vain visuaalisia ja eivät tuota mukanaan käytännöllistä hyötyä. Pelivaluutta saa parhaiten, kun suorittaa hahmokohtaisia haasteita ottelussa. Yleensä haasteet ovat sellaisia, että käyttäjän ei tarvitse varsinaisesti keskittyä niihin, vaan lähinnä hyvään pelisuoritukseen. Valuutan lisäksi pelaaja saa hahmolleen kokemuspisteitä, joita tarvitaan hahmojen kokemustason nostamiseen. Hahmon kokemustasoja on 30, mutta ilman rahallista sijoitusta minkään hahmon kokemustasoa ei voi nostaa yli viidettä tasoa. Kokemustasot eivät myöskään vaikuta pelin kuluun. Kuitenkin tiettyjen tason saavuttaminen antaa pelaajalle hahmokohtaisia fraaseja,

joita voi soittaa pelissä kaikkien ottelussa olevien pelaajien kuulleen. Ottelun alussa pelaajan valittua hahmonsa kaikki pelaajat näkevät millainen kokemustaso pelaajalla on kyseisellä hahmolla. Jos pelaaja tykkää pelata tietyllä hahmolla, hän usein haluaa nostaa kyseisen hahmon kokemustasoa esittääkseen sitä muiden pelaajien edessä. Korkeimman kokemustason saavuttaminen edellyttää lähes tuhat ottelua. Peliottelut tyypillisesti kestävät noin 40–50 minuuttia.

Vielä yksi mekaniikka, jonka voisi ajatella ajalliseksi epäeettiseksi suunnittelumalliksi on mahdollisuus pelata vain osalla hahmoista, kun kyseessä on uusi pelaaja. Tätä ei kuitenkaan voi kutsua epäeettiseksi suunnittelumalliksi, sillä pelaaja pääsee kaikkiin hahmoihin käsiksi 20 pelin jälkeen. Tämä mekaniikka on lisätty sen takia, että uudet pelaajat eivät huku hahmojen suureen määrään (124), joiden vaikeustaso voi olla hyvinkin erilainen. Uusille pelaajille saatavilla olevat hahmot ovat muita hahmoja yksinkertaisemmat.

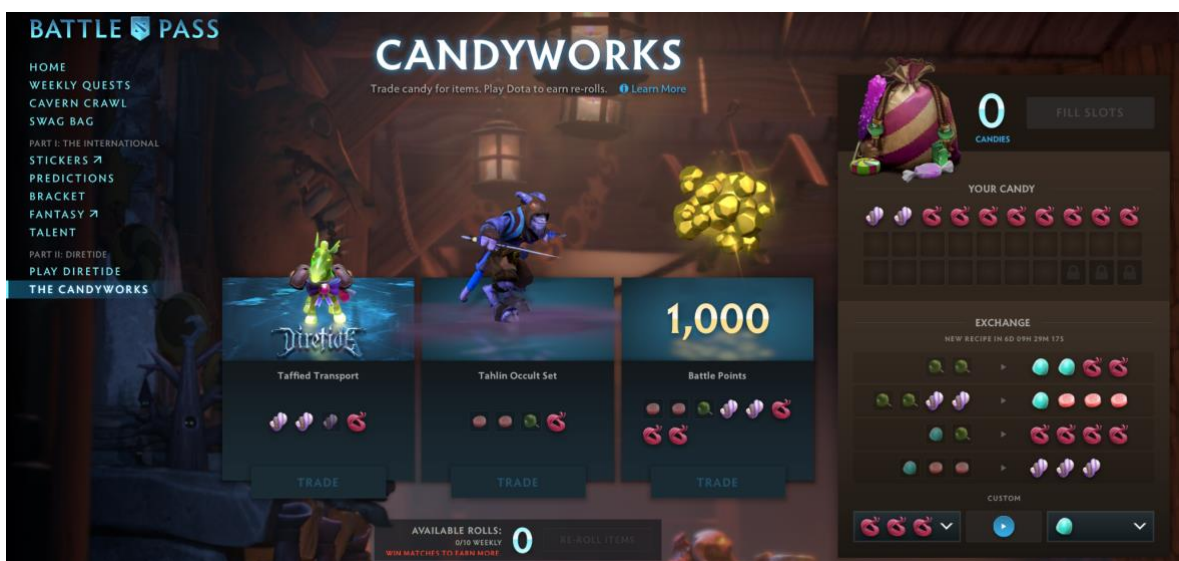
6.2 Dota 2:n rahalliset epäeettiset suunnittelumallit

Dota 2:ssa taistelupassilla ei ole maksutonta muotoa. Pelaajan täytyy suorittaa avausmaksun, jotta hän voisi progressoida taistelupassissaan. Dota 2:n taistelupassi on rakennettu käyttäen monia psykologisia mekanismeja alkaen passin ostamisesta. Passin ostamisen yhteydessä käyttäjä voi ostaa itselleen passin tasoja, jolloin progressi alkaa heti korkeammasta tasosta ja kaikki sitä tasoa edeltävä sisältö avautuu. Jos tasoja ostaa heti taistelupassin avausmaksun yhteydessä, hinta on pienempi suhteeseen tasojen tavalliseen hintaan. Kuitenkaan suurta määrää tasoja ei pysty ostamaan alennetulla hinnalla. Korkein ostettava määrä alennetulla hinnalla on sellainen, ettei pelaaja pysty saavuttamaan kaikkia arvokkaimpia palkintoja saman tien.

Oston jälkeen korkeampien tasojen saavuttamiseksi käyttäjällä on kaksi vaihtoehtoa: grindaaminen tai rahan käyttäminen. Tasoja voi ostaa vain useamman tason paketteina ja tasojen määrä paketeissa on 5, 11 ja 24. Arvokkaat palkinnot ovat aina sijoitettu pyöreiden lukujen tasolle esimerkiksi 100 tai 150. Kuten voidaan huomata, ainoa tasopaketti, jolla pystytään saavuttamaan pyöreitä lukuja, on viiden tason paketti. Samanlaisia paketteja voi kerrallaan ostaa vain rajallisen määrän, joten, jos käyttäjä pyrkii isoon pyöreään lukuun, hän joutuu tekemään useamman suorituksen. Koska rahan sijoittaminen peliin on jo itsestään käyttäjälle epämiellyttävää, käyttäjä tuskin tekee useampaa suoritusta vaan heti ostaa isompia paketteja (Tomić 2017). Tämän seurauksena suurella todennäköisyydellä tulee ostettua isompi määrä tasoja kuin käyttäjä on alun perin suunnitellut. Tästä voidaan todeta, ettei

pelaaja aina tiedä kuinka paljon rahaa hän joutuu käyttämään saavuttamaan haluttua tavoitetta.

Vuoden 2022 taistelupassiin pelin kehittäjät lisäsivät Dota 2:ssa ennen käyttämättömän mekaniikan premium-valuutan muodossa. Kyseessä on “karkkikauppa” (engl. *candyworks*), joka käytti karkkien näköistä premium-valuutta digitaalisten esineiden myyntiin. Kaupassa on kerrallaan näkyvissä kolme digitaalista esinettä, joita pelaaja voi karkeilla ostaa. Kun pelaaja voittaa tavallisia peliotteluja, hän saa yhden vaihdon karkkikaupassa oleville esineille ja pelaaja itse päättää vaihdon käytön ajankohdan. Käytettäessä vaihtoa karkkikaupan esineet vaihdetaan kolmeen satunnaiseen esineeseen. Karkkikaupasta on mahdollista saada niin keskivertoisia kuin hyvin harvinaisia visuaalisia esineitä. Karkkeja on viisi eri tyyppiä ja jokainen esine vaatii aina erilaisten karkkien yhdistelmän sen ostamiseksi. Esimerkiksi, esineen hinta voi olla 5 punaista ja 4 sinistä karkkia. Tietysti, pelaaja voi usein joutua tilanteeseen, kun hänellä on paljon tietyn tyyppisiä karkkeja eikä ne ole esineen ostamiselle sopivia. Tätä varten kaupassa on myös karkkien vaihtovalikko, jossa aina saatavilla oleva vaihtokaava on kolme yhden tyyppin karkkia yhteen halutun tyyppin karkkiin. Lisäksi valikossa on satunnaiset vaihtokaavat, jotka muuttuvat vuorokauden välein. Satunnaisissa vaihdossa annettava ja saatava karkkien määrä ja tyytit ovat myös täysin satunnaisia. Karkkien hankkiminen, tietysti, on helpoimmillaan, kun käyttäjä ostaa tasoja taistelupassiinsa. Pienillä taistelupassin tasoilla olevien pelaajien karkkien määrä ei tule riittämään karkkikaupasta arvokkaiden esineiden ostamiseen.



Kuva 4. Dota 2, taistelupassin Candyworks (karkkikauppa) näkymä.

Kappaleessa 6.1 käsiteltiin systeemiä liittyen maksuttomaan valuuttaan ja pelihahmojen kokemustasoihin. Tässä kappaleessa jatketaan saman systeemin käsittelyä rahallisten epäeettisten suunnittelumallien näkökulmasta. Alun perin kyseinen systeemi oli keksitty “Dota Plus” nimisen tuotteen yhteydessä ja oli saatavilla vain tämän käyttäjille. Dota Plus on saatavilla pelaajille kuukausitilauksen muodossa ja maksaa 3,99 dollaria kuukaudessa, 22,99 dollaria kuudessa kaudessa tai 41,99 dollaria yhdessä vuodessa. Tästä heti huomataan tavallisen alennussysteemin: osta enemmän – maksa vähemmän. Tuote puolestaan tarjoaa pelaajalle tavallista laajemmat tilastot omasta pelaamisestaan ja muutaman kuukauden välein jopa muodostaa tilastollisia raportteja. Tämä on pelin ainoa maksullinen systeemi, joka pystyy helpottamaan pelaajan pelisuoritusta. Pelin alussa, hahmojen valitsemisen yhteydessä, systeemi suosittelee pelaajalle tilanteeseen parhaiten sopivia hahmoja oman joukkueen ja vastustajajoukkueen hahmovalintojen perusteella. Suositukset perustuvat yleisiin tilastoihin hahmojen välisistä voittojen ja häviöiden suhteista. Tämä ei tee käyttäjästä parempaa pelaajaa, mutta selkeästi auttaa hahmojen valinnassa, mikä on yksi tärkeimpiä kriteerejä voittamiselle. Jos käyttäjällä ei ole aktiivista Dota Plus tilausta, paikalla, jossa yleensä systeemin suositukset näkyvät, lukee “Suositukset ovat saatavilla vain Dota Plus tilaajille”. Toisin sanoin, peli muistuttaa käyttäjää maksullisesta sisällöstä jokaisen peliottelun alussa.

Kuten oli mainittu kappaleessa 6.1, pelaaja ei pysty kehittämään hahmonsa kokemustasoa yli viidettä maksutta. Tämä on mahdollista vain Dota Plus tilaajille. Samalla tilaajat saavat huomattavasti enemmän valuutta omista pelisuorituksista, jolloin digitaalisten esineiden hankinta nopeutuu. Myös yksi vain Dota Plus tilaajille saatava sisältö on hahmojen reliikit (engl. *relic*). Reliikit ovat maksuttomalla valuutalla ostettavat hahmokohtaiset esineet, jotka laskevat pelaajan tietyn hahmon tilastoja. Reliikit ovat nähtävissä kaikille ottelun pelaajille.

6.3 Dota 2:n sosiaaliset epäeettiset suunnittelumallit

Taistelupassi tyypillisesti tarjoaa pelaajalle uusia pelimuotoja. Niihin pelaaja pääsee käsiksi vain taistelunpassin ostettua. Nämä pelimuodot usein vaativat tarkkaa tiimityötä ja oikeiden hahmoyhdistelmien valitsemista. Tietysti, satunnaisten pelaajien kanssa harvoin pystyy saavuttamaan edellä mainittuja kriteerejä. Tällä tavalla pelin kehittäjät onnistuvat kyseiseen epäeettiseen suunnittelumalliin yhdistämään rahallisen ja sosiaalisen aspektin. Taistelupassin ostaneet käyttäjät ovat kiinnostuneet uuden pelimuodon pelaamisesta, mutta ilman omia pelikavereita voiton mahdollisuus on pienempi, jolloin he todennäköisesti

suosittelevat tai jopa mainostavat taistelupassia omille kavereille. Taas pelaajat, jotka eivät ole ostaneet taistelupassia, altistuvat tämän mainostamiselle ei vain pelin kehittäjien puolesta vaan myös omien pelikavereiden vuoksi, joihin luottamus käyttäjällä on tyypillisesti suurempi kuin pelin kehittäjiin. Dota 2 on tiimipelaamiseen perustuva videopeli. Suurin osa pelaajista on tottunut pelaamaan peliä pääosin omien kavereiden kanssa, joten kavereiden maksullisten pelimuotojen omistaminen voi muodostua ratkaisevaksi tekijäksi ostopäätöksen teossa.

Taistelupassi saattaa myös vähentää vuorovaikutusta pelaajan omiin pelikavereihin, kun kyseessä on labyrintin esineiden hankkiminen. Pelaaja voi joutua tilanteeseen, kun hänen useammat pelikaverit haluavat progressoida labyrintissa, mutta progressia edellyttävät pelihahmot eivät sovi toistensa kanssa samaan otteluun. Esimerkiksi hahmojen rooli voi olla samanlainen, jolloin hahmojen valitseminen samassa ottelussa todennäköisesti johtaa häviöön. Siinä tapauksessa kukaan kaveriporukasta ei hyödy ottelusta, joten päätökseksi voi tulla erikseen pelaaminen.

7 Keskustelu

Tutkimuksen alussa määriteltiin kolme tutkimuskysymystä: 1) Millaisia epäeettisiä suunnittelumalleja molemmissa peleissä esiintyy?, 2) Miten epäeettiset suunnittelumallit vaikuttavat pelaajanpeli kokemukseen? ja 3) Miten epäeettiset suunnittelumallit ohjaavat pelaajaa? Vaikka molemmissa videopeleissä on runsaasti epäeettisiä suunnittelumalleja, päästiin toisistaan poikkeaviin tuloksiin.

Archeron suurin osa epäeettisistä suunnittelumalleista ovat ajallisia. Mekaniikat, joihin peli perustuu, pohjautuvat grindaamiseen, loputtomaan resurssien keräämiseen ja odottamiseen. Epäeettisten suunnittelumallien ohittaminen ei tällöin ole mahdollista, vaan käyttäjä joutuu kokemaan nämä kaikki. Rahalliset epäeettiset suunnittelumallit taas pääosin perustuvat ajallisten ohittamiseen.

Tyypillisiin mobiilipeleihin verrattuna Archerossa on hyvin pieni määrä sosiaalisia epäeettisiä suunnittelumalleja. Vuorovaikuttaminen muiden pelaajien kanssa ei tuota isoa määrää resursseja. Peli ei myöskään kehota pelaajia kutsumaan kavereitaan peliin. Tämä on yllättävää, sillä kehittämällä vuorovaikutuksen pelaajien kesken ja lisäämällä kaverikutsusysteemin peliin pelin kehittäjät varmasti saavuttaisivat isomman pelaajien määrän ja sen kautta isompaa tuloa.

Täytyy kuitenkin mainita, että peli ei ole turhasta onnistunut ja kasvattanut suuren pelaajakunnan, sillä se on kehittänyt mobiilipelien uuden genren. Peli on hyvin koukuttava, koska aluksi resurssien kerääminen ei vaikuta pitkävetoiselta tai liian toistuvulta. Lisäksi, kun peli muodostuu pienistä pelitasoista, käyttäjän huomio keskittyy vain yksittäisen tason läpikäymiseen eikä käyttäjä pidä mielessä tasojen kokonaismäärää.

Dota 2:n osalta oli ennalta selvä, että suurin osa epäeettisistä suunnittelumalleista piilivät pelin taistelupassissa. Oli kuitenkin yllättävää kuinka monta epäeettistä suunnittelumallia taistelupassista löytyi. Suurin osa suunnittelumalleista vahvasti liittyvät toisiinsa. Alun perin oli oletettu, että Dota 2:n epäeettiset suunnittelumallit rakentuvat näiden rahallisen ja sosiaalisen muotojen ympärille, mutta ajalliset ovatkin taistelupassin iso osa. Ostaessa taistelupassin käyttäjä sitoutuu saavuttamaan mahdollisimman paljon palkintoja, sillä taistelupassilla ei ole maksutonta versiota. Tämän vuoksi käyttäjä jaksaa grindata ja mahdollisesti sijoittaa rahansa uudelleen. Jos käyttäjä ei ole kiinnostunut palkinnoista, todennäköisesti hän ei myöskään osta taistelupassia ollenkaan. Monet käyttäjät pelaavatkin

Dota 2:ta sijoittamatta siihen rahaa ollenkaan. Taistelupassi ei osaltaan vaikuta normaalien peliotteluiden kulkuun ollenkaan.

Tutkimuksessa käsiteltiin systeemiä nimeltään Dota Plus ja sen hahmosuosituksia peliottelujen alussa. Systemistä pelaajalle voi loppujen lopuksi muodostua niin hyötyä kuin haittaakin. Ensinnäkin systeemin suositukset eivät ota huomioon pelaajan kokemuksen hahmoilla, joten, vaikka hahmo sopisikin hyvin otteluun, pelaaja ei välttämättä näytä parasta suoritusta kyseisellä hahmolla. Toiseksi suositukset vievät pelaajan huomion tiettyihin hahmoihin, jolloin pelaaja voi tehdä väärän päätöksen, koska hän ei huomioi suositusten ulkopuolella olevia hahmoja.

8 Johtopäätökset

Valitut pelit ovat niin luonteeltaan kuin epäeettisiltä suunnittelumalleiltaan hyvin erilaiset. Archeron epäeettiset suunnittelumallit ovat sisäänrakennettu peliprosessiin ajallisten epäeettisten suunnittelumallien muodossa. Nämä luovat pohjan muille epäeettisille suunnittelumalleille, jotka ovat toteutettu rahallisten sijoitusten muodossa odottamisen ja resurssien puutteen ohittamiseksi. Archeroa kuitenkin pystyy pelaamaan ja saamaan hyvää pelikokemusta ilman rahallista sijoitusta, mutta epäeettisten suunnittelumallien vuoksi peliprosessi muodostuu pitkälti iteratiiviseksi, jolloin pelaaja voi ajan mukaan helposti kyllästyä.

Archeron epäeettiset suunnittelumallit selkeästi ohjaavat pelaajaa vähintään passiivisten resurssien keräämiseen, joka on todella pitkäväteinen prosessi. Ilman resurssien keräämistä peli etenee hyvin hitaasti. Toisin sanoin, pelaaja pakosti joutuu joko ajallisten tai rahallisten epäeettisten suunnittelumallien uhriksi. Voidaan tällöin todeta, että Archeron epäeettisillä suunnittelumalleilla on negatiivinen vaikutus pelaajan pelikokemukseen.

Dota 2:n tapauksessa epäeettisiä suunnittelumalleja on käytetty määrällisesti vähemmän kuin Archerossa, mutta ne ovat perusteellisesti suunniteltuja. Kyseiset suunnittelumallit aina yhdistävät itseensä kaksi tai jopa kaikki tässä tutkimuksessa määriteltyjä pääkategorioita. Samalla itse suunnittelumallit ovat pääsääntöisesti suhteessa toisiinsa ja näiden suhteiden tunnistaminen voi olla käyttäjälle hankalaa. Dota 2:ta voi pelata joutumatta epäeettisten suunnittelumallien uhriksi, sillä nämä eivät suoraan vaikuta peliprosessiin. Toki pelissä on maksavaa pelaajaa avustavia systeemejä, mutta vaikutus pelin balanssiin on lähes huomaamaton, sillä pelaajan todellinen pelitaito on ainoa ratkaiseva tekijä.

Taistelupassin ostaessa Dota 2:n pelaaja joutuu heti lukuisten epäeettisten suunnittelumallien uhriksi. Taistelupassi ei pelkästään kehota pelaajaa sijoittamaan lisää rahaa vaan myös ohjaa peliprosessia, sillä tietyn taistelupassin progressin saavuttaminen edellyttää esimerkiksi pelaamista tietyillä hahmoilla. Tällöin pelaajan pelikokemuskin voi kärsiä. Yhteenvetona Dota 2:n epäeettisistä suunnittelumalleista voidaan todeta, että pelin epäeettiset suunnittelumallit eivät vaikuta pelaajan pelikokemukseen eivätkään ohjaa pelaajaa niin kauan kunnes pelaaja ostaa taistelupassin.

Lähdeluettelo

- Archer Wiki, 2023. *Equipment*. Viitattu 18.4.2023. Saatavissa: <https://archero.fandom.com/wiki/Category:Equipment>
- Ashley, J., 2022. *Dota 2 the International 2022 Prize Pool - Way Lower Than Years Past?* Esports.net. Viitattu 19.4.2023. Saatavissa: <https://www.esports.net/news/dota/the-international-prize-pool/>
- Burawoy M., 2009. *The Extended Case Method: Four Countries, Four Decades, Four Great Transformations, and One Theoretical Tradition*. University of California Press. Viitattu 27.4.2023. Saatavissa: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/lut/detail.action?docID=837272&pq-origsite=primo>
- Davenport J., 2017. Activision wins patent that uses matchmaking to make you want to buy stuff, PC Gamer. Viitattu 17.11.2022. Saatavissa: <https://www.pcgamer.com/activision-wins-patent-that-uses-matchmaking-to-make-you-want-to-buy-stuff/>
- Eisenhardt K., 2007. *Theory Building from Cases: Opportunities and Challenges*. Academy of Management journal 25-32. Viitattu 27.4.2023. Saatavissa: <https://web-p-ebshost-com.ezproxy.cc.lut.fi/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=5d13cfa4-0015-44a9-97ea-cca851355f8b%40redis>
- Game Industry, 2022. *Successfully evolve hypercasual into hybrid-casual games*. Viitattu 18.4.2023. Saatavissa: <https://www.gamesindustry.biz/successfully-evolve-hypercasual-into-hybrid-casual-games>
- Hardenstein TS., 2017. *Skins in the game: Counter-strike, esports, and the shady world of online gambling*. UNLV Gaming LJ 7: 117. Viitattu 20.11.2022 Saatavissa: <https://scholars.law.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1118&context=glj>

- Hilgard J., Engelhardt CR., ja Bartholow BD., 2013. *Individual differences in motives, preferences, and pathology in video games: the gaming attitudes, motives, and experiences scales (GAMES)*. *Frontiers in Psychology* 4: 608. Viitattu 19.11.2022. Saatavissa: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2013.00608/full>
- Joseph D., 2021. *Battle Pass Capitalism*. *Journal of Consumer Culture*. Viitattu 19.4.2023. Saatavissa: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1469540521993930>
- José PZ, Björk S ja Lewis C, 2013. *Dark Patterns in the Design of Games*. *Foundations of Digital Games 2013*. DiVA-Portal. Viitattu 12.4.2023. Saatavissa: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1043332/FULLTEXT01.pdf>
- Kakade J., 2023. *Dota 2 Reportedly Generated \$293 Million from Battle Pass*. Fansided. Viitattu 19.4.2023. Saatavissa: <https://diredota.com/2023/01/18/dota-2-reportedly-generated-300-million-battle-pass/>
- Kimppa K., Heimo O. ja Harviainen T., 2015. *First Done is Always Freemium*. SIGCAS Computers & Society. Viitattu 28.4.2023. Saatavissa: <https://dl-acm-org.ezproxy.cc.lut.fi/doi/abs/10.1145/2874239.2874258>
- Knezovic A., 2023. *Archer0 Advertising Strategy: Everything You Need to Know*. Udonis. Viitattu 16.11.2022 Saatavissa: <https://www.blog.udonis.co/mobile-marketing/mobile-games/archero-advertising>
- Marr M., Kaplan K. ja Lewis N., 2015. System and method for driving microtransactions in multiplayer video games, Google Patents, (Viitattu 17.11.2022) Saatavissa: <https://patents.google.com/patent/US20160005270A1/en>
- Moor J., 1999. *Just consequentialism and computing*. *Ethics and Information Technology* 1, s. 61-66. Viitattu 28.4.2023. Saatavissa: <https://www.proquest.com/docview/222259422?parentSessionId=2NppVD0INFkGaMBsA6zttNL%2BDPjrCIV4JBJWhOtmhWE%3D&pq-origsite=primo&accountid=27292>
- Nestrenko O. 2019. *Roguelike Archer0 grosses \$8.5m in first month*. *Game World Observer*. Viitattu 18.4.2023. Saatavissa: <https://gameworldobserver.com/2019/06/17/roguelike-archero-grosses-8-5m-first-month>

Ridder. HG., 2017. *The theory contribution of case study research designs*. Journal of Business Research. Viitattu 27.4.2023. Saatavissa:

<https://link.springer.com/article/10.1007/s40685-017-0045-z#citeas>

SIGBOG, 2023. *“Archer” Hero patrol Guide*. LevelSkip. Viitattu 18.4.2023. Saatavissa:

<https://levelskip.com/mobile/Archer-Time-Reward-Guide>

Silva M. P., do Nascimento Silva V. ja Chaimowicz L., 2017. Dynamic difficulty adjustment on MOBA games. *Entertainment Computing* 18: 103-123. Viitattu 16.11.2022. Saatavissa:

<https://arxiv.org/pdf/1706.02796.pdf>

Stake R., 1995. *The art of case study research*. Thousand Oaks, CA: SAGE. Viitattu 27.3.2023. Saatavissa:

<https://web-p-ebshost-com.ezproxy.cc.lut.fi/ehost/detail/detail?vid=0&sid=342145dc-fe98-4999-b4a8-cdeae2e6c31%40redis&bdata=JnNpdGU9ZWwhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=1852548&d b=e000xww>

Steam Charts, 2023. *Dota 2*. Viitattu 19.4.2023. Saatavissa: <https://steamcharts.com/app/570>

Steam Support, 2022. *Community Market FAQ*. Viitattu 20.11.2022. Saatavissa:

<https://help.steampowered.com/en/faqs/view/61F0-72B7-9A18-C70B>

Søraker JH., 2016. Gaming the gamer?—The ethics of exploiting psychological research in video games. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*. Viitattu 19.11.2022. Saatavissa:

https://mycourses.aalto.fi/pluginfile.php/1364090/mod_resource/content/1/Søraker%202016.pdf

Tomić N., 2017. Effects of microtransactions on video games industry, University of Kragujevac. Viitattu. 15.11.2022. Saatavissa: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1820-3159/2017/1820-31591703239T.pdf>

Tregel T., Schwab MC., Nguyen TTL., Müller PN. ja Göbel S, 2020. *Costs to Compete—Analyzing Pay to Win Aspects in Current Games*. Joint International Conference on Serious Games.: Springer 177-192. Viitattu 18.11.2022 Saatavissa:

https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-61814-8_14

Usher, W., 2012. *Why On-Disc DLC Is As Bad A Crime As Gamers Make It Out To Be*. Cinemablend. Viitattu 17.4.2023. Saatavissa: <https://www.cinemablend.com/games/Why-Disc-DLC-Bad-Crime-Gamers-Make-It-Out-48109.html>

Vanhala E., Hyrynsalmi S. ja Kasurinen J., 2021. *Attitudes Towards Free-to-Play Revenue Models Among Finnish Gamers*. Tethics 2021. Viitattu 28.4.2023. Saatavissa: https://gpiste.org/sites/default/files/2022-01/Attitudes_Towards_Free-to-Play_Revenue_Models_Among_Finnish_Gamers.pdf

Vanhala E. ja Kasurinen J., 2014. *The role of business model and its elements in computer game start-ups*. LUT-Yliopisto. Viitattu 28.4.2023. Saatavissa: https://gpiste.org/sites/default/files/2019-11/The_role_of_business_model.pdf

Vincent J., 2022. BMW starts selling heated seat subscriptions for \$18 a month / the auto industry is racing towards a future full of microtransactions, The Verge. Viitattu 15.11.2022. Saatavissa: <https://www.theverge.com/2022/7/12/23204950/bmw-subscriptions-microtransactions-heated-seats-feature>

Williams M., 2017. *The Harsh History Of Gaming Microtransactions: From Horse Armor to Loot Boxes*. USG. Viitattu 20.11.2022. Saatavissa: <https://www.usgamer.net/articles/the-history-of-gaming-microtransactions-from-horse-armor-to-loot-boxes>

Yin R. K., 2014. *Case study research: Design and methods (5th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE. Viitattu 27.4.2023. Saatavissa: <https://web-p-ebsohost-com.ezproxy.cc.lut.fi/ehost/detail/detail?vid=0&sid=7357b79f-6876-43c9-835d-7424ea8087b0%40redis&bdata=JnNpdGU9ZWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#db=e000xww&AN=1852548>