



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

VIDOPELIHARRASTUKSEN PELAAJATYYPIT KULUTTAJATUTKIMUSTEN POHJALTA

Elmo Pikkupeura

Opinnäytetyö
Joulukuu 2016
Viestinnän koulutusohjelma
Käsikirjoittaminen ja kuvallinen ilmaisu



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelma
Käsikirjoittaminen ja kuvallinen ilmaisu

PIKKUPEURA, ELMO:

Videopeliharrastuksen pelaajatyypit kuluttajatutkimusten pohjalta

Opinnäytetyö 30 sivua, joista liitteitä 6 sivua
Joulukuu 2016

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää digitaalisen viihdepelaamisen eli videopelaamisen harrastajien yhteisiä piirteitä ja erilaisia pelaajatyyppejä peliharrastajien kesken. Pohjana tutkimukselle olivat videopelaamisesta tehdyt kuluttajatutkimukset, joissa on mitattu muun muassa pelaajien määriä, rahan kulutusta ja ajankäyttöä eri maissa, ikäluokissa, erilaisilla pelialustoilla sekä sukupuolten välillä. Tarkimmassa tarkastelussa olivat suomalaisten pelitottumuksista tehdyt Pelaajabarometri-tutkimukset.

Työni alussa avaan videopelaamista ja sen termejä, jonka jälkeen kerron lyhyesti peliteollisuuden nykytilasta erityisesti Suomessa, jonka peliteollisuus on ollut 2010-luvun mobiili-ilmiöiden seurauksena jyrkässä nousussa. Sitten etsin tilastollisesta pelitutkimuksesta kuinka peliharrastajan näkökulma erottuu muiden pelaajien vastausten joukosta.

Edellisen analyysin pohjalta rakensin juuri peliharrastajia luokittelevia ominaisuuksia sekä kysymyksiä niistä, jotka johtivat peliharrastajille suunnatun kyselyn syntyyn. Keräsin tähän kyselyyn esimerkkivastauksia, joista pystyin johtamaan peliharrastuksen pelaajatyyppejä. Lopuksi selvitin lyhyesti peliharrastuksen nykytrendejä ja tulevaisuuden uusia.

Työn tuloksena selvisi, että kuluttajatutkimuksissa on tilastoitu peliharrastajienkin vastauksia, mutta ne häviävät vastausten määrän paljouteen tai heidän ääripään vastauksensa on jätettävä pois laskuista. Peliharrastajille tarkoitettua kyselyä on syytä vielä kehittää, mutta on selvää, että peliharrastajien erilaisia pelaajatyyppejä tutkittaessa on kysyttävien asioiden kohdistuttava tarkemmin peliharrastajien ominaisuuksiin aktiivisina ja valistuneina harrastajina.

Peliharrastus tulee todennäköisesti pysymään nuoriso- ja miesvaltaisena. Mobiilipelit ovat tuoneet paljon uusia pelaajia, mutta heidän jatkaminen harrastajiksi on epävarmaa. Mobiilipelien lisäksi virtuaalitodellisuutta käyttävät pelit voivat lähivuosina muuttaa peliharrastamisen kenttää.

Asiasanat: digitaalinen pelaaminen, peliharrastus, pelikulttuuri, pelaajatyypit

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Media
Scriptwriting and Visual Expression

PIKKUPEURA, ELMO:

The Player Types of Hobby-based Video Gaming through Consumer Studies

Bachelor's thesis 30 pages, appendices 6 pages
December 2016

The goal of my thesis was to discover common qualities and different player types among those who have a video gaming hobby. Consumer studies on e.g. the number of players and the money and time they spend, conducted in different countries, served as the basis of my study. Studies on Finnish gaming habits called Pelaajabarometri were analysed the most.

The thesis begins with a general description on video gaming and its terms, and continues with a review of the state of modern game industry in Finland where the industry has experienced a vast growth because of the mobile sensations of the 2010s. Then consumer studies on video gaming are examined to express the hobby players' viewpoint.

On the basis of the previous analysis, qualities and questions categorizing hobby gamers were generated, which led to the creation of a questionnaire aimed at hobby gamers. Some example answers from the questionnaire were collected, and some player types of the hobby-based video gaming were derived. Finally, the common trends of contemporary video gaming as well as possible threats against its development were briefly studied.

The study made it clear that consumer studies have acquired answers from hobby gamers too, but their answers are lost in the great amount of data or their extreme answers must have been left out of the conclusions. The questionnaire focusing on hobby gamers still requires development, but nevertheless it is apparent that upon studying the different player types of hobby gamers, the survey must more precisely be directed on the qualities of hobby gamers as active and sophisticated enthusiasts.

It is unlikely that the dominance of the video gaming hobby by the young and men will change in the near future. Mobile games have brought in lots of new players, but it is not certain they will continue becoming hobby gamers. In addition to mobile games, games featuring virtual reality capabilities might change the gaming landscape during the following years.

Key words: digital gaming, video gaming hobby, video game culture, player types

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	DIGITAALINEN VIIHDEPELAAMINEN.....	6
2.1	Videopelaamisen käsitteistö	6
2.1.1	Peliteollisuuden tilastot ja rahavirrat.....	7
2.1.2	Peliteollisuus 2010-luvun Suomessa.....	8
3	VIDEOPELITUTKIMUS	10
3.1	Pelaajabarometri	10
3.2	Pelitutkimuksen puutteet.....	11
4	PELIHARRASTAJAN NÄKÖKULMA ESIIN	13
4.1	Kuluttajatutkimuksen soveltaminen	13
4.2	Pelaajatyypit.....	13
4.3	Luokittelu kyselylomaketta varten.....	15
4.3.1	Peliaika.....	15
4.3.2	Pelaamisen taito	16
4.3.3	Ajankäyttö peliharrastukseen	18
4.3.4	Pelit ja pelien lajityypit	19
4.4	Pelaajatyypiesimerkit kyselyn avulla.....	20
4.4.1	Itsetietoinen peliharrastaja	21
4.4.2	Keskitien peliharrastaja.....	21
4.4.3	Kypsä peliharrastaja	22
4.4.4	Peliharrastuksen veteraani.....	22
4.4.5	Yhteisöllinen peliharrastaja.....	22
4.5	Huomioita	23
5	TULEVA PELIHARRASTAJA.....	24
5.1	Vallitsevat trendit.....	24
5.2	Uhat.....	25
6	POHDINTA.....	26
	LÄHTEET.....	28
	LIITTEET	31
	Liite 1. Kysely digitaalisten pelien pelaajatyypeistä	31
	Liite 2. Survey on digital gaming habits	34

1 JOHDANTO

Digitaaliset viihdepelit, yksinkertaisemmin videopelit, ovat 2010-luvulla suosituimpia kuin koskaan ennen. Räjähdyksmäisen kasvun johtotähtinä ovat olleet älypuhelimilla ja tableteilla pelattavat mobiilipelit kuten suomalaiset menestykset Rovio Entertainmentin Angry Birds ja Supercellin Clash of Clans. Kattavat kyselyt kertovat, että pelaamisesta on tullut suosittua kaikissa ikäluokissa ja sekä naisten että miesten keskuudessa. Valtamediassa esiteltyt tutkimukset eivät kuitenkaan käsittele eri pelaajatyyppejä peliharrastajalle mielenkiintoisella tasolla – niiden näkökulma on selvästi pelikulttuurin ulkopuolelta.

Opinnäytetyössäni tarkastelen tilastollista pelitutkimusta peliharrastajan näkökulmasta. Päällimmäisenä lähteenä minulla on Suomessa vuonna 2009 ensimmäisen kerran ja siitä lähtien vuosina 2010, 2011, 2013 ja 2015 tehty laaja suomalaisten pelitottumuksia mittaava kysely Pelaajabarometri. Pelaajabarometri on toteutettu Tampereen, Turun ja Jyväskylän yliopistojen pelitutkijoiden yhteistyönä ja se tehdään Suomen Akatemian *Leikillistyminen ja pelillisen kulttuurin synty* -hankkeen puitteissa. Pelaajabarometri tutkii 10-75 -vuotiaiden mannersuomalaisten pelaamisen muotoja, niin digitaalista kuin perinteistä pelaamista, ja se on alkanut tuottaa pitkäaikaista tietoa pelaamisen kehitystrendeistä Suomessa (Mäyrä, Karvinen & Ermi 2016, 13).

Tarkoitukseni on selvittää mitä uutta tietoa saa digitaalisten viihdepelien harrastajista pelaajatyyppejä tarkemmin huomioon ottavalla luokittelulla. Uusi luokittelu muodostuu huomioimalla Pelaajabarometrin ja muiden kuluttajatutkimusten puutteet, kun tavoitteena on tietää enemmän vastaajan sijoittumisesta digitaalisen viihdepelaamisen niin sanottuun pelikulttuuriin.

Samalta pohjalta on tarkoitus saada selville mihin nykyiset pelaajat sijoittuvat videopelaamisen kentässä tulevaisuudessa. Digipelaava joukko on vakiintunut sisältämään lähes koko nuoren sukupolven ja vanhempien pelaajien osuus kasvaa joka vuosi. Tälle kasvulle ja muille trendeille on havaittavissa mahdollisuuksia ja uhkia sekä peliharrastajan näkökulmaa soveltaen että perinteisistä tilastollisista tutkimuksista.

2 DIGITAALINEN VIIHDEPELAAMINEN

2.1 Videopelaamisen käsitteistö

Viihdetarkoituksiinkin suunnitellut pelit herättävät erilaisia tunteita – ne samaan aikaan sekä riemastuttavat että turhauttavat (Kankaanranta, Neittaanmäki & Häkkinen 2004, 47). Peleillä on tietyt säännöt, tavoitteet ja voittoehdot, joten ei ole hyödyllistä kutsua videopelejä vain leluiksi (Vuorela 2009, 81). Videopelien pelaaminen vaatii aina jonkin sähköisen pelialustan ja moderneja videopelejä pelataan mobiililaitteilla, tietokoneella (kannettavalla tai pöytäkoneella), ulkoiseen näyttöön liitettävällä pelikonsolilla tai käsikonsolilla. Lisäksi Pelaajabarometri mittasi Facebookissa ja muualla internetselaimessa pelattavia pelejä, jotka menevät mobiililaitteiden ja tietokoneen kanssa päällekkäin ja jopa sekaisin. Kaikki vastaajat eivät ilmeisesti huomanneet, että eri pelialustojen kohdalla kysyttiin nimenomaan niillä pelaamista eikä muuta käyttöä. (Mäyrä, ym. 19) Nykyään jopa yhdeksän kymmenestä aktiivisesta Facebookin käyttäjästä tekee sen mobiiliympäristössä (Facebook, Inc. 2016).

Videopelien lajityyppinä on lukuisia, ja niiden määrittävä tekijä ei yleensä ole pelin sisältö tai alusta, jolla peliä pelataan, vaan pelin asettama haaste (Adams 2009). Lisäksi nämä lajityypit voi jaotella moniin alalajityyppihin ja lajityyppiyhdistelmiin. Adams määritteli myös nykypelaamisen tärkeän termin, immersion (2004) jakamalla sen kolmeen osaan: taktiseen, strategiseen ja kerronnalliseen immersioon.

- Taktinen immersio toimii välittömässä reaaliajassa, kun pelin toiminnot ovat suorassa yhteydessä pelaajan antamiin komentoihin antaen odotettuja tuloksia ja reaktiota peliltä.
- Strategiseen immersioon kuuluu voittamisen mahdollisuuksien parantaminen löytämällä parhaat mahdolliset pelitavat esimerkiksi kokeilemalla sekä pelin sääntöjä tai jopa algoritmeja tutkimalla.
- Kerronnallinen immersio vahvistuu pelin tarinallisten ja esteettisten ominaisuuksien ollessa laadukkaita ja johdonmukaisia. Kun pelimaailman yksityiskohdat on tehty päämäärätietoisesti, ne tukevat pelin omaa maailmankuvaa, jolloin narratiivinen immersio pelimaailmasta tehostuu, vaikka

se hyödyntäisi myös oikeasta maailmasta muistuttavia elementtejä (Pelit 10/2016 – Ihana keskiäika).

Nykyään useita maailmanlaajuisesti suosittuja pelejä voi kutsua termillä digitaalinen sosiaalinen peli, joka käsittää sosiaalisen median verkostoa käyttävät pelit, massiivimoninpelit sekä digitaalikasinit, joissa voitoista ei makseta oikealla rahalla (Harvest Strategy 2015, III).

2.1.1 Peliteollisuuden tilastot ja rahavirrat

Pelaajabarometri asettaa aktiivisen pelaajan kynnykseksi pelaamisen vähintään kerran kuukaudessa, (Mäyrä ym. 2015, 2) ja pelilajityyppejä koskevan kyselyosion perusteella 60,1% suomalaisista ylittää sen (Mäyrä ym. 2015, 19). Miehet ovat hieman naisia aktiivisempia, mikä on totta myös ulkomailla esimerkiksi Yhdysvalloissa (Entertainment Software Association (ESA): Essential Facts About The Computer And Video Game Industry 2016, 3). Kun mukaan otetaan satunnaispelaaminen, on digitaalinen pelaaminen Suomessa (75%) selvästi yleisempää kuin Euroopan suurissa maissa: Ranskassa (61%), Saksassa (55%), Espanjassa (41%) ja Britanniassa (40%) (GameTrack Digest: Quarter 1 2016). Euroopan interaktiivisten ohjelmistojen yhdistys eli ISFE teetti Pohjoismaiden välillä – Islantia lukuun ottamatta – vuonna 2012 julkaistun kuluttajatutkimuksen (Ipsos MediaCT – Videogames in Europe: Consumer Study 2012, 9), jonka mukaan Suomessa pelataan hieman Norjaa ja Tanskaa aktiivisemmin mutta vähemmän kuin Ruotsissa. Kysely tehtiin kuitenkin vain 16-64 -vuotiaille Pelaajabarometrin 10-75 -ikähaarukan sijaan.

Yhdysvalloissa käytettiin pelisisältöön fyysisessä ja digitaalisessa muodossa 16,5 miljardia dollaria ja peliteollisuuden tuotteisiin yhteensä 23,5 miljardia vuonna 2015 (ESA 2016, 12). Vuodesta 2012 lähtien digitaalinen myynti, johon myös mobiilipelien mikromaksut sisältyvät, on ollut fyysisestä pelisisältöä runsaampaa ja ero on kasvanut: vuonna 2015 digitaalista pelisisältöä myytiin jo yli kaksinkertaisesti fyysiseen verrattuna. Maailman pelimarkkinoista Pohjois-Amerikka kattaa noin neljäsosan (Newzoo 2016, 10) ja Kiinan kansantasavalta nykyään jo melkein saman verran eli 24,4 miljardin yhdysvaltain dollarin arvosta verrattuna USA:n ja Kanadan 25,4 miljardin lukemaan. Perinteinen pelialan suuruus Japani on tilastossa kolmantena 12,4 miljardilla, joka kattaa

maailmanlaajuisesta 99,6 miljardin dollarin kulutuksesta 12,5 prosenttia (Newzoo 2016, 15).

Newzoon maailmanlaajuisen peliteollisuuden raportti ennustaa vuoteen 2019 asti 6,6 prosentin vuosittaista kasvua ja joka vuosi mobiilipelaamisen odotetaan kasvattavan osuuttaan. Pc- ja konsolipelaamisen kasvu on selvästi hitaampaa samalla kun käsikonsolien ja selaimessa pelattavien pelien markkinoiden odotetaan supistuvan (Newzoo 2016, 13). Pelaajabarometristä voi havaita samanlaisen trendin vaikuttavan Suomessakin (Mäyrä ym. 2016, 39).

2.1.2 Peliteollisuus 2010-luvun Suomessa

Suomessa on ollut pelinkehitystä jo 90-luvun alussa, jolloin esimerkiksi Terramarque ja Bloodhouse perustettiin, ja nämä yhdistyivät Housemarqueksi vuonna 1995, joka tekee pelejä edelleen (Housemarque Inc. – Company). 2000-luvun suurin suomalaismenestys oli Remedy Entertainment ja sen Max Payne -pelit sekä Bugbear FlatOut-romuralleinen. Remedy on tällä hetkellä ainoa ison budjetin suurpelejä eli AAA-pelejä tekevä peliyhtiö Suomessa (Lappalainen 2015, 60). Yhteistyössä Microsoftin kanssa se on tuottanut Alan Waken vuonna 2010 ja sen uusin peli Quantum Break ilmestyi huhtikuussa 2016 (Boccher 2015).

2010-luvun suomalaisen peliosaamisen nosti kännykkäpelejä tekevä peliyhtiö Rovio. Joulukuussa 2009 se julkaisi Angry Birds -pelin iPhonelle Applen App Storessa, jonka ladatuimmaksi sovellukseksi se nousi viidessä kuukaudessa. Ensimmäistä Angry Birdsiä on ladattu satoja miljoonia kertoja eri laitteille (Koistinen 2013). Rovion menestys innosti suomalaiset perustamaan entistä enemmän peliyrityksiä kuten Supercellin, jonka pelit Clash of Clans, Hay Day, Boom Beach ja Clash Royale ovat olleet valtavia myyntimenestyksiä. Supercellin pelien freemium ansaintamalli, jossa peli on ilmainen mutta etenemistä saattaa nopeuttaa maksamalla rahaa, on osoittautunut hyvin tuottoisaksi. Supercellin liikevaihto oli 2,109 miljardia euroa vuonna 2015, josta oli voittoa 848 miljoonaa euroa (Venturebeat – With just 3 games, Supercell made \$924M in profits on \$2.3B in revenue in 2015).

Huimien tulosten kannattamana Supercell on myös rikastuttanut työntekijöitään: viidentoista eniten ansiotuloja tilittäneen joukosta yhdeksän sai palkkansa Supercelliltä (Iltalehti – Top 200 eniten ansiotuloja). 2010-luvulla Suomen pelialan työntekijämäärä on kasvanut reilusta tuhannesta kahteentuhanteen seitsemäänsataan (Neogames – Tietoa toimialasta). Pelialan tuotanto menee 95-prosenttisesti vientiin, mikä tekee siitä merkittävän osan suomalaista kulttuurivientiä.

3 VIDEOPELITUTKIMUS

3.1 Pelaajabarometri

Pelaajabarometri on kyselytutkimus, jossa tiedusteltiin pelaamisen eri muodoista Manner-Suomessa (Mäyrä ym. 2016, 2). Perinteistä ei-digitaalista pelaamista, rahapelaamista, ja digitaalista viihdepelaamista on tarkasteltu erikseen ja jälkimmäistä luokiteltiin lajityyppien perusteella ensimmäistä kertaa. Tämä yksityiskohtaisempi kysely on tuonut entistä laajempaa tutkimustietoa, ja se saattoi myös lisätä aktiivisen videopelaamisen raportoinnin määrää.

Digitaaliseen pelaamiseen käytetyn rahan määrää tarkastellessa on syytä huomioida, että peleihin lasketaan tässä yhteydessä myös rahapelit (Mäyrä ym. 2016, 33). Tämä tekee tilastosta peliharrastajan näkökulmasta hyödyttömän. Pelejä ostetaan kahden vuoden takaiseen (Mäyrä & Ermi 2014, 24) verrattuna keskimäärin harvemmin, mutta peliajat olivat kasvaneet. Etenkin nuorimassa 10-19 -vuotiaiden ikäryhmässä keskimäärin seitsemästä tunnista kahteentoista tuntiin viikossa. Pelaajabarometrissa eri sukupuolien suosikkipelit ovat aina erottuneet toisistaan (Mäyrä & Ermi 2014, 23) selvästi. Pasiassin ja parin mobiilipelin – Candy Crush ja aiempina vuosina Angry Birds – lisäksi vain Veikkauksen pelit löytyvät sekä miesten että naisten suosikkilistoilta eikä rahapelejä lasketa videopeleiksi tässä yhteydessä.

Pelaajabarometri 2015 ehdottaa myös seuraavaa karkeaa jaottelua, johon paneuduttaisiin mahdollisesti tulevissa Pelaajabarometrissa (Mäyrä ym. 2016, 32).

- Konsolipainotteinen valtavirtapelaaminen, johon kuuluu esimerkiksi suosittuja urheilu- ja ajopelejä sekä toiminta- ja seikkailupelejä.
- Arkeen limittyvä kasuaalipelaaminen esimerkiksi mobiililaitteilla tai Facebookissa. Tähän kategoriaan kuuluu myös tietokonepasiassi.
- Omistautuneempi harrastepelaaminen, jonka erityisesti roolipelit, verkkoroolipelit ja League of Legendsin kaltaiset verkkopelit erottavat muista pelaamisen tyypeistä.

Naisten suosikkipelit menevät yksinomaan keskimmäiseen ryhmään tai ne jäävät ryhmittelyn ulkopuolelle, kun taas miesten suosikkipelit sijoittuvat kaikkiin kolmeen. Sosiaalisten pelien määritelmä ei varsinaisesti rajaa mitään kolmesta ryhmästä ulos, mutta ne yhdistetään yleisimmin kasuaali- ja mobiilipeleihin (International Social Games Association (ISGA) – About Social Games). Sosiaalinen peli voi myös sijoittua videopelien ulkopuolelle lähes kokonaan kuten esimerkiksi seuranhakusovellus Tinder (Harvest Strategy 2015, 20).

3.2 Pelitutkimuksen puutteet

ISFEn teettämässä kyselyssä (Ipsos MediaCT 2012, 9) ikärajaus on kapea – 16-64 -vuotiaat – joten tiedot nuorempien lasten pelaamisesta tulevat kyselyyn vastanneilta vanhemmilta. Se on selvä puute, sillä nuoremmat pelaajat voivat nykyään maksaa digitaalisiakin ostoksia ilman vanhempiaan esimerkiksi paysafecardin avulla (Paysafe Group Plc – Maksa peleissä paysafecardilla.). Paysafecard on fyysisenä korttina myyntipisteissä kuten kioskeissa myytävä PIN-koodi, jonka voi muuttaa koodin arvoa vastaavaksi summaksi eri verkkokauppojen tileillä (Paysafe Group Plc – Näin helppoa paysafecardin käyttäminen on)

ESAn kyselyn vastaukset tulevat kunkin yhdysvaltalaisperheen päältä sekä sen aktiivisimmalta pelaajalta, mikäli nämä kaksi eivät ole sama henkilö (ESA 2016, 2). Samassa tutkimuksessa selvitettiin asuuko kotitalouksissa säännöllisesti – viikossa 3 tuntia tai enemmän – pelaavia. Pelaajabarometrissä peliharrastaminen mainitaan pariin otteeseen, mutta käytännön merkitystä sillä ei toistaiseksi ole ollut lukuun ottamatta vastausten ääripäiden rajaamista ajan- ja rahankäytön tilastossa (Mäyrä ym. 2016, 33).

ESA:n tutkimuksessa kyselyyn vastattiin kotitalous kerrallaan, mikä antaa hyvän kuvan peli- ja muiden viihdelaitteiden yleisyydestä. Tämä antaa vahvoja viitteitä peliharrastuksen yleisyydestä Yhdysvalloissa ja myös jotain tietoa peliharrastajien pelitavoista. Esimerkiksi (ESA 2016, 6) keskimääräinen peliaika nousee yli 10 tuntiin pelkästään netti- ja moninpeleissä ja heidän selvästi suosituimmat pelialustat ovat PC (56% aktiivisimmista pelaajista pelaa PC:llä) ja pelikonsolit (53%) älypuhelimien (36%) ja muiden mobiililaitteiden (31%) sijaan. Fyysisellä medialla myytyjen konsoli- ja

tietokonepelien myynti on tilastoitu erillään, mutta digitaaliset ostokset ovat kaikki yhdessä alustasta riippumatta.

Pelaajabarometria häiritsee lajityyppien suuri määrä ja niiden suuret sisäiset erot. ESan tutkimuksessa näihin viitataan ”supergenreinä” (ESA 2016, 10). Yksinkertaistuksesta huolimatta virhemarginaali jää isoksi, kun rajataan tuloksia iän sekä sukupuolen mukaan. Etenkin seikkailupelien ja ammuskelupelien välillä voi olla niin paljon yhtäläisyyksiä, että pari kolme esimerkkiä ei riitä lajityypin selväksi tunnisteksi. Esimerkiksi Marion ja Tekkenin tai LittleBigPlanetin ja Mortal Kombat – jotka Pelaajabarometrissä menevät samaan kategoriaan – pelaajilla ei ole niinkään yhteistä, kun taas Max Paynen (ammuskelupeli) ja Resident Evilin (seikkailupeli) erot ovat ennemminkin perinteisen median lajityypeissä – Max Payne on rikostriileri ja Resident Evil jatko-osasta riippuen kauhuseikkailu tai räiskintäpeli (Mäyrä ym. 2016, 49).

4 PELIHARRASTAJAN NÄKÖKULMA ESIIN

4.1 Kuluttajatutkimuksen soveltaminen

Pasianssi on ollut suomalaisten suosikkipeli Pelaajabarometrissä toiseen (Karvinen & Mäyrä 2011, 26). Trendikkäimmät mobiilipelit Angry Birds ja Candy Crush ovat myös olleet kärkisijoilla (Mäyrä & Ermi 2016, 22 ja Mäyrä ym. 2016, 31). Tuoreimman Pelaajabarometrin (Mäyrä ym. 2016, 28) lajityyppien tarkastelussa selvisi, että pelaajien iän kasvaessa – varsinkin mentäessä yli 40 ikävuoden – heidän aktiivisesti pelaamansa lajityypit vähenevät huomattavasti, kunnes vain pulmapelit jäävät jäljelle, johon edellä mainitut Pasianssi, Angry Birds, Candy Crush sekä klassikkopeli Mahjong kuuluvat. Samalla aktiivisten pelaajien pelaika ja aktiivinen pelaaminen ylipäätään vähenevät varsinkin verrattuna nuorten pelaajien pitkiin pelaaikoihin (Mäyrä ym. 2016, 34). ESan sekä ISGAN raporteista tehtyjen havaintojen perusteella – mobiilipelaajat ovat uusia pelaajia (Harvest Strategy 2015, 64), naispelaajat ovat keskimäärin miehiä vanhempia, aktiivisimmat pelaajat pelaavat eniten PC:llä ja konsolilla (ESA 2016, 6) – ja Pelaajabarometrin tietojen avulla voidaan alkaa rajata peliharrastajan näkökulmaa.

4.2 Pelaajatyypit

Selkeä peliharrastajan tunnusmerkki on, että pitääkö henkilö itseään harrastajana. Tämä ei kuitenkaan sano peliharrastajasta itsestään mitään, ja vaikka kuluttajatutkimuksista edellisen kappaleen esimerkkien mukaan saadaan jonkin verran tietoa, jonka voisi olettaa todennäköisesti koskevan peliharrastajia, on kysyttävä eri kysymyksiä kuin kuluttajatutkimuksissa. Pelaajabarometrissä oli lajityyppiaiheisten kysymysten perusteella havaittu kolme eri pelaajatyyppeä (Mäyrä ym. 2016, 30). Peliharrastajien luokitteluun on määritettävä lisää pelaajatyyppejä yksityiskohtaisemmin perustein.

55% eurooppalaisista videopelaajista on kiinnostunut pelaamisesta (ISFE Consumer Study 2012, 17) mikä on omiaan määrittämään eroa peliharrastajan ja kasuaalipelaajan välille, sillä ei-pelaajien kiinnostus pelaamiseen jää kahdeksaan prosenttiin. Peliharrastajilla kiinnostus pelaamiseen on todennäköistä, joten heitä voi täten luokitella kiinnostuksensa perusteella. Voidaan selvittää millä tasolla pelaajat seuraavat

pelimaailman uutisia, mielipiteitä sekä peliteollisuuden trendejä ja kuinka laajasti he keräävät tietoa peleistä ja niiden lajityypeistä ja katsovat peliaiheisia videoita ja lähetyksiä.

Pelaamista pidetään viihdyttävänä, immersiiivisenä ja hauskana arjesta irtautumisena (ISFE Consumer Study 2012, 14). Eri maiden välillä – ISFEn kuluttajatutkimukseen osallistuneet maat ovat Belgia, Itävalta, Tšekki, Tanska, Suomi, Ranska, Saksa, Britannia, Italia, Alankomaat, Norja, Puola, Portugali, Espanja, Ruotsi ja Sveitsi – yleisimmät vastaukset pysyvät samana, mutta niiden keskinäiset osuudet vaihtelevat jonkin verran. Suomalaisten pelaajien vastauksissa korostuivat eniten immersio ja eskapismi viihdyttävän ollessa keskimäärin yleisin vastaus. Videopelaaminen on kuitenkin niin laaja-alaista, että pelaajien luokitteluun on selvitettävä mikä pelaamisesta tekee viihdyttävää, hauskaa, arjesta irtauttavaa ja niin edelleen. Pelaamisen käytettyä aikaa on selvitetty Pelaajabarometrissa ja muissa kuluttajatutkimuksissa (Mäyrä ym. 2016, 33. ESA 2016, 6. Harvest Strategy 2015, 67.). On todennäköistä, että peliharrastaja pelaa ajallisesti paljon, joten kysymyksen voi kohdistaa pelaamisen ja muun ajanvieron suhteeseen.

Kilpailullisuus kuuluu tiiviisti peleihin. Maailman suosituimmalla verkkomoninpelillä League of Legendsillä on arviolta yli 100 miljoonaa pelaajaa (Pete Volk 2016). Suomalaisella Supercellillä korostetaan suosittujen peliensä Clash of Clansin ja Clash Royalin kilpailullista moninpeliä (Supercell 2016). Myös ammattipelaaminen eli esports on tullut suurten kuluttajaryhmien tietoisuuteen ja pelimaailma on houkuttanut mukaan perinteisiä urheiluseuroja. Suomessakin jääkiekkoseura HIFK on ollut mukana perustamassa esportsjoukkuetta (Gamereactor – HIFK ja Jimm's PC Store perustivat esportsjoukkueen). Yhdysvalloissa jo 50% aktiivisimmista pelaajista (ESA 2016, 7) tuntee esportsin. Pelit kehittävät moniteknologista osaamista (Kankaanranta ym. 2004, 13) ja viihdepelienkin hallinta edellyttää usein pitkää oppimisprosessia. Ihmiset ovat yksilöllisiä oppijoita, mutta kokemuksen ja kiinnostuksen pohjalta voidaan todennäköisesti erottaa erityyppisiä pelaajia pelaamisen taidon mukaan. Vaaditaan luokittelua erilaisten videopelien lainalaisuuksien ja tekniikan tuntemisen sekä oppimisvalmiuden välillä.

Yhdysvaltalaisstudiossa kysyttiin mitkä asiat vaikuttavat pelien ostopäätöksiin ja yleisimmät vastaukset olivat hinta ja pelin tarinan tai lähtökohtien kiinnostavuus (ESA

2016, 12). Pelin tarina ja lähtökohdat ovat tiiviissä yhteydessä pelin lajityyppiin. Pelaajatyyppejä voi erotella heidän lajityyppituntemuksensa mukaan; kovan luokan pelaaja tuskin mieltää Facebookissa pelaavaa amerikkalaista tai töölöläistä perheenäitiä samaan luokkaan itsensä kanssa – eikä välttämättä kasuaalipelaaja itsekään (Niipola 2012, 196). Yksinäisen nörtin stereotypia on kuitenkin jo vanhentunut (Niipola 2012, 195). Jussi Ahlroth sanoi verratessaan Angry Birds taloudellista ilmiötä kulttuurilliseen, että vastoin isoja ja immersivisiä pelikokemuksia Angry Birds vei pelaamista kaksikymmentä vuotta taaksepäin (Niipola 2012, 185). Pelien eri lajityyppejä on niin paljon, että paljon pelaavien peliharrastajienkin välillä on todennäköisesti eroja lajityyppien tuntemisessa, mikä näkyy myös peliharrastajan pelivalinnoissa.

4.3 Luokittelu kyselylomaketta varten

Peliharrastajille voi täten muotoilla kysymykset, joista saatujen vastausten perusteella heitä voi luokitella eri pelaajatyyppeihin. Jokaiselle mitattavalle ominaisuudelle on kolme vahvuutta ja lisäksi mahdollisia extravaihtoehtoja, jotka tuovat lisätietoa vastataan niihin kyllä tai ei.

Jotta kyselyn tulokset olisivat jokseenkin verrattavissa Pelaajabarometriin, vaaditaan vastaajilta vain aktiivisen pelaajan tunnusmerkkien täyttämistä. Satunnaisotannassa tämä todennäköisesti lisäisi vähemmän tai ainakin vähemmän tosissaan pelaavien vastauksia. Vaihtoehtoisesti kyselyn kohdistaminen vain peliharrastajina itseään pitävälle rajoittaisi vastaajien määrää kevyin perustein. Pelaajabarometrin kysymykset lajityypeistä luultavasti aktivoivat vastaajia ilmoittamaan aktiivista pelaamistaan enemmän kuin aiemmin (Mäyrä, ym. 2016, 42). Samaan tapaan on mahdollista, että aktiivisten pelaajien ja peliharrastajiksi itsensä mieltävien pelaajatyypeissä on yhtäläisyyksiä ja variaatioita.

4.3.1 Peli aika

Kuinka paljon pelaamisen parissa käyttää aikaa. Kysymys ei tarkoita vain peliohjain kädessä vietettyä aikaa vaan myös pelistriimien ja erilaisten pelivideoiden katsomista

niiden viihdearvon takia. Trailerit, uutis- ja ohjevideot eivät sisälly tähän, vaan niitä katsotaan tietosisältönsä vuoksi.

Twitchin.tv:n kaltaiset suoratoistopalvelut sekä pelivideot esimerkiksi YouTubesta ovat nousseet 2010-luvulla suureen suosioon. YouTuben suosituimpiin kanaviin kuuluu useita peliaiheisia kanavia (VidStatsX – YouTube Top 100 Most Subscribed Channels List). Materiaalia löytyy melkein kaikista peleistä ja pelimateriaalia on hyvin monenlaista. Internetistä katsottavilla Let's Play -pelivideoilla saattaa hyvinkin korvata koko pelikokemuksen, mikä voi johtaa ostopäätöksen perumiseen (Extra Credits – In Defense of Short Games), mutta tällaista peliharrastusta ei silti voi sulkea kokonaan pois. Twitchin suosituimmat pelilähetykset ovat esportsiaiheisia eli ammattilaispelaamiseen liittyviä, useimmiten turnauslähetyksiä. Tunnetuimpien esportsipelien kuten League of Legendsin ja Counter-Strike: Global Offensiven lähetyksiä seuraa jopa satoja tuhansia ihmisiä kerralla (Socialblade – Top 10 Twitch Users by Followers).

- Satunnaispelaaja pelaa satunnaisesti. Pelaaminen on vain yksi tapa viettää aikaa muiden joukossa. Satunnaispelaajalle on hyvin tärkeää, että pelin saa käyntiin nopesti ja helposti, jotta pelaaminen nousee muiden viihtymistapojen rinnalle.
- Aktiivipelaaja pelaa useammin. Aikaa käytetään tiedostetusti juurikin pelaamiseen. Uusia pelikokemuksia haetaan ja vanhoja vaalitaan.
- Himopelaajalle pelit ovat pääasiallinen ja tärkein tapa viettää aikaa.

Lisävalinta 1: Pelien sosiaalinen puoli on tiiviisti läsnä arkielämässä. Sosiaaliset verkot ja yhteisöt edistävät sisällön katsomista ja luomista sekä mahdollistavat jakamisen, viestimisen ja vaihtamisen (Newzoo 2016, 6). Pelaaja päättää itse millä tavoin käyttää näitä ominaisuuksia.

4.3.2 Pelaamisen taito

Tämä ei tarkoita yhden pelin parissa harjoiteltua pelitaitoa vaan yleistä osaamista ja oppimishopeutta liittyen käsillä olevan pelin mekaniikkaan ja lainalaisuuksiin. Tässä

yhteydessä on tiedostettava flow-tilan vaikutus pelaajan motivaatioon oppia peliä ja edetä siinä. Flow-tilassa pelaaja toimii tiedostettujen hyötyjen ja tarpeiden ulkopuolella tyydyttäen sisäistä motivaatiotaan välittömästi (Schaffer 2013, 4).

Flow-tilan pääpiirteet ovat:

- 1) selkeät tavoitteet
- 2) välitön palaute
- 3) tasapaino taidon ja haasteen välillä
- 4) syvä keskittyminen
- 5) ei tiedosta häiriötekijöitä; nykyhetki on tärkein
- 6) vahva tunne tilanteen hallitsemisesta
- 7) ajantajun vääristyminen
- 8) ei egoa; itsetietoisuus häviää (Csikszentmihalyi 2007, 54)

Kolmas kohta ratkaisee flow-tilan keston. Liian korkea haaste johtaa turhautumiseen ja liian matala tylsistymiseen. Täten peliharrastajien pelitaitoa voidaan luokitella flow-tilan perusteella. Kovatasoinen pelaaja tarvitsee erilaisen haasteen peliltä pitääkseen flow-tilan yllä, kun taas noviisipelaajalle riittää helpompi peli. Usein pelien erilaiset vaikeustasot määrittävät tämän niin sanotun flow-alueen eritasoisille pelaajille (Harvest Strategy 2015, 46).

Erilaisia videopelejä on valtavasti ja myös niiden käyttöliittymissä on usein suuria eroja. Pelaamalla esimerkiksi yksinkertaisia kasuaalipelejä – hyvin paljonkin – ei välttämättä tule taitavammaksi pelaajaksi kovin yleisellä tasolla, kun taas hyvin monimutkaisen pelin hallitsevalle on kehittynyt kyky oppia lukuisat eri videopelit ja käyttöliittymät nopeasti (Vuorela 2009, 84). Kaikilla peleillä on oppimiskaarensa, ja taitopelaaja jolla on laaja-alainen kokemus eri peleistä voi soveltaa aiemmin oppimaansa uusiin peleihin, mikä on omiaan vähentämään pelin hallitsemiseen kuluva-aikaa.

- Alokaspelaaja osaa pelata pelejä ohjeiden kanssa.

- Kasuaalipelaaja ymmärtää useimmat pelit vaistomaisesti ja osaa kehittyä pelaajana.
- Metapelaaja (meta = ”most efficient tactic” eli suomeksi ”tehokkain taktiikka”) ymmärtää useimmat pelit vaistomaisesti, haluaa soveltaa pelin sääntöjä ja venyttää pelin asettamat rajat äärimilleen. Pelin tarjotessa uusia etenemistapoja metapelaaja omaksuu nopeasti käyttöönsä niistä hyödyllisimmät.

Lisävalinta 1: Halu olla pelaamisen ehdotonta kärkeä, mikä useimmiten vaatii kokonaisvaltaista uppoutumista kyseiseen peliin. Tämä tulee parhaiten esille kilpailullisissa moninpeleissä, mutta myös piste-ennätykset voivat vaatia äärimmäisen korkeatasoisen pelaajan ja tämän omistautumista peliinsä.

4.3.3 Ajankäyttö peliharrastukseen

Tarkoituksena selvittää peliharrastajan ajankäyttöä peliharrastukseen itse pelaamisen tai sen seuraamisen ulkopuolella. Tähän kuuluu uutisten seuraaminen, lisätiedon haaliminen, trailerien ja pelikulttuuritapahtumien katselu sekä peliarvostelujen lukeminen ja katsominen lehdistä tai internetistä. Vaikka pelaaminen ajanviettona on yleistä, erottaa kiinnostus pelaamiseen peliharrastajat muista pelaajista, sillä vain 55% videopelaajista ilmoittaa olevansa kiinnostunut pelaamisesta (ISFE Consumer Study 2012, 17).

Videopelaamisesta on tullut valtavirran viihdettä, minkä takia pelien julkaisijat ja markkinoijat tuottavat valtavirralle suunnattua materiaalia enemmän kuin koskaan. Tietotekniikan myötä kynnys kerätä tietoa tapahtumista ja uutisista on madaltunut ja valistuneelta kuluttajalta odotetaan entistä laajempaa pohjatietoa. Ero omistautuneimpien peliharrastajien, valtavirran pelaajien ja aloittelijoiden välille on silti edelleen vedettävissä, sillä osa julkaisuista edelleen suunnataan kokeneille harrastajille.

- Itsenäinen pelaaja saattaa hakea tarvittavaa tietoa internetistä ja selvittää asioita tutuiltaan.

- Harjaantunut pelaaja hakee tiedon aina kun jotain jää epäselväksi ja seuraa uutisia lempipeleistään tai lajityypeistään.
- Valistunut pelaaja hakee tiedon ja mielipiteet vertaamista varten ja seuraa pelimaailman tapahtumia.

Lisävalinta 1: Haluaa vaikuttaa peleistä käytävään keskusteluun laajemmalla tasolla. Peliharrastajan aktiivisuutta kommentoida pelimaailman asioita lähimpiirinsä ulkopuolella esimerkiksi verkkofoorumeilla tai sosiaalisessa mediassa voi todennäköisesti käyttää luokittelevana ominaisuutena.

4.3.4 Pelit ja pelien lajityypit

Kyseessä on eri lajityyppeihin kohdistuvat, aikaisempiin kokemuksiin perustuvat oikeat oletukset sekä tiettyjen ominaisuuksien liittäminen tiettyihin peleihin. Vastaaja esimerkiksi tietää, että Call of Duty on ammuskelupelisarja tai Angry Birds värikäs ja yleensä mobiililaitteilla pelattava peli. Pelattavat pelit valikoituvat näiden pohjatietojen perusteella.

Erilaisilta peliharrastajilta on syytä olettaa erilaista pelaamisen ja pelialan yleistä tuntemusta. Kaikki perustieto on saatavilla lähes jokaiselle ja suurin osa pelien lajityypeistä on kenen tahansa kokeiltavissa, mutta yksilötasolla kiinnostus on vaihtelevaa. Eri lajityyppinä on paljon ja tiedot näiden ominaisuuksista, eroista ja päällekkäisyyksistä vaikuttavat harrastajan pelivalintoihin.

- Keskittynyt pelaaja tuntee pelaamansa pelit hyvin ja niiden edustamat lajityypit pinnallisesti. Valitsee pelinsä ulkoisten syiden perusteella kuten toisen pelaajan suosituksesta.
- Ydinpelaaja tuntee pelaamansa pelit ja niiden edustamat lajityypit hyvin. Hän valitsee pelaamansa pelit lajityyppien perusteella ja on valmis kokeilemaan uutta.

- Hardcorepelaaja tuntee pelaamansa pelit ja niiden edustamat lajityypit hyvin. Hän valitsee pelaamansa pelit koko peliteollisuudesta keräämänsä kokemuksen perusteella, joka ylittää lajityyppien rajat.

Lisävalinta 1: Tuntee peliteollisuuden trendit, julkaisijat ja kehittäjät hyvin vahvalta kokemuspohjalta. Tällä vaihtoehdolla peliharrastaja voi ilmaista olevansa kuluttajana valistunut vielä hardcorepelaajaa selkeämmin. Vahvasta kokemuspohjasta seuraa intuitio pelivalintoja tehdessä.

Lisävalinta 2: Pelin kerronnallinen lajityyppi – kuten sci-fi tai fantasia – vaikuttaa voimakkaasti valintaan pelata sitä. Tarinavetoisissa peleissä kerronnallisella lajityypillä on suuri rooli, mutta tarkoitus ei ole selvittää peliharrastajien makua niiden suhteen. Tämä lisävalinta sitoutuu kerronnalliseen immersioon eikä juurikaan pelaamiseen itseensä, sillä pelin lajityyppi on sen kerronnallisesta lajityypistä irrallaan (Adams 2009).

4.4 Pelaajatyypiesimerkit kyselyn avulla

Kyselyn (Liite 1, englanniksi Liite 2) pohjalta voidaan ehdottaa pelaajatyyppejä kerättyjen vastausten perusteella. Vastaukset kerättiin juurikin esimerkeiksi, joista voi muodostaa pelaajatyyppejä, jotka hypoteettisesti voisivat omalta osaltaan edustaa myös laajaa vastaajien joukkoa.

Esimerkeiksi kerättiin 20 vastausta The Escapist nimisen pelaamiseen ja pelikulttuuriin keskittyvän (The Escapist – About The Escapist) verkkojulkaisun foorumilta. Vastaukset ovat noin kahden viikon ajalta marraskuussa 2016. Vastausten joukko ei ole tilastollisesti merkittävä, sillä otanta on pieni, eikä se voikaan edustaa muuta kuin The Escapistin foorumien varsin pientä ja keskittynyttä käyttäjäkuntaa, josta selvästi aktiivisin osa koostuu vanhoista vakiokäyttäjistä. Kuitenkin laadullisesti tarkasteltuna voi tuloksista ottaa esille pelaajatyyppejä, joita kyselyn avulla voi muodostaa.

Seuraavat esimerkit perustuvat yhteen tai useampaan näistä kahdestakymmenestä vastaajasta, olettaen että kyselyyn vastattiin parhaansa mukaan. Laajempi otanta pelifoorumien ulkopuolelta tuottaisi todennäköisesti vastauksia, jotka eivät sopisi näihin esimerkkeihin. Lisäksi se tarjoaisi mahdollisuuden analysoida tilastollisesti yksittäisten kysymysten vastausjoukkoa, mihin 20 vastausta ei riitä.

4.4.1 Itsetietoinen peliharrastaja

Itsetietoinen peliharrastaja on satunnaispelaaja, metapelaaja, itsenäinen pelaaja ja hardcorepelaaja, jolla kerronnallinen lajityyppi vaikuttaa pelivalintaan. Itsetietoinen pelaaja selvästi arvostaa pelaamista ja sen asettamia haasteita, mutta hän pitää pelaamisen rajattuna ja hyvin harkittuna toimintana, jonka ylivoimaisesti tärkein tarkoitus pysyy pelin ja sille varatun ajan sisäpuolella. Tiedot peleistä ja lajityypeistä on kerätty ensi kädessä pelaamalla.

Itsetietoisella peliharrastajalla, joka haluaa nimensä pistetilastojen kärkeen, on kova kilpailuvietti sen lisäksi, että hän nauttii pelien haasteista ja arvostaa strategista immersiota. Tällöin kyseessä on peliajan suhteen vähintään aktiivipelaaja.

4.4.2 Keskitien peliharrastaja

Keskitien peliharrastaja kokee vastausvaihtoehdoista keskimmäisen kuvaavan häntä parhaiten. Hän on siis aktiivipelaaja, kasuaalipelaaja, harjaantunut pelaaja ja ydinpelaaja, jolle tarinallinen lajityyppi vaikuttaa pelivalintaan. Keskitien pelaaja saattaa toisinaan uppoutua syvällekin pelaamiseen ja pelikulttuuriin, mutta hänelle pelaamisessa on kyse hauskanpidosta ja mukavista pelikokemuksista, joita esimerkiksi hyvin haastavan pelin pelaaminen mahdollisesti häiritsee.

4.4.3 Kypsä peliharrastaja

Kypsä peliharrastaja on satunnaispelaaja, kasuaalipelaaja, itsenäinen pelaaja ja ydinpelaaja, jolla on pitkä kokemus pelimaailmasta eikä tarinallinen lajityyppi vaikuta hänen pelivalintoihinsa. Kypsälle peliharrastajalle pelaamisesta on tullut tapa kokeilla uutta, ja hänelle parhaat pelikokemukset valikoituvat luonnollisesti. Hän ei siedä häiritseviä tekijöitä pelien suunnittelussa strategisen ja taktisen immersion osalta mutta kerronnallinen immersio pysyy helposti.

Mikäli kypsällä peliharrastajalla on enemmän aikaa käytettävissään saattaa hän kuulua todennäköisemmin aktiivipelaajiin satunnaispelaajan sijaan.

4.4.4 Peliharrastuksen veteraani

Veteraanipelaaja on vähintäänkin aktiivipelaaja, metapelaaja, harjaantunut pelaaja ja hardcorepelaaja, joka ei pidä kerronnallista lajityyppiä tärkeänä. Hänelle on karttunut laaja-alaista kokemusta pelimaailmasta jo pitkään. Veteraanipelaajalle on kehittynyt monipuolinen pelimaku ja hän pitää peliharrastustaan tärkeänä. Peleissä tärkeintä on löytää urauurtavia pelikokemuksia, mutta paremman puutteessa veteraanipelaaja palaa vanhaan tai valitsee pettymyksestä huolimatta mieluisimman vaihtoehdon.

Veteraanipelaajan tottumuksissa on huomioitava, että hän osaa erotella pelikokemukset toisistaan pelien osa-alueiden vahvuuksien perusteella ja tekee näin tietoisesti. Flow-tilan käsittävä alue pelin vaativuudessa voi muuttua pelikohtaisesti.

4.4.5 Yhteisöllinen peliharrastaja

Yhteisölliselle peliharrastajalle ominaista on joko pelien sosiaalisen puolen pitäminen hyvin tärkeänä, julkinen keskustelu pelaamisesta tai molemmat. Tämä aktiivisuus puoltaa

valistunutta pelaamista ja hardcorepelaamista sekä mahdollisesti myös himopelaamista. Tälle pelaajatyypille pelien ja pelialustojen sosiaaliset ominaisuudet ja sovellukset ovat aina toivottuja ja hän käyttää niitä aktiivisesti. Hän suosii moninpelejä muttei sulje yksinpelejä pois etenkin nykyään, kun suoratoisto- ja videopalvelut ovat kaikkien vaivattomassa käytössä.

4.5 Huomioita

Koska esimerkkivastaukset ovat videopelaamiseen keskittyvän foorumin jäseniltä, ne ovat todennäköisesti hyvin kokeneelta harrastuspohjalta, mikä näkyy myös pelaajatyypiesimerkeissä. Vastausvaihtoehtojen suppean määrän takia saadaan vastaajia luokiteltua eri pelaajatyyppeihin hyvin selkeästi. Jos heiltä kysyttäisiin, mihin pelaajatyyppeihin he tuntevat kuuluvansa tai vapaamuotoisesti minkä tyypisiä pelaajia he ovat, tulisi luokittelusta moninaisempaa, sillä kaikki eivät tuntisi kuuluvansa vain yhteen pelaajatyyppeihin, eikä joku välttämättä tuntisi kuuluvansa niistä yhteenkään.

Kyselyssä voi olla kehittämistä pelitaito-kohdan vaihtoehtoissa, sillä peliharrastajat tuskin arvioivat itseään alokaspelaajiksi, vaikka heistä osa on varmasti aloittelijoita. Tosin voi olla, että ei-digitaalisen pelaamisen taidot – muuta tietoteknistä osaamista unohtamatta – auttavat videopelaamisessakin tarpeeksi, jotta alokaspelaajia ei peliharrastajien joukossa ole. Jos kyselyllä mitataan suurempaa joukkoa, johon kuuluu myös aktiivisia pelaajia (Pelaajabarometrin kriteerillä eli vähintään kerran kuukaudessa), tulisi vastauksista esille todennäköisesti alokaspelaajiakin. Tässä lähestymistavassa ongelmaksi voisi muodostua liian pieni määrä peliharrastajien vastauksia, ellei koko vastaajien joukko ole hyvin iso.

5 TULEVA PELIHARRASTAJA

5.1 Vallitsevat trendit

Sosiaalisen pelaamisen kasvulle etenkin mobiilissa ei ole toistaiseksi näkyvissä loppua (Facebook, Inc. 2016). Tämä on tuonut pelaajiksi entistä enemmän keski-ikäisiä ja sitä vanhempia, mutta käytännössä vain pulmapeleihin (Mäyrä, ym. 2016, 28). Voi olla, ettei tämä kohderyhmä koskaan laajenna harrastustaan muunlaisiin peleihin. Pelaajabarometrien perusteella jo vuosien ajan suurin osa lapsista ja nuorista on pelannut ainakin jonkin verran digipelejä (Mäyrä, ym. 2016, 27, Mäyrä & Ermi 2014, 39, Karvinen & Mäyrä 2011, 35) ja kun aika kuluu, lapsista kasvaa varttuneempia pelaajia, mutta heillä on lapsena pelaamiselle saatu pohja samalla kun uusi sukupolvi tutustuu peleihin. Luonnollisesti myös pelaavien vanhempien määrä on kasvussa sekä aloittelevina että varttuneina pelaajina.

Internetin pelivideoista on tullut suosittua ajanvietettä etenkin nuorten miesten keskuudessa (Blattberg 2015). YouTube on omalta osaltaan tuonut peliharrastuksen kaikkien ulottuville ilman itse pelaamista ja pelaamiseen tarvittavaa rahallista panostusta. Vaikutuksia voi arvailla kahteen suuntaan: pelivideot kannustavat kokemaan pelit itse tai sitten pelkkä katsominen riittää ja peli jää hankkimatta (Extra Credits – In Defense of Short Games). Esports on viime vuosina kasvattanut suosiotaan jo sille tasolle, että perinteisen urheilun viestimet ovat alkaneet panostaa sen näkyvyyteen sekä sijoittaa lähetyksiin (Newzoo 2016, 6).

Virtuaalitodellisuuden eli vr (lyhenne sanoista virtual reality) taloudellinen merkitys tulee vielä lähitulevaisuudessa olemaan pieni (Newzoo 2016, 6), mutta aktiivisimmista pelaajista yli puolet ovat valmiita siirtymään ainakin osaksi vr-peleihin (ESA, 7). Vr-pelaamista hankaloittaa toistaiseksi sen melko korkeat hankintakustannukset, sillä pelikäyttöön soveltuvat laitteet maksavat Suomessa jopa (HTC Vive ja yhteensopiva tietokone) lähes kaksituhatta euroa tai edullisimmillaan (PlayStation VR) noin kahdeksansataa (Pänkäläinen 2016).

5.2 Uhat

Ville Vuorelan mukaan (2009, 48) PC-pelaamisessa piratismia eli pelien laitonta kopiointia vastaan taisteleminen on johtanut kuluttajan kannalta epäkäytännöllisiin ratkaisuihin, kun pelit on kopiosuojattava. Suojauksen hankaluuden takia laitton tuote saattaa joskus olla laillista palvelua parempi, mutta tekijänoikeuksista piittaamattomuus lienee silti piratismiin yleisin motiivi. Tämä johtaa peliharrastuksen kannalta epämiellyttäviin ansaintamalleihin ja konsolipainotteisuuteen.

Pelien mainonnassa käytetään epäaitoa materiaalia niin paljon, että valistuneen kuluttajan oletetaan olevan mainosten suhteen epäuskoinen (Weidman 2016) lupauksista ja mainosten näennäisestä autenttisuudesta riippumatta. Täten julkaisijoiden ei tarvitse täyttää markkinoinnissa antamiaan lupauksia, vaikka nämä koskisivat suoraan valmiin pelin ominaisuuksia esimerkiksi pelidemonstraatioissa.

Verkkomoninpeleissä tapahtuva häirintä saattaa lannistaa uusia pelaajia, etenkin naisia, jotka saattavat joutua seksuaalisten ja seksististen kommenttien kohteiksi. Tämä on omiaan vähentämään pelaamista, ellei peliä ylläpitävä taho tehosta pyrkimyksiään häirinnän vähentämiseksi (Cox & Yen Tang 2016).

Molempia sukupuolia tasapuolisesti kiinnostavan pelin luominen on haasteellista. Tytöt ja pojat näyttäisivät pitävän erilaisista peleistä – ainoa molempia sukupuolia miellyttävä pelityyppi oli tasohyppelypelit (Kankaanranta ym. 2004, 41). Pelaajabarometrissa se näkyy selkeänä pelimieltymysten sukupuolittumisena (Mäyrä ym. 2016, 4). Tämä saattaa tulevaisuudessa jarruttaa esimerkiksi esportsin kasvua, jolla on välillinen yhteys peliharrastamiseen (Newzoo 2016, 7).

6 POHDINTA

Pelaajabarometrin suunta suomalaisten pelitottumusten selvittämisessä on hyvä: ”Saadut tulokset piirtävätkin aiempaa monimuotoisemman ja yksityiskohtaisemman kuvan pelaamisen sisällöistä ja peliharrastuksen muodoista.” (Mäyrä ym. 2016, 2).

Peliharrastajan näkökulma on tärkeä, koska videopelaamisen maailma kokonaisuutena on valtavirran tiedotusvälineitä seuraavalle suurimmaksi osaksi tuntematon. Asiaan perehtymättömälle voi kuulostaa oudolta, että toista peliä pelataan tosissaan ja toiseen ei hardcorepelaaja edes koske. Mediassa videopelialaa hehkutetaan voitokkaana liiketoimintana, mutta mikromaksut saattavat kasvattaa jättimäisiä luottokorttivelkoja, jos pelaaja sitä tahtoo tai hänen malttinsa pettää. Juuri näistä niin sanotuista valaista mikromaksupelit keräävät muhkeat voittonsa (Shaul 2016) ja peliharrastajien ivan.

Mobiilialustojen sovelluskaupoista saa pelejä 0 – 10 euron kappalehintaan samalla kun uutuuspeli konsoleille ja pc:lle maksaa neljästäkymmenestä jopa sataan euroon. Näin ollen mobiilipeleihin ei edes kannata panostaa liikaa, sillä ne eivät mene kalliilla kaupaksi, mikä taas johtaa pelien suuntaamisen peliharrastajien ulkopuolelle. Mobiilipelien yleisö on ennen näkemättömän laaja, ja niitä saatetaan pelata paljonkin, mutta peliharrastajalle ne ovat parhaassa tapauksessa ponnahduslauta pelimaailman ensiaskelien ottajille – heidän iästään riippumatta.

Media valitsee esittääkseen sille itselleen sopivat tilastot. Kun kerrotaan, että melkein puolet pelaajista on naisia ja ihmetellään pelimaailman miesvaltaisuutta (Tyttö 2016), unohdetaan kulutuksen painottuvan kohti nuoria miehiä. Kaikkein selvimmin tämä näkyy YouTuben katsojatilastoissa (Blattberg 2015): urheilu- ja pelivideoiden katsojista noin 90% on miespuolisia. Kun tämä tilasto yhdistetään videopelaamisesta kiinnostuneiden määrään, joka on 55% pelaajista ja 31% kaikista internetiä käyttävistä (ISFE Consumer Study 2012, 17), saadaan todennäköisiksi peliharrastajiksi hyvin miesvaltainen joukko.

Peliharrastajien tasoittuminen iän mukaan lienee epätodennäköistä jo pelkästään peliharrastamisen aikavaatimusten takia – nuorilla riittää aikaa pelaamiseen jatkossakin. Sukupuolen suhteen on jo huomattu, että nykypäivän pelikulttuuri on pojille vastustamattoman houkutteleva ja peliharrastus alkaakin heillä helposti. Älylaitteilla

pelattavien pelien kanssa kasvaneiden nuorten pelitottumukset pitkällä aikavälillä selviävät ajan myötä ja vielä myöhemmin sama juttu vr-sovellusten kanssa. Tähän kuuluu vielä viidestä kymmeneen vuotta.

LÄHTEET

Aalto, I. 2016. Ihana keskiaika. Haastattelu lehtiartikkelissa. Fokus Media Finland Oy – Pelit-lehti 10/2016.

Adams, E. 2009. The Designer's Notebook: Sorting Out the Genre Muddle. Gamasutra – 9.7.2016. Luettu: 2.12.2016. http://www.gamasutra.com/view/feature/4074/the_designers_notebook_sorting_.php

Adams, E. 2004. Postmodernism and the Three Types of Immersion. Luettu 16.11.2016 http://designersnotebook.com/Columns/063_Postmodernism/063_postmodernism.htm

Blattberg, E. 2015. The demographics of YouTube, in 5 charts. Luettu: 16.11.2016. Digiday UK. <http://digiday.com/platforms/demographics-youtube-5-charts/>

Boccher, M. 2015. Xbox One exclusive Quantum Break release date announced. Gamezone: 4.8.2015. Luettu: 22.11.2016. <http://www.gamezone.com/news/xbox-one-exclusive-quantum-break-release-date-announced-3422657>

Cox, J & Yen Tang, W. 2016. Women's experiences with general and sexual harassment in online video games: Rumination, organizational responsiveness, withdrawal, and coping strategies. SAGE Publications. Yhdysvallat: The Ohio State University. <http://nms.sagepub.com/content/early/2016/03/04/1461444816635778.abstract>

Csikszentmihalyi, M. 2007. Hyvä bisnes: Johtaminen, flow ja tarkoituksen luominen. Tallinna: Raamatutrükikoda.

Entertainment Software Association (ESA). 2016. Essential facts about the computer and video game industry. Kuluttajatutkimusraportti. Luettu 10.11.2016. <http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2016/04/Essential-Facts-2016.pdf>

Extra Credits. In Defense of Short Games. Podcast-video. YouTube – 11.5.2016. Katso: 24.11.2016. <https://www.youtube.com/watch?v=zpp6spOs2EU>

Facebook, Inc. 2016. Facebook Reports Second Quarter 2016 Results. Luettu 31.10.2016 <https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2016/Facebook-Reports-Second-Quarter-2016-Results/default.aspx>

GameTrack (ISFE/Ipsos Connect). 2016. European summary data 2016 Q1. Kuluttajatutkimusraportti. Luettu 31.10.2016 http://www.isfe.eu/sites/isfe.eu/files/attachments/gametrack_european_summary_data_2016_q1.pdf

Harvest Strategy. 2015. A New Industry's Profile Digital + Social + Game = Digisogame. Raportti. Luettu: 17.11.2016. <https://www.dropbox.com/s/9mlzxcxxke2gjqd/ISGA%20Research%20A%20New%20Industry%20Profile%20Digital%20%2B%20Social%20%2B%20Game%20%3D%20Di%20C4%20A3sogame.pdf>

Housemarque Inc. 2016. Company – Kickin Ass and Taking Names. Luettu: 22.11.2016. <http://www.housemarque.com/company/introduction/>

- Iltalehti. 2016. Vuoden 2015 verotiedot – Suomean suurimmat ansiotulot. Luettu: 22.11.2016. <http://www.iltalehti.fi/verot-2016/tiedot/top-ansiotulot.shtml>
- International Social Games Association (ISGA). About Social Games. Luettu 8.11.2016. <http://www.i-sga.org/about-social-games/>
- Ipsos MediaCT. 2012. Videogames in Europe: 2012 Consumer Study. Kuluttajatutkimusraportti. Luettu 31.10.2016 http://www.isfe.eu/sites/isfe.eu/files/attachments/euro_summary_-_isfe_consumer_study.pdf
- Kankaanranta, M, Neittaanmäki, P & Häkkinen, P. 2004. Digitaalisten pelien maailmoja. Artikkelikokoelma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Karvinen, J & Mäyrä, F. 2011. Pelaajabarometri 2011: Pelaamisen muutos. TRIM Research Reports 6. Tampere: Tampereen yliopisto. <https://tampub.uta.fi/handle/10024/65502>
- Koistinen, O. 2013. Näin syntyi suomalainen peliteollisuus. Kuukausiliite, Helsingin Sanomat: 9.11.2013. Luettu 15.4.2015. <http://www.hs.fi/kuukausiliite/a1383794792944>
- Lappalainen, E. 2015. Pelien valtakunta – Miten suomalaiset peliyhtiöt valloittivat maailman. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Mäyrä, F., Karvinen, J. & Ermi, L. 2016. Pelaajabarometri 2015: Lajityyppien suosio. TRIM Research Reports 21. Tampere: Tampereen yliopisto. <http://tampub.uta.fi/handle/10024/99003>
- Mäyrä, F. & Ermi, L. 2014. Pelaajabarometri 2013: Mobiilipelaamisen nousu. TRIM Research Reports 11. Tampere: Tampereen yliopisto. <https://tampub.uta.fi/handle/10024/95150>
- Neogames. 2016. Tietoa toimialasta. Luettu: 22.11.2016. <http://www.neogames.fi/tietoa-toimialasta/>
- Newzoo. 2016. 2016 Global Games Market Report. Luettu: 22.11.2016. <http://resources.newzoo.com/global-games-market-report>
- Niipola, J. 2012. Pelisukupolvi. Haastattelukokoelma. Helsinki: Werner Söderström Corporation.
- Paysafe Group Plc. Maksa peleissä paysafecardilla. Luettu 25.11.2016. <https://www.paysafecard.com/fi-fi/kaeyttoa/pelit/>
- Pänkäläinen, T. 2016. Virtuaalilasti – esittelyssä 6 parasta mallia! Virtuaalimaailma.fi – 31.8.2016. Luettu: 28.11.2016. <http://www.virtuaalimaailma.fi/virtuaalilasit/>
- Rajala, A. 2016. HIFK ja Jimm's PC Store perustivat esports-joukkueen. Verkkouutinen. Luettu: 21.11.2016. Gamereactor. <http://www.gamereactor.fi/uutiset/371933/HIFK+ja+Jimms+PC+Store+perustivat+esports-joukkueen/>

Schaffer, O. 2013. Crafting Fun User Experiences: A Method to Facilitate Flow. Human Factors International. Luettu: 23.11.2016. <http://info.humanfactors.com/acton/attachment/4167/4167:f-00c8/1/%7B%7BEnv.MsgId%7D%7D/Bdc4167:f-00c8/%7B%7BEnv.SrcId%7D%7D/%7B%7BEnv.RecId%7D%7D/>

Shaul, B. 2016. Infographic: 'Whales' Account for 70% of In-App Purchase Revenue. SocialTimes – 1.3.2016. Luettu: 29.11.2016. <http://www.adweek.com/socialtimes/infographic-whales-account-for-70-of-in-app-purchase-revenue/635073>

Vuorela, V. 2009. Elämäpelejä: Pelintekijän maailmat. Latvia: Inprint.

Socialblade. Top 10 Twitch Users by Followers. Tilasto. Luettu: 24.11.2016. <https://socialblade.com/twitch/top/10/followers>

Supercell. 2016. Luettu: 21.11.2016. <http://supercell.com/en/games/clashofclans/> ja <http://supercell.com/en/games/clashroyale/>

Takahashi, D. 2016. With just 3 games, Supercell made \$924M in profits on \$2.3B in revenue in 2015. Venturebeat: 9.3.2016. Luettu 22.11.2016. <http://venturebeat.com/2016/03/09/with-just-3-games-supercell-made-924m-in-profits-on-2-3b-in-revenue-in-2015/>

The Escapist. About The Escapist. Luettu: 25.11.2016. <http://www.escapistmagazine.com/content/about>

Typpö, J. 2016. Seksismi ja naisviha riivaavat jatkuvasti kasvavaa e-urheilua, ja Miisa Nuorgam haluaa että asiaan puututaan vihdoin. Luettu. 28.11.2016. <http://www.hs.fi/nyt/art-2000004884626.html>

VidStatsX. YouTube Top 100 Most Subscribed Channels List. Luettu: 23.11.2016. <https://vidstatsx.com/youtube-top-100-most-subscribed-channels>

Volk, Pete. 2016. League of Legends now boasts over 100 million monthly active players worldwide. Verkkouutinen. Luettu 17.11.2016. <http://www.rifthermal.com/2016/9/13/12865314/monthly-lol-players-2016-active-worldwide>

Weidman, G. Are Bullshots Illegal? Podcast-video. YouTube – 14.10.2016. Katsottu 18.11.2016. <https://www.youtube.com/watch?v=wPQr4NoRsbQ>

LIITTEET**1 (3)****Liite 1. Kysely digitaalisten pelien pelaajatyypeistä**

Kyselyllä kerätään tietoa digitaalisten viihdepelien pelaajatyypeistä. Vastaajan on pelattava digitaalisia viihdepelejä eli videopelejä vähintään kerran kuukaudessa. Jos ehto ei täyty, älä vastaa. Kyselyssä valitset mielestäsi sinua parhaiten kuvaavan vaihtoehdon ja mikäli tunnet myös lisävaihtoehdon koskevan sinua, valitse myös se.

1) Kuinka paljon pelaamisen parissa käytät aikaa. Kysymys ei tarkoita vain peliohjain kädessä vietettyä aikaa vaan myös pelistriimien ja erilaisten pelivideoiden katsomista niiden viihdearvon takia. Trailerit, uutis- ja ohjevideot eivät sisälly tähän.

1. Pelaaminen on vain yksi tapa viettää aikaa muiden joukossa. On hyvin tärkeää, että pelin saa käyntiin nopeasti ja helposti, jotta pelaaminen nousee muiden viihtymistapojen rinnalle.
2. Vietät aikaa tiedostetusti juurikin pelatessa. Haet uusia pelikokemuksia ja vaalit vanhoja.
3. Pelit ovat sinulle pääasiallinen ja tärkein tapa viettää aikaa.

1.1) Extra: Pelien sosiaalinen puoli on tiiviisti läsnä arkielämässäsi.

- Kyllä.
- Ei.

2) Pelaamisen taito. Tämä ei tarkoita yhden pelin parissa harjoiteltua pelitaitoa vaan yleistä osaamista ja oppimismenopeutta liittyen käsillä olevan pelin mekaniikkaan ja lainalaisuuksiin.

1. Osaat pelata pelejä ohjeiden kanssa.
2. Ymmärrät useimmat pelit vaistomaisesti ja osaat kehittyä pelaajana.
3. Ymmärrät useimmat pelit vaistomaisesti, haluat soveltaa pelin sääntöjä ja venyttää pelin asettamat rajat äärimmilleen. Pelin tarjotessa uusia etenemistapoja omaksut nopeasti käyttöösi niistä hyödyllisimmät.

2 (3)

2.1) Extra: Haluat olla pelaamisen ehdotonta kärkeä, mikä useimmiten vaatii kokonaisvaltaista uppoutumista kyseiseen peliin.

- Kyllä.
- Ei.

3) Ajankäyttö peliharrastukseen itse pelaamisen tai sen seuraamisen ulkopuolella. Tähän kuuluu uutisten seuraaminen, lisätiedon haaliminen, trailerien ja pelikulttuuritapahtumien katselu sekä peliarvostelujen lukeminen ja katsominen lehdistä tai internetistä.

1. Saat hakea tarvittavaa tietoa internetistä ja selvittää asioita kavereilta tai muilta tutuilta.
2. Haet tiedon aina kun jotain jää epäselväksi ja seuraat uutisia lempipeleistäsi tai lajityypeistäsi.
3. Haet tiedon ja mielipiteet vertaamista varten ja seuraat pelimaailman tapahtumia.

3.1) Extra: Haluat vaikuttaa peleistä käytävään keskusteluun laajemmalla tasolla esimerkiksi julkisesti kommentoimalla.

- Kyllä.
- Ei.

4) Pelit ja pelien lajityypit. Kyseessä on eri lajityyppeihin kohdistuvat, aikaisempiin kokemuksiin perustuvat oikeat oletukset sekä tiettyjen ominaisuuksien liittäminen tiettyihin peleihin. Esimerkiksi tieto siitä, että Call of Duty on ammuskelupelisarja tai Angry Birds värikäs ja yleensä mobiililaitteilla pelattava peli. Kokeiltavat pelit valikoituvat muun muassa näiden pohjatietojen perusteella.

1. Tunnet pelaamasi pelit hyvin ja niiden edustamat lajityypit pinnallisesti. Valitset pelisi ulkoisten syiden perusteella kuten toisen pelaajan suosituksesta.
2. Tunnet pelaamasi pelit hyvin ja niiden edustamat lajityypit hyvin. Valitset kokeiltavat pelit lajityyppien perusteella ja olet valmis kokeilemaan uutta.
3. Tunnet pelaamasi pelit hyvin ja niiden edustamat lajityypit hyvin. Valitset kokeiltavat pelit koko peliteollisuudesta kerätyn kokemuksen perusteella, joka ylittää lajityyppien rajat.

3 (3)

4.1) Extra: Tunnet peliteollisuuden trendit, julkaisijat ja kehittäjät kokemuspohjalta, jota olet kartuttanut pitkän aikaa.

- Kyllä.
- Ei.

4.2) Extra: Pelin kerronnallinen lajityyppi – kuten sci-fi tai fantasia – vaikuttaa voimakkaasti valintaasi pelata sitä.

- Kyllä.
- Ei.

5) Valitse kolmesta vaihtoehdosta itseäsi parhaiten kuvaava. Pelaajabarometri 2015 ehdottaa myös seuraavan laista karkeaa jaottelua. "Alustavasti tehdyn pääkomponenttianalyysin perusteella vaikuttaa siltä, että digitaalisesta viihdepelaamisesta olisi erotettavissa kolmenlaista pelaamista:

- Konsolipainotteinen valtavirran pelaaminen, johon kuuluu esimerkiksi suosittuja urheilu- ja ajopelejä sekä toiminta- ja seikkailupelejä.
- Arkeen limittyvä kasuaalipelaaminen esimerkiksi mobiililaitteilla tai Facebookissa. Tähän kategoriaan kuuluu myös tietokonepasiassi.
- Omistautuneempi harrastepelaaminen, jonka erityisesti roolipelit, verkkoroolipelit ja League of Legendsin kaltaiset verkkopelit erottavat muista pelaamisen tyypeistä."

Liite 2. Survey on digital gaming habits

1 (3)

The goal of this survey is to collect data on different digital gaming habits. The taker of the survey must play digital games (video games) at least once per month. If this condition isn't met, don't take the survey. In the survey you will check the option that you think describes you best. In the case of multiple options feeling correct, choose the higher number. Also check the extra option if you feel it describes you.

1) How much time you spend gaming. This doesn't just mean the time spent playing games but also the time spent watching gaming livestreams and videos for their entertainment value. Trailers, news videos and guides are not included.

1. Gaming is one way to spend time among others. It is very important to get the game started quickly and easily so that gaming can be considered a good pastime.
2. You specifically choose video games as your pastime. You seek new gaming experiences and cherish past ones.
3. Video games are your main and most important pastime.

1.1) Extra: The social aspect of gaming is ubiquitous in your everyday life.

- Yes.
- No.

2) Gaming skill. This means your general expertise and learning ability regarding the mechanics and logic of the game at hand, not the specific skill you acquire when playing a game over a long period of time.

1. You can play games with instructions.
2. You understand most games instinctively, and you develop as a player.
3. You understand most games instinctively, you want to apply the game's rules beyond what's apparent and push the game's limits to their extremes. As the game presents you with new ways of approach, you will quickly adopt the most efficient or useful ones.

2 (3)

2.1) Extra: You want to belong in the top fraction of gamers which often requires hard dedication to the given game.

- Yes.
- No.

3) How much time you spend on your gaming hobby outside playing and watching games. This includes the time you spend following news, gathering information from guides and reviews, and watching trailers and events about video game culture and -industry.

1. You might search for information on the internet or ask your friends.
2. You will always seek out the information on things unclear to you, and you follow news about your favourite games and genres.
3. You will seek out the information as well as opinions for you to compare, and you follow the events of the gaming world.

3.1) Extra: You want to have an effect on the discussion about video games on a larger scale by commenting publicly, for example.

- Yes.
- No.

3 (3)

4) Games and game genres. This is about the correct presumptions about game genres and connecting specific traits with specific games based on earlier experience. For example, knowing that Call of Duty is a series of first-person shooters or that Angry Birds is a colorful game one usually plays on a mobile device. You may choose which games to try based on this information.

1. You know well the games you play, and you also superficially know their genre(s). You base your choice to try out a game on a recommendation from a friend or a review.
2. You know well the games you play and their genre(s). You base your choice to try out a game on your knowledge of game genres, and you are open to try new things.
3. You know well the games you play and their genre(s). You base your choice to try out a game on your experiences about the gaming industry as a whole, which goes beyond game genres.

4.1) Extra: You know game industry's trends, publishers, and developers based on information gathered over a long period of time.

- Yes.
- No.

4.2) Extra: The narrative genre – such as sci-fi or fantasy – of a game heavily impacts your choice to play it.

- Yes.
- No.