

**Anette Lavu**

**Pelimotivaation syntyminen digitaalisissa peleissä  
sukupuolien näkökulmasta**

Tietotekniikan kandidaatintutkielma

29. toukokuuta 2017

Jyväskylän yliopisto

Tietotekniikka

**Tekijä:** Anette Lavu

**Yhteystiedot:** anbeevla@student.jyu.fi

**Työn nimi:** Pelimotivaation syntyminen digitaalisissa peleissä sukupuolien näkökulmasta

**Title in English:** The source of game playing motivation in digital games by gender

**Työ:** Kandidaatintutkielma

**Sivumäärä:** 33+0

**Tiivistelmä:** Tässä kirjallisuuskatsauksessa tutkitaan pelimotivaation lähteitä digitaalisten pelien pelaamiseen. Jotta ymmärretään pelimotivaation käsite, on syytä tutustua motivaatioon myös psykologisesta näkökulmasta, jonka jälkeen käsitettä laajennetaan pelimotivaatioksi. Aihe on rajattu koskettamaan sellaisia peligenrejä, joiden pelaajissa on ollut havaittavissa suurimmat erot pelimotivaation syntymisessä. Tutkielman tavoitteena on selkeyttää sukupuolien eroja pelimotivaation syntymisessä, erittelemällä ja vertailemalla motivaation lähteitä sukupuolittain, jotta pelisuunnittelu helpottuisi.

**Avainsanat:** motivaatio, pelit, pelisuunnittelu

**Abstract:** This literature review studies the source of motivation in playing digital games. Before one can understand gameplaying motivation, it is vital to find out what motivation is from a psychological perspective. This inquiry has been limited to such genres where the most significant differences between genders has been discovered. This inquiry describes similarities and differences between gender motivations, which may be found useful for game designers who want to better understand how to design and market their games to different gender demographics.

**Keywords:** motivation, games, game design

## Kuviot

Kuvio 1. Motivaation käytöskaavio (Nadler & Lawler 1977) .....	4
Kuvio 2. Motivaatioteoria (Maslow 1943) .....	5
Kuvio 3. Suosituimmat pelit 2015 Suomessa (Mäyrä, Karvinen & Ermi 2015) .....	13
Kuvio 4. Motivaation lähteet MMORPG -peleissä (Yee 2006) .....	20
Kuvio 5. Pelimotivaation synnyttävät tekijät sukupuolittain .....	23

# Sisältö

1	JOHDANTO .....	2
2	PELIMOTIVAATION SYNTYMINEN .....	4
	2.1 Motivaatio .....	5
	2.2 Pelimotivaatio.....	7
	2.2.1 Pelaajatyypit .....	8
	2.2.2 Mielihyvien teoria .....	9
	2.2.3 Tyydytyksen asteikko .....	10
3	PELIMOTIVAATION SYNTYMINEN DIGITAALISISSA PELEISSÄ.....	12
	3.1 Sukupuolinen näkökulma .....	14
	3.2 Pelimotivaation syntyminen SNG peleissä .....	16
	3.3 Pelimotivaation syntyminen väkivaltaisissa peleissä .....	17
	3.4 Pelimotivaation syntyminen MMORPG peleissä.....	19
	3.5 Pelimotivaation syntyminen simulointi peleissä .....	21
4	VERTAILUA .....	23
5	YHTEENVETO .....	25
	KIRJALLISUUTTA .....	27

## Sanasto

**Avatar** Virtuaalinen hahmo, jota pelaaja voi muokata haluamakseen

**Eskapismi** Rentoutuminen, reaali maailmaa pakeneminen ajatusten harhauttamiseksi

**Flow** Tila, jossa ihminen uppoutuu tekemiseen niin syvästi, että ajantaju katoaa tai hämärtyy hetkellisesti

**Free2play** Ilmaiseksi pelattavissa olevat pelit

**FPS** Ensimmäisen persoonan ampumapeli, jossa pelaajan näkymässä näkyy yleensä vain ase ja osa kättä. (First Person Shooter)

**Immersio** Pelaajan eläytyminen, miten aidolta ja käsinkosketeltavalta peli tuntuu pelattaessa

**Kustomointi** Mahdollisuus räätälöidä ja muokata esimerkiksi pelimaailmaa tai hahmoa omien mieltymysten mukaan

**MMORPG** Massiiviset moninpelattavat online roolipelit (Massive Multiplayer Online Role-Playing Games)

**Pay2win** Näennäisesti ilmainen peli, jossa pärjätäkseen hyvin oletetaan pelaajan ostavan maksullista sisältöä

**Pelimentaliteetti** Pelaamisen tavat ja pelaajan suhtautuminen pelaamiseen

**Proaktiivinen toiminta** Aktiivista ja aloitteellista toimintaa, jossa ihmisen päätökset perustuvat omiin arvoihin

**Reaktiivinen toiminta** Toimintaa, jota ohjaa ulkoiset seikat, kuten muiden mielipiteet tai sää

**Renderöinti** Automaattinen prosessi, jonka avulla luodaan kuva tietokoneohjelman avulla annetusta mallista

**SNG** Sosiaaliset nettipelit (Social Network Games)

**VR -pelit** Virtuaalitodellisuus (Virtual Reality), jossa pelaaja pääsee kokemaan todentuntuisia kokemuksia 3D -tekniikan avulla toteutetussa ympäristössä, joka reagoi pelaajan liikkeisiin katseen tai erillisten ohjaimien kautta

# 1 Johdanto

Ihmiset ympäri maailmaa pelaavat kaikkialla kaiken aikaa. Olipa sitten kyseessä bussimatkan Candy Crush Saga -peli, yöllinen League of Legends -ottelu, kävelylenkin Pokemon-jahti tai ristisanatehtävät aamukahvilla, niin lähestulkoon jokainen suomalainen pelaa jotakin peliä. Tarkalleen ottaen 97,4% suomalaisista pelasi vuonna 2015 pelejä, mukaan lukien kolikko- ja lautapelit (Mäyrä ym. 2015), kun taas 97% yhdysvaltaisista lapsista ja aikuisista pelasi vuonna 2014 vähintään tunnin päivässä pelkästään digitaalisia pelejä (Granic, Lobel & Engels 2014). Digitaaliset pelit ovat siis selvästi kasvava osa nykyihmisten vapaa-aikaa ympäri maailmaa, mutta mitkä tekijät saavat ihmiset pelaamaan? Digitaalisten pelien ääressä vuonna 2015 vietti säännöllisesti vähintään kerran kuukaudessa 60,1% Suomen väestöstä, mikä tekee siitä yhden suosituimmista harrastuksista (Mäyrä ym. 2015). Pelialasta onkin lyhyessä ajassa tullut yksi Suomen tärkeimmistä vientituotteista (Martela & Jarenko 2014).

On välttämätöntä selvittää, mitkä psykologiset ja pelin sisäiset ominaisuudet vaikuttavat peli-motivaation syntymiseen eri sukupuolissa, jotta osataan suunnitella yhä parempia pelejä pelattavaksi ja kohdentaa ne oikealle kohderyhmälle. Tässä tutkielmassa vastataan tutkimuskysymykseen: Miten miehet ja naiset motivoituvat pelaamaan digitaalisia pelejä? Pelien ominaisuudet vaikuttavat eri tavalla lapsiin, vanhuksiin, miehiin ja naisiin. Pelisuunnittelussa on tärkeää huomioida, minkälaiset asiat vaikuttavat kohderyhmän mielihyvän syntymiseen, haluun pelata ja jatkaa pelaamista pidempään (Salen & Zimmerman 2004). Usein pelaaminen ajatellaan laiskana toimintana, mutta oikeastaan pelaamiseen tarvitaan paljon kognitiivisia taitoja (Granic ym. 2014).

Pelaajat ryhmitellään yleensä demografisesti iän ja sukupuolen mukaan, mutta tätä tapaa on myös kritisoitu sen lokeroivasta ajattelutavasta. Uusimmat tutkimukset ovat jaotelleet pelaajia pelaajatyypin tai pelityylin mukaan (Vahlo, Kaakinen, Holm & Koponen 2017), (Kallio, Mäyrä & Kaipainen 2011). Tässä tutkimuksessa ei kuitenkaan keskitytä tutkimaan pelaajan käyttäytymistä, vaan nimenomaan sitä, mikä pe-

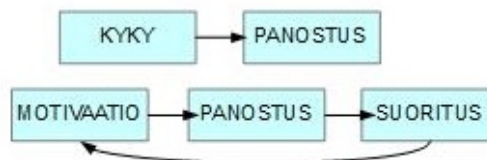
laajaa motivoi pelaamaan. Vaikka pelaajien luokitteluun sukupuolen perusteella nähdään hieman ristiriitaisena keinona, on se tämän tutkimuksen kannalta oleellinen ja välttämätön näkökulma. Friman (2015) kertookin, että sukupuolen tutkimukselle pelikulttuurissa on yhä enemmän kysyntää, niin empiirisen kuin teoreettisen tutkimuksen osalta.

Viime vuosikymmenien tärkeimmät aiheet pelitutkimuksessa ovat sisältäneet lukuisia tutkimuksia (Lucas ja Sherry 2004), (Kneer & Glock 2013), (Yee 2006) pelaajan pelimotivaation ymmärtämisestä. Siitä huolimatta pelin sisäisten ominaisuuksien tutkiminen, sekä positiivisten vaikutuksien huomioiminen on jäänyt usein paitioon (Coursairs, Van Osch & Sese 2016), (Granic ym. 2014). Tässä tutkielmassa otetaan tarkasteluun myös nämä vähemmälle huomioarvolle jääneet tekijät. Hunicke, LeBlanc & Zubek (2004) kehottavatkin ottamaan huomioon pelitutkimuksessa pelin sisäisen mekaniikan sekä dynamiikan, joiden avulla lopullinen esteetinen tuotos luodaan. Näin saadaan tietoa siitä, onko tietyn genren peleissä sellaisia erityispiirteitä, jotka houkuttelevat tietynlaisia pelaajia. Erityisesti kiinnostavaa on se, ovatko sukupuolien erot kaventuneet niin, ettei jaottelua miesten ja naisten välillä tarvita, vai voidaanko pelaajat jaotella maskuliinisten ja feminiinisten ominaisuuksien perusteella, kuten Busch, Mattheiss, Reisinger, Orji, Fröhlich & Tscheligi (2016) ehdottavat.

Tutkimuksen luvussa 2 kerrotaan mitä motivaatio oikeastaan on, ja miten motivaatio syntyy psykologisesta näkökulmasta. Tämän jälkeen yhdistetään motivaation käsite pelien kontekstiin, laajentamalla motivaation käsitettä pelimotivaatioksi. Kolmannessa luvussa käydään läpi peligenreittäin, minkälaisia tuloksia erilaiset tutkimukset ovat saaneet pelimotivaation syntymisestä kussakin genressä sukupuolien näkökulmasta. Luvussa 4 vertaillaan saatuja tuloksia ja tiivistetään ne helposti ymmärrettävän taulukon muotoon. Viidennessä luvussa kootaan yhteen koko tutkielman tärkeimmät päätelmät ja pohditaan tulevaisuuden tutkimuksien suuntaviivoja.

## 2 Pelimotivaation syntyminen

Pelimotivaatiolla tarkoitetaan ihmisen sisäistä halua ja tarvetta päästä pelaamaan, jonka alkuperä on usein tiedostamaton. Pelejä pelataan, koska ne tarjoavat haasteita ja rentouttavaa ajanvietettä, jolloin aika niiden parissa kuluu nopeasti (Sherry, Greenberg, Lucas & Lachlan 2006). Mario, Pokemon ja The Sims -pelisarja kuuluvat maailman myydyimpiin digitaalisiin peleihin (Janz, Avis & Vosmeer 2010), mutta mitkä tekijät näissä aivan eri tyyლისissä peleissä houkuttelevat kumpaakin sukupuolta pelaamaan? Friman (2015) kertoo tutkimuksessaan, että sukupuolien erot pelikulttuurissa näkyvät nimenomaan siinä, miten pelaamaan on ajauduttu. Viimeisen kymmenen vuoden aikana pelien ulkonäkö on muuttunut huomattavasti realistisemmaksi ja ongelmanratkaisusta on tullut pelien ydinmekaniikka (Granic ym. 2014). Digitaaliset pelit kehittyvät jatkuvasti niin graafisilta kuin mekaanisilta ominaisuuksiltaan. Näin ollen voidaan olettaa, että myös pelaajien mielihalut kehittyvät ja muuttuvat pelien kehittymisen myötä.



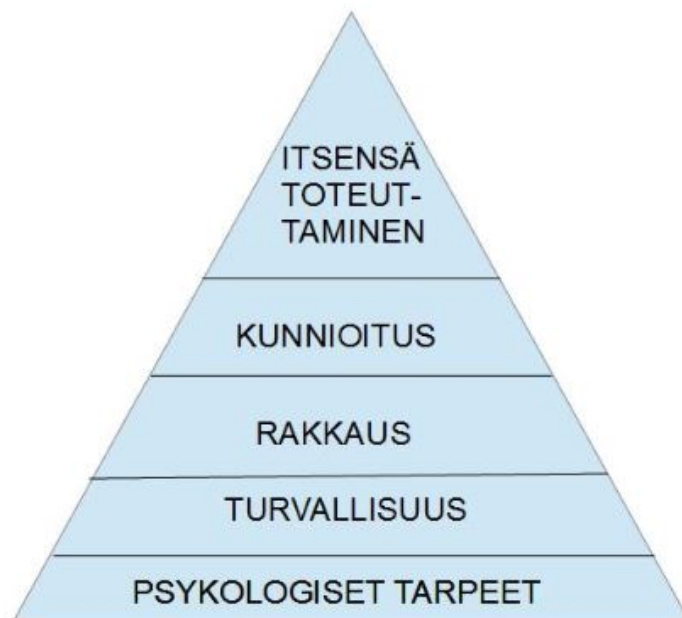
Kuvio 1. Motivaation käytöskaavio (Nadler & Lawler 1977)

Ihminen on psykofyysinen kokonaisuus, jonka käytökseen vaikuttavat monet tekijät. Kun ihminen harkitsee pelaamisen aloittamista, käy hän mielessään läpi prosessin, jossa hän arvioi kokemuksiinsa perustuen, onko hänen mahdollista saavuttaa haluttu nautinto pelaamalla. Saavutettu nautinto vaikuttaa edelleen tulevaisuuden motivaatioon pelaamisesta. Tätä ketjua 1 kutsutaan perinteiseksi motivaation käytöskaavioksi, jota nyt sovelletaan pelimotivaation syntymiseen (Nadler & Lawler 1977). Kaavion 1 avulla voidaan hahmottaa, kuinka esimerkiksi pelisuorituksen lopputulos, kuten häviäminen, vaikuttaa edelleen tulevaisuudessa motivaation



muodostumiseen pelaamista kohtaan. Epäonnistumista käytetäänkin peleissä motivointikeinona. Ajoittain pelaajat turhautuvat epäonnistuessaan, mutta yleensä ongelmat koetaan hauskana ja mielenkiintoisena. (Granic ym. 2014) Kuitenkin ennen kuin pääsemme syventymään pelimotivaation syntymiseen, on tärkeää ymmärtää motivaation käsite ja teorat, joiden ympärille koko tutkielma rakentuu. Seuraavassa alaluvussa määritellään vielä syvällisemmin, miten motivaatio nähdään psykologisesta näkökulmasta.

## 2.1 Motivaatio



Kuvio 2. Motivaatioteoria (Maslow 1943)

Ihmisen toimintaa voidaan luokitella sen perusteella, mikä motivaation lähde on. Tässä kappaleessa selvitetään minkälaisia motivaatioita on olemassa sekä motivaation perustana olevat tarpeet. Tarpeita, joita yleensä pidetään motivaatioteorian alkupisteenä, ovat niin kutsutut psykologiset halut ja tarpeet, jotka Maslow (1943) esittelee motivaatioteoriassaan. Psykologiset tarpeet, kuten nälkä, aktivoituvat ja määrittävät ihmisen käyttäytymistä. Kun alemman tason tarpeet on täytetty, ilmenee Maslow'n motivaatioteorian mukaan uusia, korkeamman tason tarpeita hierar-

kisesti rakentuen toistensa päälle. Perustavanlaatuisen tarpeiden täytyttyä, ilmenee ihmisen selviytymiselle välttämätön turvallisuuden tarve. (Maslow 1943) Näitä motivaatioteorian tasoja ei tässä tutkielmassa käsitellä tarkemmin, sillä niiden liittäminen pelimotivaation syntymiseen olisi keinotekoisia.

Kun edellä mainitut Maslow'n motivaatioteorian tarpeet on tyydytetty, on hierarkiassa 2 seuraavana rakkauden tarpeet, joihin kuuluvat rakkaus, kiintymys ja johonkin kuulumisen tarve. Ihminen on laumaeläin, joka nauttii muiden lajitoverien antamasta läheisyydestä. (Maslow 1943) Tämä ominaisuus voidaan liittää peleihin esimerkiksi sosiaalisten pelien kautta, joissa pelaaja voi kokea yhteisöllisyyttä tai jopa ystävyyttä (Yook & Ko 2012). Ennen pelaajia ajateltiin koteihinsa linnoittautuneina antisosiaalisina eristäytyjinä. Nykyään useimmat pelit sisältävät mahdollisuuksia pelata sosiaalisesti, joko kilpailun tai yhteistyön kautta. (Granic ym. 2014)

On olemassa kaksi tapaa motivoitua, sisäinen ja ulkoinen (Ryan & Deci 2000). Sisäisellä motivaatiolla tarkoitetaan proaktiivista toimintaa, joka saa ihmisen nauttimaan ja tekemään yksilöä innostavia asioita (Katajainen, Lipponen & Litovaara 2006). Kun yksilö nauttii tekemästään, on myös kaavion 1 kuvaama panostus suurempaa, jolloin lopputuloksesta voidaan odottaa parempaa. Esimerkiksi työelämässä on paljon tehokkaampaa, jos työntekijä nauttii tekemästään työstä, sillä innokkuus korreloi tehokkuuden kanssa. (Ryan & Deci 2000) Ulkoisella motivaatioilla sen sijaan tarkoitetaan reaktiivista toimintaa, jossa ihmisen toiminnan keskipiste on lopputuloksessa; palkinnossa tai rangaistuksessa (Martela & Jarenko 2014). Tämän kaltaista toimintaa esiintyy myös Maslow'n hierarkiassa 2, jossa esimerkiksi kunnioituksen tarve voidaan luokitella ulkoiseksi motivaatioksi. Toiminnan päämääränä on siis palkinto, eli esimerkiksi hyvä maine.

Korkeimmalla hierarkisessa 2 motivaatioteoriassa on itsensä toteuttamisen tarve. Ihmisellä on itsensä toteuttamisen halu, jonka avulla hän tulee tietoisesti potentiaalisesta kyvykkyydestään. Nämä tarpeet voivat olla tiedostamattomia tai tiedostettuja. (Maslow 1943) Niinpä voidaan ajatella, että pelimotivaation syntyminen on osittain tiedostamatonta, eli kaaviossa 1 esitetyn prosessin mukainen. Näin ollen pelimotivaation tutkimuksessa tulisi ottaa huomioon myös nämä tiedostamattomat

ihmisen motivaation vaikuttavat tekijät. Hunicke ym. (2004) tukevatkin iteratiivista lähestymistapaa pelisuunnittelussa, jolloin pelimotivaation erilaiset ilmentymät pääsevät paremmin esiin yksi kerrallaan. Seuraavassa luvussa syvennyttään tarkemmin pelimotivaation käsitteeseen.

## 2.2 Pelimotivaatio

Pelimotivaatio voidaan yhdistää Maslow'n (Maslow 1943) motivaatioteorian luokitteluun kunnioituksen, rakkauden ja itsensä toteuttamisen tarpeiden kautta. Yksi pelimotivaatioista, jotka esiintyvät niin miehillä kuin naisilla, on sosiaalisuus (Yee 2008). Niinpä johonkin kuulumisen tarve voi saada sosiaalisuutta ja yhteisöllisyyttä kaipaavan henkilön hakeutumaan pelien maailmaan. Sosiaalinen interaktio onkin yksi kuudesta dominoivasta ulottuvuudesta Sherryn ym. (2006) tutkimuksessa, jossa tutkitaan pelaamisen syitä ja mielihyviä.

Kunnioituksen tarpeet Maslow'n motivaatioteoriassa sisältävät monia ulottuvuuksia, kuten muiden kunnioituksen saavuttamisen (Maslow 1943). Näitä tunteita pelaaja voi kokea suoriutuessaan hyvin. Kilpaileminen ja haaste ovatkin yhdessä yksi suurimmista syistä, miksi pelejä pelataan (Lucas & Sherry 2004). Miesten keskuudessa havaitaan, että aktiivisen pelaamisen määrä kasvaa kaikissa kilpailua sisältävissä peligenreissä, kun taas rauhallisia rakentamis-, rooli- ja seikkailupelejä, naiset pelasivat hieman useammin kuin miehet. (Hartmann & Klimmt 2006) Vuonna 2015 suomalaisten miesten suosituin digitaalinen peli oli urheilupeli NHL, kun taas naisilla pulmapeli Candy Crush (Mäyrä ym. 2015). Voidaankin sanoa, että miesten ja naisten motivaatioiden erot näkyvät selkeästi siitä, mitä pelejä he eniten pelaavat. On kuitenkin tärkeää huomata, että myös persoonallisuudella on vaikutusta pelimotivaation syntymiseen, mutta tätä ei juurikaan ole vielä otettu huomioon tutkimuksissa (Granic ym. 2014).

Pelaaminen nähdään kohteena, josta ihminen hakee nautintoa eri tavoin vaihtelevissa tilanteissa (Hartmann, Jung & Vorderer 2012). Mentaliteetti, jonka pelaaja omaksuu, on riippuvainen lukuisista muuttuvista tekijöistä. Tällaisia tekijöitä ovat

mm. pelattavat pelit, sosiaaliset suhteet, peleihin käytetty aika, ympäristö ja vallitseva elämäntilanne. Myös kulttuuritekijät voivat vaikuttaa ja muokata ilmenevää pelikäyttäytymistä ja asenteita pelaamista kohtaan. (Kallio ym. 2011) Tätä aihetta on tutkimusten avulla pyritty avaamaan, varsinkin sukupuolittuneen pelikulttuurin tutkimuksessa (Friman 2015). Tässä tutkielmassa pyritään luokittelemaan sukupuolien näkökulmasta pelimotivaatioon vaikuttavia tekijöitä, jotta pelisuunnittelu helpottuisi.

### **2.2.1 Pelaajatyypit**

Pelit, joita pelataan vaikuttavat pelaajien motivaatioon, tunnetiloihin ja sosiaaliseen kanssakäymiseen. (Granic ym. 2014) Ihmiset voidaan luokitella pelaajaprofiilin avulla erilaisiin luokkiin, mutta nämä luokittelut eivät ole poissulkevia, vaan pikemminkin limittäisiä ja päällekkäisiä. Kallio, Mäyrä & Kaipainen (2009) esittelevät tutkimuksessaan kolme pelaajatyypia, joissa luokitellaan pelaajan käyttäytymisen perusteella, mikä heitä motivoi pelaamaan ja minkälaisissa tilanteissa. Pelaajatyyppejä ovat sitoutunut-, satunnais- ja seurapelaaja.

Seurapelaajat pelaavat sosiaalisista syistä, jotta he voisivat viettää aikaa lasten, puolison tai ystävien kanssa. Pelitilanteet voivat kuitenkin vaihdella hyvin paljon pelaajan mieltymysten mukaan. Sosiaalisuudesta nauttivat seurapelaajat voivat pelata mm. vastakkain, rinnakkain tai yhdessä pelitoverin kanssa, riippuen sosiaalisesta mentaliteetista (Kallio ym. 2011). Esimerkiksi Sanajahti on ollut vuonna 2015 suosittu sosiaalinen peli, erityisesti naisten keskuudessa. Miehet sen sijaan pitivät väkivaltaisista sosiaalisista online pelejä suosiossa, kuten League of Legends ja Clash of Clans. (Mäyrä ym. 2015)

Satunnaispelaajat ovat vaikein pelaajatyypin määrittäjä, sillä heidän pelaajaprofiilinsa on erittäin laaja, ja vaihteleva tilanteiden mukaan. Satunnaispelaajat pelaavat usein taukoharrasteena, rentoutuakseen arjen askareista tai muuten vain ajan kuluttamiseksi (Kallio ym. 2011). Satunnaispelaajien pelaamat pelit ja pelaamiseen käytetty aika vaihtelevat eniten kaikista pelaajatyypeistä. Hartmann & Klimmt (2006)

selvittivät tutkimuksessaan, että miehet, jotka eivät pelaa säännöllisesti kuten sitoutuneet pelaajat, usein muistuttavat pelikäyttäytymiseltään enemmän naispelaajia. Ei olekaan siis selvää, voidaanko miehiä ja naisia erotella pelkästään fyysisen sukupuolen perusteella, ja siksi on aloitettu tutkimaan maskuliinisia ja feminiinisiä pelaajia (Busch ym. 2016).

Kallio ym. (2011) kertovat tutkimuksessaan, että sitoutuneet pelaajat uppoutuvat pelaamiseen syvästi ja pelaavat pelejä viihdearvon ja hauskanpidon tähden. He pelaavat pitkiä usein aikoja kerrallaan. Pelaaminen on yhteydessä luovuuden lisääntymiseen, joka antaa pelaajalle uusia mahdollisuuksia ratkaista ongelmia peleissä ja edelleen tulla yhä paremmaksi pelaajaksi. Mielenkiintoista on se, että mitä paremmaksi pelaajat tulevat, sitä enemmän sosialisoitumisen tarve kasvaa. (Granic ym. 2014) Menestyvät pelaajat haluavat jakaa tietouttaan, oppia koko ajan uutta ja näyttää taitojaan muille pelaajilla. Sitoutuneille pelaajille myös immersio on yksi tärkeimmistä motivaation lähteistä, sillä se on dominoiva tekijä uppoutumisen onnistumiseksi (Kallio ym. 2009).

### **2.2.2 Mielihyvien teoria**

Mistä elementeistä ihmiset eniten nauttivan pelatessaan? Mitkä kokemukset saavat pelaajat pelaamaan yhä uudestaan ja uudestaan? Tähän kysymykseen vastaavat Hunicke ym. (2004) mielihyvien teoriallaan, joka luokittelee nautinnon peleissä kahdeksaan kategoriaan. Mielihyvät peleissä ovat aistikokemus, fantasia, narratiivi, haaste, yhteenkuuluvuus, löytäminen, itseilmaisu ja alistuminen.

Aistikokemus ilmenee peleissä esimerkiksi tarkasti renderöidyn grafiikan tai kauniin äänimaailman muodossa. Kaunis ulkoasu ei kuitenkaan yksin tee hyvää pelikokemusta, mutta vaikuttaa immersion tasoon. Pelaaja alistuu pelin sääntöihin ja ne vaikuttavat pelaajan kokemukseen esimerkiksi pelin todenmukaisuudesta. (Hunicke ym. 2004) Juul (2009) kertookin tutkimuksessaan, että kun pelaaja kokee etteivät pelin säännöt kohtele häntä reilusti, voi pelistä saatavan nautinnon määrä laskea huomattavasti. Pelin tulisi antaa pelaajalle mahdollisuus ilmaista itseään pelin kaut-

ta, kuten esimerkiksi muokkaamalla peliympäristöä tai avataria persoonallisuuden mukaan. Pelaajalle pitäisi syntyä kokemus haasteesta progressiivisesti kasvaen, jotta pelaaja voi tuntea nautintoa suoriutuessaan hyvin. (Hunicke ym. 2004) Satunnainen häviäminen tekee kuitenkin voittamisesta nautinnollisempaa, ja se voi myös auttaa pelaajaa näkemään pelistä uusia ulottuvuuksia (Juul 2009).

Narratiivi eli pelin tarina tai juoni vetoaa pelaajien tunteisiin, ja voi saada pelaajan kokemaan voimakasta immersiota. Mikäli pelissä ei ole narratiivia, tai se on heikkoa, nousevat sosiaaliset tekijät ja saavutukset yleensä motivoiviksi tekijöiksi (Park & Lee 2017). Saavutuksia voivat olla esimerkiksi erilaisten esineiden löytäminen tai uusien taitojen oppiminen, kun taas sosiaaliset tekijät kuten tiimipelaaminen luovat yhteenkuuluvuuden tunteita. Fantasialla sen sijaan tarkoitetaan esimerkiksi lentämistä tai muita asioita, joita arkielämässä ei voi toteuttaa. (Hunicke ym. 2004) Seuraavassa alaluvussa tarkastellaan hieman vastaavaa, muutamaa vuotta myöhemmin ilmestynyttä tyydytysten asteikkoa.

### **2.2.3 Tyydytyksen asteikko**

Kun ihminen kokee mielihyvää tarpeeksi, hän tyydyttyy. Sherryn ym. (2006) kehittämän asteikon mukaan on kaikkiaan kuusi syytä, miksi ihmiset tyydyttyvät pelatessaan; kilpailu, haaste, sosiaalinen interaktio, tylsyyden poistaminen, jännitys ja fantasia. Tyydytyksen asteikon sisältö muistuttaa paljon juuri käsiteltyä mielihyvien teoriaa, ja tarkoituksena on verrata näitä teorioita keskenään, jotta saadaan laajempi kuva pelimotivaation käsitteestä. Tyydytyksen asteikko ei erikseen tuo esille esimerkiksi löytämistä, alistumista tai narratiivia, mutta toisaalta se ottaa kantaa tilanteisiin, jotka voivat motivoida pelaajaa pelaamaan. Onkin siis selvää, että vaikka teorioiden sisältö on pitkälti saman suuntainen, ovat näkökulmat hieman erilaiset ja ne täydentävät toisiaan.

Jotta pelaaja voi kokea olevansa paras, on kilpailu yksi tärkeimmistä ominaisuuksista yhdessä haasteen kanssa, sillä liian helppo vastustaja ei tuota pelaajalle mielihyvää juuri lainkaan, vaan pikemmin päinvastoin. Haasteen kasvaessa, myös vas-

taanotetun nautinnon määrä kasvaa. (Coursaris ym. 2016) Juul (2009) selventää tutkimuksessaan, että tyytyväisimpiä ovat ne pelaajat, jotka läpäisivät pelin siten, että he hävisivät joitain kertoja ennen pelin läpäisemistä.

Sosiaalinen interaktio on yksi selkeimmistä elementeistä, joka ilmenee kaikissa tässä tutkielmassa esiintyvissä pelimotivaation syntymiseen keskittyvissä teorioissa. Kaiken kaikkiaan tässä luvussa esiteltyjen teorioiden taustalla on yhteinen ajatus siitä, että ihmisen toimintaan vaikuttavat niin sosiaaliset, kokemukselliset kuin psykologisetkin tekijät. Näitä tekijöitä pyritään ottamaan huomioon eri näkökulmista. Hunicke ym. (2004) eivät ole sisällyttäneet suoranaisesti kilpailua, tylsyyden poistamista tai jännitystä mielihyviinsä. Täydellistä mallia pelimotivaation syntymisestä ei olekaan vielä olemassa, ja siksi olemassa olevia teorioita on tärkeää yhdistellä laajemman käsityksen muodostamiseksi.

### 3 Pelimotivaation syntyminen digitaalisissa peleissä

Tässä luvussa tarkastellaan pelimotivaation lähteitä peligenreittäin sukupuolieroja vertaillen. Sukupuolierojen vertailu on lähestulkoon välttämätöntä pelitutkimuksessa, sillä pelikulttuurin sukupuolittuminen on ollut jo vuosikymmeniä erittäin voimakasta (Friman 2015). Vaikka pelitutkimus on kehittynyt jo siihen, että halutaan ymmärtää naisten ja miesten kokemusten erot, on vielä paljon tutkittavaa. (Richard 2013) Nyt kun ymmärretään motivaation syntyminen psykologisesta näkökulmasta, on paljon helpompi tarttua pelimotivaation syntyminen vaikuttaviin tekijöihin digitaalisissa peleissä.

Digitaalisilla peleillä tarkoitetaan pelejä, joita pelataan jollakin digitaalisella laitteella, joita ovat mm. puhelin, televisio, pelikonsoli tai vaikkapa digitaalinen kello. Toiminta, jota kutsutaan digitaalisesti pelaamiseksi on siis kaikki pelillinen toiminta, joka tapahtuu millä tahansa digitaalisella laitteella. (Kallio ym. 2009) Tässä tutkielmassa keskitymme tarkastelemaan pelaamista yleisellä tasolla, eikä digitaalisia laitteita erotella tai pelaajia lajitella sen mukaan, millä laitteella he ovat pelejä pelanneet. On hyvin luonnollista ajatella, että pelejä pelataan kilpailun ja edelleen voiton tavoittelun takia. Kuitenkin on hetkiä, jolloin pelaaja haluaa hävitä, eikä pelimotivaation syntyminen olekaan niin yksiselitteistä. (Juul 2009) Pelin tekniset ominaisuudet vaikuttavatkin suoraan tietyn tyyppisiin motivaation lähteisiin, kuten saavutuksen, sosiaalisuuden ja immersion tunteeseen (Coursaris ym. 2016). Seuraavassa kappaleessa syvennytään pohtimaan minkälaisissa tilanteissa pelaamaan voidaan ajautua.

Digitaalisten pelien maailmassa jokaisella pelaajalla on henkilökohtaisia mieltymyksiä, kuinka paljon pelaamiseen kulutetaan aikaa, minkälaisia pelejä pelataan ja millä mentaliteetilla peliä ylipäätään pelataan (Kallio ym. 2011). Pelaamisen rooli elämässä voi vaihdella tilanteiden mukaan. Esimerkiksi lapsen syntymä voi hetkellisesti tyrehdyttää pelaamisen motivaation, mutta se voi herätä myöhemmässä vaiheessa, kun lapsi varttuu ja halutaan yhteisiä aktiviteetteja. (Kallio ym. 2009) Pelaaminen voi muuttua siis ihmisen tarpeiden ja motivaation mukaan esimerkiksi kisailusta rentoutumiseen stressaavan työn takia. Mozelius, Westin, Wiklund & Nordberg



(2016) kertovat tutkimuksessaan opiskelijoiden kokevan pelaamisen tekevän heidän elämästään rikkaampaa, ja se auttoi heitä jaksamaan paremmin vaikuttamatta negatiivisesti koulumenestykseen. Jokaisen pelikerran jälkeen ihmisen mielikuva pelaamisesta kokemuksena laajentuu, muuttuu ja täydentyy (Klimmt & Hartmann 2005). Tällaista syklistä toimintaa kuvaa myös motivaation käytöskaavio 1, jonka avulla voidaan nähdä, että mitä positiivisempia kokemuksia ihminen saa pelaamalla, sitä enemmän ihminen pelaa.

Pelit luokitellaan tässä tutkimuksessa niiden ominaisuuksien perusteella neljään ryhmään; väkivaltaisiin-, MMORPG-, simulointi- ja SNG -peleihin. Ryhmien rajat eivät ole selkeät, ja monet pelit saattavat kuulua moneen genreen kerrallaan. Tarkasteluun on otettu tutkimuksen kannalta olennaisimmat genret, joissa sukupuolinen tarkastelun näkökulma pääsee parhaiten esiin. Esimerkiksi seikkailupeleissä ei motivaation syntymisen eroja ole juurikaan havaittavissa (Hartmann & Klimmt 2006), joten olisi turhaa tutkia motivaation syntymisen eroja sukupuolien näkökulmasta kovin syvällisesti näissä peleissä. Osaltaan myös olemassa oleva aineisto on rajannut ryhmien valintaa, sillä esimerkiksi VR -pelit ovat niin uusi genre, ettei tutkimustietoa ole ehtinyt laajasti syntyä.

Naisten suosikkipelit			Miesten suosikkipelit		
1	<i>Pasiassi</i>	69	1	<i>Veikkauksen pelit</i>	38
2	<i>Candy Crush</i>	55	2	<i>Pasiassi</i>	28
3	Mahjong	20	3	NHL	20
4	<i>Veikkauksen pelit</i>	19	4	Call of Duty	17
5	Hay Day	17	5	Counter Strike	17
6	Farm Heroes Saga	15	6	Clash of Clans	15
7	The Sims	10	7	Grand Theft Auto	11
8	Sanajahti	9	8	FIFA	11
9	Angry Birds	7	9	League of Legends	10
10	Pix Words	7	10	<i>Candy Crush</i>	9

Kuvio 3. Suosituimmat pelit 2015 Suomessa (Mäyrä ym. 2015)

### 3.1 Sukupuolinen näkökulma

Aktiivisesti 52 % suomalaisista naisista pelasi digitaalisia pelejä vuonna 2015, kun miesten osuus oli hieman korkeampi 63 % (Mäyrä ym. 2015). Vaikka naiset ovat kasvava pelaaryhmä, ei heitä edelleenkään oteta huomioon pelisuunnittelussa riittävästi, vaan pelit ovat kohdennettu miesyleisölle (Lucas & Sherry 2004). Molemmat sukupuolet ovatkin omaksuneet pelit miehiseksi aktiviteetiksi (Williams, Consolvo, Caplan & Yee 2009). Naisten suosiossa ovat olleet perinteisesti musiikki-, seura- ja simulaatiopelit, jotka paremmin vastaavat naisten mieltymyksiä pelisuunnittelun ja toteutuksen osalta. Strategia-, ammuskelu- ja urheilupelit olivat miesten suosikkigenrejä digitaalisista peleistä. (Mäyrä ym. 2015) Pelit ovat yhteydessä luovuuden lisääntymiseen, ongelmanratkaisuun ja sosiaalisuuteen, joka näkyy etenkin peleissä joita pelataan (Granic ym. 2014). Kuten taulukoista 3 nähdään, ovat suosituimmat pelit sukupuolien välillä täysin eri genren pelejä. Seuraavassa kappaleessa pohditaan, mikä on voinut johtaa naisten alhaiseen pelimotivaatioon miesvaltaisissa peligenreissä.

Naisten osuus toimintapelien pelaajina on kasvanut viime vuosien aikana 7,7 prosenttiyksikköön (Mäyrä ym. 2015), mutta siitä huolimatta pelaajanaiset eivät halua tehdä sukupuolestaan huomion keskipistettä (Lucas & Sherry 2004). Jos pelaaja osoittautuu naiseksi, voi hän joutua kokemaan väheksyntää ja häirintää (Richard 2013). Ei olekaan siis ihme, että usein naiset eivät halua tuoda sukupuoltaan esiin pelitilanteissa. Tilastollisesti naiset edelleen pelaavat harvemmin kuin miehet (Lucas & Sherry 2004), joka voisi selittyä sillä, että suurin osa peleistä on erittäin kilpailuhenkisiä, eivätkä naiset motivoitu kilpailusta läheskään yhtä paljon kuin miehet. Naiset kokevat sen sijaan pelit pakopaikkana, jossa voi silloin tällöin hengähtää hektisestä arjesta. (Mozelius ym. 2016) Toisaalta Williams ym. (2009) painottavat tutkimuksessaan, että 60% naisista pelaa kumppaneidensa kanssa, kun vastaava luku miesten kohdalla on alle 25%. Tästä voidaan päätellä, että myös elämäntilanne ja sosiaaliset suhteet vaikuttavat suuresti pelimotivaation syntymiseen kussakin elämän vaiheessa. Mitä asioita pelisuunnittelussa sitten voitaisiin ottaa paremmin huomioon, jotta naiset motivoituisivat pelaamaan enemmän? Tätä kysymystä

pohditaan seuraavassa kappaleessa.

Mikäli naiset halutaan ottaa pelaajaryhmänä paremmin mukaan, tulisi myös miesvaltaisiin genreihin lisätä naisille suunnattua sisältöä tai muuttaa pelisuunnittelun lähtökohtia vastaamaan paremmin myös naisten tarpeisiin. Naiset ovat kiinnostuneita pelaamaan pelejä, jotka herättävät tunteita, ja joissa he voivat kokea kontrolloivansa tilannetta. (Lucas & Sherry 2004) Vaikka miehet ja naiset nauttivat erilaisista elementeistä, ei ole mahdotonta tehdä pelejä, jotka houkuttelevat molempia sukupuolia. Esimerkiksi seikkailupelit ovat eräs genre, jossa naisten osuus pelaajista on 45%, ja juuri näistä peleistä tulisi ottaa ideoita myös muihin genreihin, jotta naispelaajatkin saataisiin motivoitumaan paremmin (Vahlo ym. 2017). Avoimeksi jää, onko mahdollista yhdistää tällaisia ominaisuuksia olemassa oleviin kilpailuhenkisiin peleihin, vai tulisiko naisille kehittää oma peligenre, jossa kilpailulliset ominaisuudet jäävät taka-alalle.

Sosiaalisuus esiintyy naisia motivoivana piirteenä lähes joka genressä, eikä olekaan siis ihme, että sosiaalisten pelien lisääntyessä naisten osuus pelaajien määrästä kokonaisuudessaan on noussut. Vielä vuonna 2009 40% naisista pelasi, (Williams ym. 2009) mutta lukemat ovat jo nousseet 52% suuruuteen vuoteen 2015 mennessä (Mäyrä ym. 2015). Miehillä suunnatut pelit vilisevät seksualisoitua materiaalia, kuten vähäpukeisia naishahmoja, jotka myös osaltaan saattavat ajaa naispelaajia pelaamaan jotain muuta, alentavan naiskuvan karttamiseksi kertovat Lucas ja Sherry (2004). Mielenkiintoista on se, että seksismi vaikuttaa myös miesten pelikokemukseen negatiivisesti, toisin kuin on oletettu (Bowey, Depping & Mandryk 2017). Onkin siis selvää, että vasta kun naispelaajat löytävät mielihyvän pelaamiseen myös näistä peleistä, voidaan stereotyyppinen miesvalta hajottaa. (Lucas & Sherry 2004) Tämä tuskin onnistuu, ennen kuin naiset itse pääsevät suunnittelemaan pelejä, jotka heitä motivoivat pelaamaan.

### 3.2 Pelimotivaation syntyminen SNG peleissä

SNG -pelit ovat online- tai mobiilipelejä, joita pelataan sosiaalisen internetsivuston tai mobiililaitteen kautta. Niiden kehityksen on mahdollistanut sosiaalisten internetsivustojen syntyminen, joiden avulla voidaan olla interaktiossa kavereiden kanssa. (Kim, Chang & Park 2013) Suomessa 37,2 % pelaamisesta tapahtuu mobiililaitteilla, joka tekee siitä suosituimman pelaamisen muodon (Mäyrä ym. 2015). Esimerkiksi Facebookissa FarmVille on ollut yksi suosituimmista peleistä ja saavuttanut yli viiden miljoonan päivittäisen kävijämäärän (Granic ym. 2014). FarmVille -pelissä pelaaja luo itselleen oman maatilan, jota kehitetään naapureiden eli pelikavereiden avustuksella (Kim ym. 2013). Näissä peleissä pelimekaanikat ovat yleensä yksinkertaisia ja käyttöliittymät helppokäyttöisiä. Pelit toimivat usein pay2win- ja free2play -konseptien mukaisesti vähentäen pelin kokeilemisen kynnyksiä. (Yook & Ko 2012) Vielä 1990-luvulla pelättiin, että naiset jäävät pelien tarjoamien hyötyjen ulkopuolelle (Friman 2015). SNG-pelit ovatkin yksi harvoista genreistä, joissa naisten pelaajamäärä on ylittänyt miesten vastaavan määrän.

SNG -pelien suosio perustuu laajaan saatavuuteen, helppoon mekaniikkaan ja tehokkaaseen markkinointiin, esimerkiksi Facebookissa. Yook & Ko (2012) kertovat, että näitä pelejä ei pelata yleensä kovin intensiivisesti, vaan SNG -pelien rooli arjessa on lähinnä tylsyyden poistaminen ja eskapismin kokeminen. Pelimotivaation syntyymiseen SNG -peleissä Kimin ym. (2013) mukaan vaikuttavat leikinomaisuus (engl. playfulness) ja käyttäjän kokemus pelin hyödyllisyydestä (engl. perceived usefulness), kun taas pidemmällä aikavälillä pelimotivaation ylläpitämiseen vaikuttavat sosiaalisuus ja pelattavuus. Tiedetyt pelin ominaisuudet vaikuttavat esimerkiksi sosiaaliseen motivoitumiseen, kuten mahdollisuus liittyä muiden peleihin. Näitä keinoja käytetään yhä enemmän pelaajan motivoimiseksi. (Coursaris ym. 2016)

Yook & Ko (2012) analysoivat tutkimuksessaan, kuinka naiset kokivat pelitoverit kavereiksi, joiden kanssa he olivat mielellään sosiaalisessa kanssakäymisessä. He jakoivat vinkkejä ja vaalivat ystävyysuhteita aktiivisesti. Naiset saattavatkin pelata pelejä, jotta he voivat ylläpitää suhteita pelitovereihin (Williams ym. 2009). Erot sukupuolien välillä syntyvät siitä, mitkä asiat syvemmillä tasolla koetaan motivoi-

vaksi. Miehet kokevat sosiaaliset suhteet SNG -peleissä siten, että pelitoverit ovat lähinnä kilpakumppaneita ja koko sosiaalinen peliyhteisö koetaan hierarkisena järjestelmänä. (Yook & Ko 2012) Ei olekaan siis ihme, että miehet raportoivat selkeästi säännöllisempää käyttöä, kaikissa kilpailuhenkisissä peligenreissä naisiin verrattaessa (Hartmann & Klimmt 2006).

Vaikka sosiaalisuus on tärkeässä roolissa motivaation syntyemisessä, ei se yksinään riitä pelimotivaation syntyymiseen SNG-peleissä. Varsinkin miehille tärkeässä roolissa on halu edetä pelissä, avata saavutuksia ja tätä kautta myös näyttää taitojaan, niin itselleen kuin muille kanssapelaajille (Yook & Ko 2012). Saavutuksista motivoituva pelaaja yleensä myös motivoituu siitä, että hän saa olla yhteydessä muiden pelaajien kanssa ja jakaa parhaat suoritukset kavereiden kanssa (Coursaris ym. 2016). Toisaalta myös erilaisten toimintamallien löytäminen ja luovuuden lisääntyminen ovat osa motivaation syntymistä pelatessa (Granic ym. 2014). Tämä näkyy mm. pelialueen muokkaamisena, esineiden siirtämisenä päivittäin ja näiden muutoksien vertailemisena. Naiset saivatkin eniten mielihyvää siitä, että he pystyivät vaikuttamaan peliympäristön ulkonäköön muokkaamalla siitä itselleen mieluisan kokonaisuuden. (Yook & Ko 2012)

### **3.3 Pelimotivaation syntyminen väkivaltaisissa peleissä**

Väkivaltaiset pelit ovat olleet valtavassa suosiossa aina niiden ilmestymisestä saakka, mutta ne ovat myös herättäneet paljon moraalisia kysymyksiä väkivallan aitouden, määrän ja laadun osalta (Gentile & Anderson 2003). 1990-luvulla käytiin kiihvasta väittelyä väkivaltaisten pelien haittavaikutuksista Mortal Kombatin herättäneen väkivaltaskandaalin innoittamana (Griebel 2006). Tästä johtuen niiden haitallisia vaikutuksia on tutkittu laajasti (Granic ym. 2014). Väkivaltaisiin peleihin, joita on arvosteltu omana aikakautenaan niiden realistisesta väkivaltaisuudesta lukeutuvat kaksintaistelupeli Mortal Kombatin lisäksi ensimmäinen FPS -peli Wolfenstein 3D ja samaan kategoriaan kuuluva Doom (Adachi ja Willoughby 2011). Nykyään väkivalta nähdään hyväksyttävämpänä, vaikka väkivallasta on tullut huomattavasti realistisempaa viimeisen vuosikymmenen aikana (Gentile & Anderson

2003). Esimerkiksi Halo 4 pelissä, jossa pelaaja asettuu supersotilaan asemaan väkivaltaisesti tappaen muukalaisia, on yleisesti ottaen nähty suopeampana, sillä väkivallan kohteena eivät olekaan ihmiset. Vaikka suhtautuminen väkivaltaisiin peleihin on jo muuttunut suvaitsevammaksi, tehdään tutkimuksia väkivaltaisten pelien negatiivisista vaikutuksista edelleen. (Granic ym. 2014) Tutkimukset ovat keskittyneet varsinkin lapsiin ja nuoriin, mutta niitä ei käsitellä tässä tutkielmassa. Sen sijaan tässä alaluvussa tutustutaan minkälaiset tekijät motivoivat aikuisia pelaamaan väkivaltaisia pelejä.

Väkivalta peleissä ilmenee kilpailuna elämän ja kuoleman välillä, joko sosiaalisesti tai yksilönä. Sosiaalisesti väkivaltaisia pelejä voi pelata tovereiden kanssa tiiminä tai tovereita vastaan, kun taas yksilönä voi taistella konetta, ympäristöä ja olosuhteita vastaan. (Granic ym. 2014) Useimmat väkivaltaiset pelit ovat äärimmäisen haastavia ja kilpailuhenkisiä, joka aiheuttaa ajatusten ja tunteiden kautta psykologista kiihtymistä (Adachi & Willoughby 2011). Kilpailu on yksi merkittävimmistä motivaation lähteistä väkivaltaisissa peleissä, ja se voikin olla yksi syy siihen, miksi ne ovat saavuttaneet laajan suosion etenkin miesten keskuudessa. Myös pelaamisen määrällä on vaikutusta, sillä mitä enemmän naiset pelaavat väkivaltaisia pelejä, sitä suurempaa pariutumisarvoa he kokevat verrattaessa naisiin, jotka eivät pelanneet väkivaltaisia pelejä yhtä paljon. (Kasumovic, Blake, Dixon & Denson 2015) Tästä voidaan päätellä, että aggressiivisuudella on yhteys seksuaalisuuteen, koska pelien kilpailuhenkisyys ruokkii aggressiivisuutta lyhyellä aikavälillä (Adachi & Willoughby 2011). Tämän suuntaisia tuloksia Kasumovic ym. (2015) ovat saaneet tutkimuksessaan, jossa naiset kertoivat motivoituvansa pelaamaan väkivaltaisia pelejä, koska se kasvattaa heidän viehättävyyden tunnetta romanttisille partnereille.

Seksuaalisesti aktiivisemmat miehet ja naiset pelaavatkin enemmän väkivaltaisia pelejä, mutta vielä selkeämmin tämä näkyy naisilla. Kasumovic ym. (2015) kertovat myös tutkimuksessaan, että naiset joilla on useampia seksikumppaneita, ovat yleisesti ottaen kilpailuhenkisempiä ja siten on suurempi todennäköisyys, että he ovat motivoituneita pelaamaan väkivaltaisia pelejä. Seksuaalisuuden merkitys pelaamisen suhtautumiseen ja pelaajarooleihin ovat merkittäviä erityisesti naisten kohdalla.

Viisinkertainen määrä naispelaajista on biseksuaaleja normaaliin väestöjakaumaan verrattuna. (Williams ym. 2009) Vaikka seksuaalisuus on vain osa pelimotivaation vaikuttavista tekijöistä väkivaltaisissa peleissä, voidaan kuitenkin päätellä, että tämä on ainutlaatuinen yhteys, jota tulisi tutkia lisää. Tiedostamattomat motivaation lähteet ohjaavatkin usein pelaajien toimintaa, ja siksi niiden tutkiminen pelikäyttämisen kautta on haastavaa. (Bowey ym. 2017) Kun sosiaalisten ominaisuuksien määrä ja laatu väkivaltaisissa peleissä kasvaa, motivoituvat nekin naiset, jotka eivät ole kilpailuhenkisiä, pelaamaan näitä pelejä helpommin (Hartmann & Klimmt 2006).

### **3.4 Pelimotivaation syntyminen MMORPG peleissä**

MMORPG -peleihin lukeutuvat maailman suosituimmat pelit Wolrd of Warcraft (WoW) ja League of Legends (LoL) (Granic ym. 2014). Niiden suosio perustuu kouttavaan etenemisjärjestelmään, sosiaaliseen interaktioon ja narratiiviseen rakenteeseen (Park & Lee 2017). Miesten osuus MMORPG -peleissä on ylivoimaiset 85 %, vaikka naisten määrä onkin ollut kasvussa (Yee 2006). Sitä on voinut hidastaa se, että naisia väheksytään pelin sisällä ja identiteetin paljastaminen voi aiheuttaa välitöntä häirintää ja syrjintää (Yee 2008). Kaiken kaikkiaan 19 miljoonaa pelaajaa pelaa MMORPG -pelejä ympäri maailmaa (Lewis 2016). MMORPG -peleissä kustomoidaan fantasiahahmoa, tutkitaan monipuolista ja muuttuvaa ympäristöä, sekä taistellaan yhteistyössä muiden pelaajien kanssa ihmis- ja tietokonevastustajia vastaan (Granic ym. 2014). Tässä genressä yhdistyvät monet motivaation lähteet, jotka on luokiteltu Yee'n tutkimuksen mukaan kuviosta 4 nähtävällä tavalla.

Motivaation lähteet MMORPG -peleissä jaetaan siis kolmeen ryhmään eli saavutuksiin, sosiaalisuuteen ja immersioon. Miesten suurimpana motivaationa esiintyvät näistä selkeimmin kilpailu ja edistyminen. Naiset sen sijaan arvioivat tärkeimmiksi motivaation lähteiksi sosiaaliset suhteet sekä kustomoinnin MMORPG -peleissä. (Yee 2008) Esineiden kerääminen ja niiden avulla hahmon kehittäminen voi-kin saada pelaajan flow -tilaan, jolloin pelaajan taidot ovat oikeanlaisessa suhteessa vastustajan taitoihin nähden (Park & Lee 2017). Vaikka tilastollisesti joitain eroja pe-

limotivaation syntymisessä on havaittavissa, niin tuloksissa on runsaasti enemmän yhtäläisyyksiä kuin eroja. (Lewis 2016) Näennäisesti motivaation lähteet vaikuttavat olevan yllättävän samanlaisia, mutta oikeastaan monissa tapauksissa miehet ja naiset kuitenkin hakevat erilaisia asioita. Esimerkiksi miespelaajat socialisoituvat MMORPG - peleissä yhtä paljon kuin naiset, mutta he hakevat täysin eri asioita noista suhteista. Miehet useammin tyydyttävät kilpailuviettiään, kun taas naiset nauttivat sosiaalisista suhteista toveruuden merkeissä (Yee 2006).

<b>SAAVUTUKSET</b>	<b>SOSIAALISUUS</b>	<b>IMMERSIO</b>
Edistyminen	Sosialisointi	Löytäminen
Mekaniikka	Sosiaaliset suhteet	Roolipelaaminen
Kilpailu	Ryhmätyö	Kustomointi
		Eskapismi

Kuvio 4. Motivaation lähteet MMORPG -peleissä (Yee 2006)

Vaikka erot eivät ole tilastollisesti suuria, niin erityisesti miehet kokivat, että näissä peleissä on myös mahdollisuus saavuttaa asioita, joita he eivät pysty oikeassa elämässä saavuttamaan (Kneer & Glock 2013). Sosiaalisilla ominaisuuksilla onkin positiivinen vaikutus immersioon, joka auttaa pelaajaa uppoutumaan peliin (Lewis 2016). Immersion syntymiseen vaikuttaa mm. pelin share in -ominaisuus, jonka avulla pelaajat voivat keskenään jakaa materiaalia pelin sisällä (Coursaris ym. 2016). Uuden identiteetin, perheen ja sosiaalisten suhteiden luominen koetaan yllättävän rentouttavaksi pakokeinoksi arjen stressistä. Erilaisia saavutuksia ja kontakteja voidaan käyttää apuna oikean elämän stressin käsittelyssä. (Kneer & Glock 2013) MMORPG -pelit ovat kokonaisvaltainen peligenre, jossa pelaaja voi pelata peliä monella eri tavalla tyydyttääkseen omat henkilökohtaiset tarpeensa (Yee 2008). Vaikka motivaation eri osa-alueet on jaettu kuviossa 4 saavutuksiin, sosiaalisuuteen ja immersioon, ovat kaikki niiden alakategoriat tärkeitä kokonaisvaltaisen pelikokemuksen luomiseen ja edelleen pelimotivaation syntymiseen.



### 3.5 Pelimotivaation syntyminen simulointi peleissä

Simulointipelit, kuten *The Sims* ja *SimCity*, ovat yksi suurimmista yksittäisistä peligenreistä, joita naiset hallitsevat 84% suosiollaan. (Janz ym. 2010) *The Sims* -peleissä pelaajat kehittävät virtuaalimaailman, jossa heidän luoma(t) hahmonsa oppivat uusia taitoja, socialisoituvat, käyvät töissä ja kehittävät monimutkaisia ystävyys- ja perhesuhteita (Granic ym. 2014). Vuonna 2000 ilmestynyt *The Sims* -pelisarja sai naispelaajien suosion, ja on arveltu että osasyynä on markkinoinnin neutraloituminen. Vielä 1990-luvulla naisia yritettiin houkutella kirkkaiden värien ja yksinkertaisten mekaniikkojen avulla, nk. pinkkien pelien avulla (Friman 2015). *The Sims* avasikin uuden maailman naispelaajille uskottavalla ja sukupuolineutraalilla lähestymistavalla (Janz ym. 2010).

Simulaatiomaailmassa pelaaja pystyy tekemään asioita, joita oikeassa elämässä ei ole mahdollista toteuttaa. Tätä ominaisuutta kutsutaan fantasiaksi. (Lucas & Sherry 2004) Fantasia on yksi kuudesta Janzin ym. (2010) löytämästä motivaation lähteistä *The Sims* -peliä pelatessa. Tämä näkyy *The Sims* -pelissä esimerkiksi mahdollisuutena olla rikollinen tai luoda homosuhteita (Frasca 2003). Muut motivaation lähteet, jotka Janz ym. (2010) esittelivät olivat kontrollin tunne, haaste, sosiaalisuus, hauskuus ja eskapismi. Kun pelaaja tekee päätöksiä simulaatiopelissä, hän kokee kontrollin tunnetta. Tämä näkyy *SimCity* pelissä siten, että pelaaja voi valita tavoitteleeko hän ekologista, kaunista vai isoa kaupunkia (Frasca 2003). Simulaatio pelien haaste syntyykin tasapainoilusta erilaisten resurssien välillä. Kun vastaanotetun haasteen määrä kasvaa, on pelaajan kokema hauskuus suurempaa (Coursaris ym. 2016). Kun pelaaja kokee tarpeeksi hauskuutta, voi hän saavuttaa eskapismintunteen. Silloin pelaaja pystyy irrottautumaan arjesta ja upottautumaan olemaan joku aivan muu, jolloin todellisuuden huolet voivat unohtua. (Janz ym. 2010) Kuten lähestulkoon kaikissa peligenreissä, on sosiaalisuus myös osa pelimotivaation syntymistä simulaatiopeleissä.

Suurin osa pelaajista motivoituu pelaamaan *The Sims* peliä hauskuuden vuoksi, eikä suuria eroja sukupuolien välillä ollut. Kontrollin tunne oli toiseksi suosituin syy motivoitumiseen, eikä senkään osalta sukupuolien väliltä löydetty merkittäviä ero-

ja. (Janz ym. 2010) Fantasia, haasteen ja sosiaalisen interaktion osalta eroja kuitenkin löydettiin. Miehet kokivat fantasian ja haasteen selkeästi motivoivampana kuin naiset, kun taas naispelaajien suurimpana motivaation lähteenä The Sims-peliä pelatessa esiintyi eskapismi. Yllättävää oli, että tässä genressä miehet motivoituivat sosiaalisuudesta huomattavasti enemmän kuin naiset (Janz ym. 2010), sillä monissa muissa genreissä naiset nimenomaan motivoituvat tarkoituksenmukaisesta sosiaalisesta interaktiosta, joka vaikuttaa pelin kulkuun. (Hartmann & Klimmt 2006) The Sims on säilyttänyt suosionsa naisten keskuudessa vuosikymmenien ajan. Suosio perustuu rauhalliseen ja rentouttavaan pelikokemukseen, joka motivoi pelaajaa pelaamaan yhä uudestaan ja uudestaan (Kallio ym. 2011).

## 4 Vertailua

Pelikulttuurin sukupuolisesta tutkimuksesta Friman (2015) kertoo, että erot sukupuolien välillä syntyvät nimenomaan siitä, miten pelaamaan on päädytty, eikä pelikäyttäytymisestä tai pelimääristä, niin kuin aikaisemmin on arveltu. Satunnaisesti pelaavat henkilöt motivoituivat eniten eskapismista, jolloin pelaaminen tapahtuu esimerkiksi työpäivän aikana tai sen jälkeen rentoutumiseksi, kun taas sitoutuneet pelaajat nauttivat pelien jännittävydestä. Sosiaalisista syistä pelaamaan ajautuneet henkilöt halusivat yleensä viettää aikaa kumppanin tai lapsensa kanssa. (Kallio ym. 2009)

	SNG	MMORPG	Simulointi	Väkivalta
Naiset	Sosiaalisuus Kustomointi Edistyminen	Sos. Suhteet Kustomointi Immersio	Hauskuus Kontrolli Eskapismi	Kilpailu Eskapismi
Miehet	Kilpailu Saavutukset Edistyminen	Kilpailu Fantasia Edistyminen	Hauskuus Fantasia Haaste Sosiaalisuus	Kilpailu Saavutukset Haaste

Kuvio 5. Pelimotivaation synnyttävät tekijät sukupuolittain

Yllä olevaan taulukkoon 5 on koottu tutkielman kannalta oleelliset tulokset. SNG -peleissä sukupuolien erot syntyivät miesten kilpailuhalukkuudesta. Naiset halusivat pelata sosiaalisesti kustoimoiden pelialueita, ja täten edistyä pelissä ilman kilpailun tunnetta. Myös MMORPG -peleissä miehet kokivat kilpailun ja edistymisen tärkeimpänä motivaation lähteenä, kun naiset taas nauttivat sosiaalisista suhteista, immersioista ja kustomoinnista. Yllättäen simulointipeleissä sosiaalisuus, haaste ja fantasia loivat miehillä hauskan pelikokemuksen. Päinvastoin kuin miehillä, naisten hauskuus koostui rentouttavasta kontrollin ja eskapismin yhdistelmästä. Väkivaltaiset pelit ovat kaikista peligenreistä kilpailuhenkisin, joten arvatakin saattaa, että miesten suurimpana motivaation lähteenä oli kilpailu. Kilpailu on yhtey-

dessä saavutuksiin ja haasteeseen, jotka olivat myös erittäin motivoivia elementtejä miesten keskuudessa. Naisten osalta löydettiin yhteys seksuaalisuuden ja kilpailuhenkisyyden välillä, josta pääteltiin, että naiset jotka pelaavat väkivaltaisia pelejä, ovat luultavasti seksuaalisesti aktiivisempia. Myös eskapismin tunne ilmeni väkivaltaisissa peleissä naisilla hieman motivoivampana kuin miehillä.

Kaiken kaikkiaan miehet raportoivat selkeästi säännöllisempää käyttöä digitaalisten pelien parissa naisiin verrattuna. Naiset kuitenkin pelasivat rauhallisia simulaatio-, musiikki-, seura- ja seikkailupelejä hiukan useammin kuin miehet, muuten miehet ohittivat naiset selkeästi jokaisella osa-alueella. (Mäyrä ym. 2015) Kuitenkin Busch ym. (2016) kertovat tutkimuksessaan, että myös miehet, jotka kokivat omaavansa feminiinisiä puolia olivat herkempiä motivoitumaan kustomoinnista ja simuloinnista. Miehet, jotka eivät pelanneet säännöllisesti, muistuttivatkin pelikäyttäytymiseltään enemmän naispelaajia vieroksuen väkivaltaisia pelejä (Hartmann & Klimmt 2006). Pelimotivaatioiden erot sukupuolien välillä näkyvät mm. rooleissa, joita pelaajat omaksuvat pelatessaan. Miehet pelasivat eniten kauppiaita, komentajia ja uhkarohkeita hahmoja, kun taas naiset kumppanin ja seikkailijan rooleja. (Vahlo ym. 2017)

Toisaalta niin miehet kuin naisetkin, jotka pelasivat väkivaltaisia pelejä kokivat korkeampaa seksuaalista kiinnostusta, josta voidaan päätellä että seksuaalisesti avoimemmat ihmiset sukupuolesta riippumatta pelaavat muita herkemmin väkivaltaisia pelejä (Kasumovic ym. 2015). Epäselvää on, ovatko naisten mieltymykset muuttuneet pakon edessä vai itsestään, sillä vielä vuonna 2004 tehdyssä Lucasin ja Sherryn (2004) tutkimuksessa todetaan, ettei naisille tehdä heitä kiinnostavia pelejä juuri lainkaan. Mielenkiintoista oli, että miehet motivoituivat voimakkaammin kaikista motivaation lähteistä naisiin verrattuna (Sherry ym. 2006). Herääkin kysymys, onko naisten vaikeampi arvioida pelaamiskäyttäytymistään ja määritellä motivaatioon vaikuttavia tekijöitä.

## 5 Yhteenveto

Tämä tutkielma kuvaa yksinkertaistettuna erilaisia pelimotivaation lähteitä peligenreittäin ja jaottelee ne helposti vertailtavaan muotoon taulukkoon 5. Näitä sukupuolien eroja tulee ottaa huomioon pelisuunnittelussa ja markkinoinnissa, jotta saavutetaan halutun kohderyhmän suosio motivoimalla heitä oikealla tavalla. Uusia tapoja pelata kehitetään jatkuvasti. (Vahlo ym. 2017) Siitä huolimatta jokainen ihminen on yksilö, eikä ole mahdollista luoda muottia, joka sopisi kaikille. On myös hyvä ottaa huomioon, että monet pelit kuuluvat useaan peligenreen limittäin, kuten [mmo-huts.com](http://mmo-huts.com) (2017) sivuilta nähtävästä luettelosta voidaan havaita.

Tutkielman tarkoituksena oli helpottaa pelien suunnittelua ennalta määrättyjä kohderyhmiä varten. Pelimotivaation yleisimpiä syitä miehillä oli halu enimmäkseen tyydyttää kilpailuviettiään ja saavuttaa voiton tunteita, kun taas naiset eivät motivoituneet tästä juuri lainkaan (Hartmann & Klimmt 2006). Sosiaalisuus, roolipelaaminen ja eskapismi olivat naisille monissa genreissä tärkeimpiä ominaisuuksia pelimotivaation syntyessä (Yook & Ko 2012), (Lewis 2016). Pelimotivaatiot muodostavat monimutkaisen kerroksittaisen kokonaisuuden, jossa yksittäinen motivaation lähde on yhteydessä myös muihin motivaation lähteisiin (Kallio ym. 2011).

Pelimotivaation tutkimuksessa on keskitytty löytämään erityisesti keinoja naisten motivaation ymmärtämiseksi (Yee 2008). Sosioekonomiset tekijät, kuten seksismi, homofobia ja etnosentrisyys vaikuttavat pelikokemuksen syntymiseen ja erilaisten vähemmistöjen tutkiminen olisi tärkeää, sillä se on jäänyt pitkään huomiotta (Richard 2013). Ihmisen elämäntilanne, kulttuurilliset tekijät ja sosioekonominen asema vaikuttavat suuresti siihen, minkälaisia resursseja kullakin on käytettävissään ja minkälaiset pelit koetaan kiinnostavina (Hartmann & Klimmt 2006). Huomiota tulisi myös kiinnittää pelaajien ikään, sekä maskuliinisiin ja feminiinisiin puoliin (Yee 2008). On myös täysin eri asia tutkia pelaajia, jotka pelaavat peliä ensimmäistä kertaa, ovat tottuneita käyttäjiä tai ongelmapelaajia (Hartmann ym. 2012). Tottunut pelaaja voi pelata vauhdikasta toimintapeliä rentoutuakseen, kun taas ensimmäistä kertaa pelaava pelaaja ei varmastikaan saisi samaisesta pelistä rentouttavaa koke-

musta (Kallio ym. 2011). Pelien tulee tarjota huikeita kokemuksia aloitteleville, ja tarpeeksi haasteita kokeneille pelaajille, jotta motivaatio pelata sekä syntyy, että säilyy. (Klimmt & Hartmann 2005)

Tulevaisuuden tutkimuksissa tulisi tutkia ikääntyvää pelaajakuntaa, sillä ei ole tutkittu lainkaan sitä, minkälaisia pelejä vanhukset olisivat motivoituneita pelaamaan. Yee (2008) kertoo tutkimuksessaan, että eri ikäryhmillä on enemmän eroja esimerkiksi saavutusten kautta motivoitumiseen kuin sukupuolien välillä. Tällä hetkellä kaikkien ikäluokkien, naisten ja miesten, suosiossa ovat erilaiset pulmapelit, kuten pasianssi. (Mäyrä ym. 2015) Kun nykyinen keski-ikäinen pelaajaväestö vanhenee, on täysi arvoitus millaisia pelejä he silloin haluaisivat pelata. On epätodennäköistä, että he edelleen motivoituisivat pelaamaan samanlaisia pelejä, joita he pelasivat vuosikymmeniä sitten. Kallio ym. (2009) toteavat tutkimuksessaan, että nykyajan isovanhemmat pelaavat mielellään lastenlastensa kanssa sosiaalisten suhteiden tukemiseksi. Mitkä muut, kuin sosiaaliset suhteet motivoivat tulevaisuudessa vanhuksia pelaamaan digitaalisia pelejä? Ehkäpä vanhukset kaipaisivat muistinhallintaan, hidastuneeseen reaktiokykyyn ja näköön, liittyviä kilpailuviettiä tyydyttäviä haasteita, mielekkäästi suunnitellun palkintojärjestelmän tukemana. On myös mahdollista, että vanhemmiten kilpailuvietti heikkenee, ja pelimotivaatio kietoutuukin esimerkiksi syvällisten narratiivien ja fantasian ympärille, jolloin vanhus voisi eläytyä olemaan vielä nuori tai tekemään asioita, jotka eivät ole enää todellisuudessa mahdollisia.

## Kirjallisuutta

- Adachi, P. & Willoughby, T. 2011. *The Effect of Video Game Competition and Violence on Aggressive Behavior: Which Characteristic Has the Greatest Influence?*. *Psychology of Violence* Vol 1, s. 259–274.
- Bowey, J., Depping, A. & Mandryk, R. 2017. *Don't Talk Dirty to Me: How Sexist Beliefs Affect Experience in Sexist Games*.
- Busch, M., Mattheiss, E., Reisinger, M., Orji, R., Fröhlich, P. & Tscheligi, M. 2016. *More than sex: The Role of Femininity and Masculinity in the Design of Personalized Persuasive Games*.
- Coursaris, K., Van Osch, W. & Sese, F. 2016. *Exploring the Empirical Link Between Game Features, Player Motivations, and Game Behaviour*.
- Frasca, G. 2003. *Simulation versus Narrative*. *Introduction to Ludology*, s. 221–235.
- Friman, U. 2015. *Sukupuolittuneen pelikulttuurin tutkimuksen lähtökohdat*. *Pelitutkimuksen vuosikirja 2015*, s. 23–38.
- Griebel, T. 2006. *Self-Portrayal in Simulated Life: Projectinf Personality and Values in The Sims 2*. *The International Journal of Computer Game Research*, Nro 6. <http://www.gamestudies.org/0601/articles/griebel>. Viitattu 17.5.2017
- Gentile, D. & Anderson, C. 2003. *Violent Video Games: The Newest Media Violence Hazard*. *Media Violence and Children* s. 131–152.
- Granic, I., Lobel, A. & Engels, R. 2014. *The Benefits of Playing Video Games*. *American Psychologist* Nro 69, s 66–78.
- Hartmann, T. & Klimmt, C. 2006. *Gender and Computer Games: Exploring Females Dislikes*.
- Hartmann, T., Younbo, J. & Vorderer, P. 2012. *What Determines Video Game Use? The Impact of Users? Habits, Addictive Tendencies, and Intentions to Play*. *Journal of Media Psychology* Vol 24, s. 19–30.
- Hunicke, R., LeBlanc, M. & Zubek, R. 2004. *MDA: Formal Approach to Game Design and Game Research*.
- Janz, J., Avis, C. & Vosmeer, M. 2010. *Playing The Sims2: an Exploration of Gender Differences in Players Motivations and Patterns of Play*.

- Juul, J. 2009. *Fear of Failing? The Many Meanings of difficulty in Video games*. The Video Game Theory Reader 2009. s. 237–252.
- Kallio, K., Mäyrä, F. & Kaipainen, K. 2009. *Pelikulttuurin monet kasvot - Digitaalisen pelaamisen arkiset käytännöt Suomessa*. Pelitutkimuksen vuosikirja, s. 1–15.
- Kallio, K. , Mäyrä, F. & Kaipainen, K. 2011. *At Least Nine Ways to Play: Approaching Gamer Mentalities*. Games & Culture 2011 Vol 6, s. 327–353.
- Kasumovic, M., Blake, K. , Dixson, B. & Denson, T. 2015. *Why Do People Play Violent Video Games? Demographic, Status-Related, and Mating-Related Correlates in Men and Women*. Personality and Individual Differences Vol 86, s. 204–211.
- Katajainen, A., Lipponen, K. & Litovaara, A. 2006. *Proaktiivisuus - reaktiivisuus. Voimavarat käyttöön*. [http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p\\_teos=onn&p\\_artikkeli=onn00023](http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_teos=onn&p_artikkeli=onn00023)  
Viitattu 22.3.2017
- Kim, J., Chang, Y. & Park, M. 2013. *Why Do People Like to Play Social Network Games With Their Friends? A Focus on sociability and playability*. Proceedings of the 17th Pacific Asia Conference on Information Systems.
- Klimmt, C. & Hartmann, T. 2005. *Effectance, Self-Efficacy, and the Motivation to Play Video Games*.
- Kneer, J. & Glock, S. 2013. *Escaping in Digital Games: The Relationship between Playing Motives and Addictive Tendencies in Males*. Computers in human behaviour 2013 Vol. 29, s. 1415–1420.
- Lewis, M. 2016. *Massively Multiplayer Online Roleplaying Gaming: Motivation to play, Player Typologies and Addiction*. Dissertation Presented in the Graduate School of The Ohio State University.
- Lucas, K. & Sherry, J. 2004. *Sex Differences in Video Game Play: A Communication-Based Explanation*.
- Martela, F. & Jarenko, K. 2014. *Sisäinen motivaatio: Tulevaisuuden työssä tuottavuus ja innostus kohtaavat*. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 3/2014, ISBN 978-951-53-3545-6. Viitattu 13.3.2017
- Maslow, A. 1943. *A Theory of Human Motivation*. Psychological Review, s. 96–370.
- mmohuts.com. 2017. *Free online MMORPG and MMO games list – MMO hut*. <http://mmohuts.com>



//mmohuts.com. Viitattu 24.4.2017

- Mozelius, P., Westin, T., Wiklund, M. & Nordberg, L. 2015. *Gaming Habits, Study Habits and Compulsive Gaming Among Digital Gaming Natives*.
- Mäyrä, F., Karvinen, J. & Ermi, L. 2015. *Lajityyppien suosio*. Pelaajabarometri.
- Nadler, D. & Lawler, E. 1977. *Motivation: A diagnostic Approach*. Readings in Managerial Psychology, s. 3–19.
- Park, B. & Lee, D. H. 2017. *The Interplay between Real Money Trade and Narrative Structure in Massively Multiplayer Online Role-Playing Games*. Hindawi International Journal of Computer Games Technology, Article ID 3853962. <https://doi.org/10.1155/2017/3853962>
- Richard, G. 2013. *Gender and Gameplay: Research and Future Directions*. Playing with Virtuality: Theories and Methods of Computer Game Studies, s. 269–284.
- Ryan, R. & Deci, E. 2000. *Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions*. Contemporary Educational Psychology 25, s. 54–67.
- Salen, K. & Zimmerman, E. 2004. *Rules of Play: Game Design Fundamentals*.
- Sherry, J. , Greenberg, B. , Lucas, K. & Lachlan, K. 2006. *Video Game Uses and Gratifications as Predictors of Use and Game Preference*.
- Vahlo, J., Kaakinen, J., Holm, S. & Koponen, A. 2017. *Digital Game Dynamics Preferences and Player Types*. Journal of Computer-Mediated Communication Vol 22, s. 88–103.
- Williams, D., Consolvo, M., Caplan, S. & Yee, N. 2009. *Looking for Gender: Gender Roles and Behaviors Among Online Gamers*. Journal of Communication Vol 59, s. 700–725.
- Yee, N. 2006. *Motivations for Play in Online Games*. CyberPsychology & Behaviour Vol 9, s. 772–775.
- Yee, N. 2008. *Maps of Digital Desires: Exploring the Topography of Gender and Play in Online Games*.
- Yook, J. & Ko, W. 2012. *Analysis on Game-Playing Tendency of SNGs users by gender*. World Academy Science, Engineering and Technology.