

Alexi Routakangas

Faniyhteisöjen vaikutus videopeleihin ja e-urheiluun

Tietotekniikan tutkielmapohjan esimerkki ja käsikirja

30. huhtikuuta 2022

Jyväskylän yliopisto

Informaatioteknologian tiedekunta

Tekijä: Aleksi Routakangas

Yhteystiedot: routakangasaleksi1@gmail.com

Ohjaaja: Sanna Juutinen, sanna.k.juutinen@jyu.fi

Työn nimi: Faniyhteisöjen vaikutus videopeleihin ja e-urheiluun

Title in English: Fandoms effect on video games and Esports

Työ: Tutkielmapohjan esimerkki ja käsikirja

Opintosuunta: Tietotekniikka

Sivumäärä: 24+0

Tiivistelmä: Tutkielman tavoitteena on tehdä kirjallisuuskatsaus ja esittää, miten faniyhteisöt voivat vaikuttaa ja ovat jo vaikuttaneet videopeleihin ja e-urheiluun ja samalla antaa esimerkkejä ja tukea aikaisempien artikkelien pohjalta. Tuloksia tarkastellaan eri perspektiiveistä ja niitä vertaillaan toisiinsa päästäksemme johtopäätöksiin, joista voidaan päätellä, miten suuri näiden yhteisöjen vaikutus on.

Avainsanat: videopelit, esports, fandom, kandidaatintutkielmat

Abstract: The aim of the thesis is to review the literature and show how fan communities can and have influenced video games and e-sports, while providing examples and support based on previous articles. The results are examined from different perspectives and compared to arrive at conclusions about the impact of these communities.

Keywords: video games, fandom, esports, Bachelor's Theses

Esipuhe

Valitsin tutkielmani aiheen mielenkiinnon pohjalta, mutta samalla inspiroituneena aikaisempaan vuotena, eli 2021, suoritetuista kursseista. Nämä kurssit käsittelevät peli-, fani- ja kulttuuritutkimusta, joihin tämä kirjoitelma perehtyy. Samalla näiden kurssien sisältö on pohjustanut omaa uratulevaisuuttani, johon aion hakea.

Tahdon kiittää yliopistoni pelitutkimuksen puolta heidän laatimistansa kursseista ja niiden luennoitsijoita, jotka ovat innoittaneet minua tämän tutkielman tekemiseen, sekä perhettäni heidän antamasta tuesta ja kannustuksesta suorittaa opintoni tähän pisteeseen. Itselläni on ollut aina hankaluuksia opiskelussa, sekä kirjoittamisessa ja tämä tuki on ollut aina itselleni tärkeää.

Kirjoitettu Jyväskylässä 30. huhtikuuta 2022

Aleksi Routakangas

Termiluettelo

Fandom	Alakulttuuri, joka koostuu jonkin asian, aktiviteetin tai esiintyjän faneista, jotka luovat yhdessä itselleen yhteisön, jossa keskustella ja seurata fanituksen kohdetta.
E-urheilu	Videopelien kilpailullista pelaamista, jossa peliä pelaa usein ammattilaispelaajat.
Modi/modaaminen	Valmiiseen peliin fanien tuottamaa lisäsisältöä, joka muokkaa peliä, muuttaa jotain sen osaa tai lisää peliin kokonaan uutta sisältöä.
Toksisuus	(Eng. toxic) Tarkoittaa vihanomaista käyttäytymistä, jolloin toimitaan muita pelaajia kohden negatiivisesti, esimerkiksi verbalisesti haukutaan toista henkilöä jatkuvasti huonoksi pelaajaksi tai muuten käyttäytyään aggressiivisesti heitä kohden.
Transmedia	Alkuperäisen mediatuotteet, kuten videopelin, ympärille tuotettua lisäsisältöä, joka tukee alkuperäistä tuotetta, kuten esimerkiksi tuotteen sosiaalisen median tilit tai muille media -alustoille tuotetut tuotteet.

Sisällys

1	JOHDANTO	1
2	FANIYHTEISÖJEN POHJUSTUS	3
	2.1 Videopelien esiintyminen mediassa	4
	2.2 E-urheilun esiintyminen mediassa	5
3	FANDOMIN VAIKUTUKSEN ALUEET	7
	3.1 Massamedian tuoma julkisuus ja Gamergate	7
	3.2 Internetin sisällä	8
	3.3 Fandomit e-urheilussa	9
	3.4 Aktivismi ja yhteisöjen toksinen agressio	11
4	FANDOMIN LUOMA TRANSMEDIA	13
	4.1 Fandomien suurimmat transmediat: Modaaminen ja Speedrunit	14
5	YHTEENVETO	16
	LÄHTEET	17

1 Johdanto

Faniyhteisöt ja niiden toiminta on ollut olemassa niin kauan, kuin viihdekin, mutta näiden yhteisöjen vaikutus heidän kuluttamaan viihteeseen on myöskin tärkeää huomioida ja havaita. Tämä vaikutus viihteeseen, sekä nykypäivän mediaan on kuitenkin usein ylenkatsottua ja jää huomaamatta, tai tarkemmin sen olemassaoloa ei kyetä tiedostamaan. Kysymykseksi nouseekin: miten paljon ja millä tavoin nämä faniyhteisöt ovat vaikuttaneet heidän fanittamaan kohteeseensa?

Tässä tutkielmassa keskitytään tarkemmin videopelien ja e-urheilun faneihin, joilla kummallakin on omat yhteisönsä, mutta joiden välillä on paljon yhtenäisyyksiä. Videopelien kohdalla faniyhteisöt yleensä keskittyvät yhteen tai muutamaan peliin tai pelisarjaan, mutta e-urheilussa yhteisöjä voi muodostua niin tiimien, kuin myös pelkästään yhden pelaajan tai pelatun pelin ympärille. Aihe koskee niin pelitutkimusta, kuin myöskin fanikulttuurin tutkimusta, mutta sitä ei ole tutkittu laajasti, minkä vuoksi aiheella ei ole paljon tarkkaa pohjatutkimusta.

Tutkielma lisää aiheen ymmärrystä ja samalla vakiinnuttaa peli- ja fanikulttuurien tutkimusten yhtenäisyyksiä, mitä on aikaisemminkin tutkittu keskenään, kuten esimerkiksi monissa tämän tutkielman lähteissä. Tutkielman tulos antaa kuvauksen yhteisöjen toiminnasta ja vaikutuksesta videopeleihin, niiden kehittäjiin ja julkaisijoihin, sekä e-urheiluun ja sitä järjestäviin organisaatioihin. Samalla esitetään, miten fandom-kulttuuri voi vaikuttaa globaalisti ja mahdollisesti parhaimmillaan tai pahimmillaan, kontekstista riippuen, johtaa laajoihin sattumuksiin ja protesteihin.

Tutkielma alkaa aiheen käsitteiden avaamisella, sekä sen yleisten taustojen, kuten yhteisöjen aikaisemman toiminnan ja videopelien, sekä e-urheilun historian ja tämänhetkisen aseman selityksellä. Samalla katsotaan myöskin hieman videopelien kulttuurin sisältöä ja niiden taustoja, mikä on tärkeää fandomien syntymiselle. Sen jälkeen käsitellään faniyhteisöjen toimintaa eri alustoilla, yhteisöjen käyttäytymistä, niin positiivista, kuin negatiivista; sekä tarkkaillaan fandomin aktiivista vaikutusta videopelin tuottajiin ja julkaisijoihin. Samalla käydään läpi niiden tunnistustavat ja mitä ongelmia näillä alustoilla esiintyy. Seuraavaksi

käsitellään fanien tuottamaa transmediaa, uusien eri alustojen, kuten esimerkiksi modaamisen tuomia mahdollisuuksia fanien toiminnalle ja katsastellaan näiden alustojen vaikutusta. Tämän jälkeen tehdään lopuksi yhteenveto.

2 Faniyhteisöjen pohjustus

Fandom tai fanikulttuuri on termi, millä kuvataan yhteisöjä, jotka muodostuvat jonkin tuotteen, henkilön, tiimin, brändin tai organisaation ympärille, jota yhteisö tukee eri tavoilla, kuten esimerkiksi rahallisesti (Gray, Sandvoss ja Harrington 2017). Fani on yksilö, joka fannittaa samoja asioita kuin fandomit, mutta jonka ei kuitenkaan tarvitse olla osa fandomia. Fandomien tarkoitus on toimia yhteisönä, jossa samankaltaiset ajattelijat voivat keskustella ja toimia yhdessä. Fandomeilla on kuitenkin paha maine niiden paikoitellen toksisen käyttäytymisen vuoksi, mikä on usein julkista ja muokkaa ulkopuolisten kuvaa näistä yhteisöistä (Jones 2019).

Mavridou (2017) selittää fandomin käsitettä hieman ympäröineenä, hieman kuten taide, mikä voi olla ja tarkoittaa useita eri asioita riippuen kontekstista. Fandomit yleensä koetaan alakulttuurina, mikä rakentuu muiden suurempien kulttuurien alle, kuten esimerkiksi videopelikulttuurin. Samalla fandom on kuitenkin terminä välittömästi kaikkien ymmärrettävissä vaistomaisella tasolla, vaikka sen tarkka määritelmä saattaakin olla epämääräinen. Mavridou jatkaa huomauttamalla, miten fandomit voi tunnistaa kirjallisuudessa, musiikissa, taideteoksissa ja keräilyharrastuksissa. Hän kuitenkin painottaa ja nostaa esille fandomin näkyvämpiä ja pahamaineisia muotoja, josta hän antaa esimerkiksi Beatlesin läsnä ollessa pyörtäneet naiset, mikä toimii esimerkkinä joidenkin fanien fanaattisuudesta.

On tärkeää havainnoida, miten fandomien toiminta on vaikuttanut myös e-urheilun alkuun. Taylor (2012) käsittelee kirjassaan enemmän e-urheilun eri alueita ja viidennessä kappaleessa hän keskittyy sen katsojiin ja faneihin. Kappaleessa käsitellään faniyhteisöjen toimintaa ja niissä olemista, samalla pohtien ja tutkien, mitä kaikkea vaaditaan näihin yhteisöihin liittymiseltä, sekä miksi fani seuraa kiinnostuksen kohdettaan. Taylor huomioi, miten e-urheilun turnaukset saivat alkunsa näistä faniyhteisöistä ja heidän luomistansa pientapahtumista pelihallien takahuoneissa. Hän pohtii eroja e-urheilun fanien ja e-urheilussa pelattujen videopelien fanien eroa, sekä miten fani hyötyy, kun hän on kumpikin. Ruotsalainen ja Välisalo (2020) jatkumona tutkivat, miten fandomit keskustelevat, sekä toimivat ammattipelaajien kanssa, kun he ovat myöskin heidän fanejaan videopelin lisäksi. Videopelien ja e-urheilun faneilla on myöskin monia yhtäläisyyksiä yleisemmän urheilun fanien kanssa, kuten esimer-

kiksi syyt miksi he seuraavat urheilua (Hamari ja Sjöblom 2017). Näitä syitä, kuten esimerkiksi pelaajien kilpailullisuutta, voidaan pitää yhtenä e-urheilun syntyperänä.

2.1 Videopelien esiintyminen mediassa

Videopelit ovat olleet osa meidän kulttuuriamme jo lähes viisikymmentä vuotta, eikä niiden kehittyminen näytä hidastuvan ollenkaan (Wolf ym. 2012). Päinvastoin videopelit ovat kehittyneet, muuttuneet tarkoitukseltaan ja jopa saaneet kokonaan uusia tarkoituksia ja ulkonäköjä ajan, sekä teknologian kehityksen liikkuesssa eteenpäin. Esimerkiksi 1970 ja 1980-luvuilla videopelejä ei pidetty osana mediaa ollenkaan, kuten elokuvia ja tv-sarjoja, vaan ne koettiin enemmänkin lasten leluina. 90-luvulla peliteollisuus alkoi kuitenkin kehittyä sekä paljon suuremmaksi, että intohimoiseksi, jolloin videopelien tarinat ja sisältö muuttui enemmän aikuisten kulutettavaksi. Tämä kehitys jatkuu edelleen ja tänä päivänä videopeleillä kerrotaan hyvinkin vakavia tarinoita eri aiheista, kuten esimerkiksi *Gris* (2018), joka käsittelee menetystä, surua ja masennusta. Videopelit ovat näin myöskin saaneet oman vakituisen tunnituksensa osana kulutettavaa mediaa. Samalla videopelien kehittäjät ovat alkaneet entistä enemmän hyödyntämään transmedian tuomia mahdollisuuksia luoda ylimääräistä materiaalia alkuperäisen pelin ympärille, mikä suuremmaksi osaksi tulee esille muissa medialähteissä, kuten sarjakuvissa, tv-sarjoissa ja elokuvissa.

Kirkpatrick (2015) mainitsee, miten videopelien sosiaalinen ilmiö tuli relevantiksi vasta 1980-luvulla Atarin ja Nintendon konsolien, sekä julkisten pelihallien ansiosta, mutta videopelit ovat olleet mielessämme jo kauan ennen tätä. Useita yksinkertaisia videopelejä on tehty jo 50-luvulta eteenpäin yliopistoissa ja 70-luvun Pong-pelin aiheuttama ilmiö, mikä lopulta johti kuluttajien eli fanien vähäisen kysynnän vuoksi videopeliteollisuuden romahdukseen. (“Understanding media and culture” 2016) -nettiartikkeli; jonka materiaali pohjautuu saman nimiseen kirjaan, mutta on annettu avoimesti saataville, käsittelee videopelien kultuuria ja sen kehittymistä 70-luvusta eteenpäin. Videopelikulttuurin estetiikat ja periaatteet ovat vaikuttaneet yhä enemmän valtavirtakulttuuriin. Tämä on johtanut marginalisoitujen sosiaalisten ryhmien asteittaiseen hyväksymiseen ja lisääntyneeseen mukavuuteen virtuaalimaailmassa ja uusien vuorovaikutustapojen etsimiseen, johtaen faniyhteisöjen kasvuun ja laajempaan monipuolisuuteen. Teksti kertoo myös, miten videopelit ovat vuosikymmenten

aikana "muuttuneet johdannaismediasta, joka otti vihjeensä muista medioista, kuten kirjoista, elokuvista ja musiikista, mediaksi, josta muut tyypit saavat uusia ideoita"(käännetty suomeksi). Samalla on hyvä huomioda, että videopelit ovat periaatteessa ainoa viihdemedian muoto, joka on interaktiivinen sen kuluttajalle ja vaatii hänen panostaan, jotta hän voisi kokea pelin antaman viihteen. Tekstin lopussa käsitellään videopelejä taiteen muotona ja todetaan, miten pelit ovat vaikuttaneet artistiseen mediaan ja inspiroineet fanejaan taiteellisesti, vaikka moni ei välttämättä pidäkään niitä taiteen muotona.

2.2 E-urheilun esiintyminen mediassa

Hamari ja Sjöblom (2017) selittävät e-urheilun "urheilulajina, jossa urheilun ensisijaisia puolia helpottavat elektroniset järjestelmät, pelaajien ja joukkueiden syötteet, sekä e-urheilu järjestelmän tuotoksia välittävät ihmisen ja tietokoneen väliset rajapinnat"(s. 1, käännetty suomeksi). Artikkelissa käsitellään, mitä e-urheilu on, miksi sitä ylipäättään katsotaan ja mihin katsojat tarttuvat sitä katsoessaan. Katsojien antamia syitä e-urheilun katsomiselle pohditaan ja samalla tarkastellaan katsojan mentaliteettia, sekä hänen osaansa e-urheilun fanina ja yleisönä. Artikkelin tärkein tulos onkin, että e-urheilua seurataan, koska katsoja on osa yhteisöllisyyttä eli fandomia.

E-urheilu on hitaasti viimeisen vuosikymmenen aikana muuttunut suureksi osaksi julkista ja sosiaalista mediaa (Taylor 2012). Samalla sen tuoma suosio on muuttanut monen näkemystä videopelien pelaajista, katsojista ja faneista. E-urheilun turnaukset esitetään faneille usein suoratoistamalla, sekä joskus myöskin television kautta. Suoratoistamista kuitenkin pidetään e-urheilun suurimpana alustana, jossa fanit seuraavat pelejä, sekä turnauksia ja ovat aktiivisesti mukana keskustelun alueen avulla (Kraneis ja Rantala 2018, s. 90). Samalla fanit voivat katsoa tallennettuja videoita eri media-alustoilla, kuten Twitch -suoratoistopalvelussa ja YouTubessa.

Mediassa voi usein nähdä mainoksia ammattipelaajista ja, kuten aikaisemmin mainittiin, joidenkin pelin kehittäjät, joista kuuluisin ja tunnetuin on Riot Games, ovat tehneet yhteistyötä artistien ja animoijien kanssa luodakseen uutta transmediaa. Pelin kehittäjien ja julkaisijoiden tuottama muu transmedia mainostaa niin e-urheilua, kuin myöskin alkuperäistä video-

pelejä. Riot Games -kehittäjän League Of Legends -pelisarjaan perustuva Arcane -piirretty julkaistiin Netflix -alustalla heti pelin suurimman Worlds 2021 -e-urheiluturnauksen jälkeen, jossa sarjaa mainostettiin laajasti. Kyseistä tapahtumaa katsoi parhaimmillaan "Top 10 highest viewed esports events of 2021"-artikkelin ja escharts.com (2021) -sivuston mukaan noin 4,01 miljoonaa katsojaa, pois lukien kiinalaiset katsojat, koska heidän katsojamääriänsä ei julkaistu (Daniels 2021). Tästä nähdään, miten e-urheilua hyödynnetään laajemman faniyhteisön kehittämiseksi.

Taylor (2012) jatkaa avaamalla katsojan roolia e-urheilussa ja hänen tuomaa kontribuutiota lajiin. Samalla hän käsittelee e-urheilua laajemmin niin urheilun lajimuotona ja kulttuurina, kuin myöskin osana sosiaalista mediaa. Kuten aiemmin mainittiin, Taylor myöskin käsittelee e-urheilun alkua pelihallien takahuoneissa, missä pelin fanit kokoontuivat pitämään omia turnauksiaan kauan ennen termin ja sen nykyisen muodon syntyä. Näitä aikaisia turnauksia harvoin tallennettiin digitaalisesti ja niiden suoratoistaminen oli tällöin mahdotonta. Nykyään turnaukset ovat suoratoistamisen ja fanisivustojen kautta kaikkien saatavilla, kuten esimerkiksi aikaisemmassa kappaleessa mainituilla media-alustoilla. Katsojan rooli ja hänen mukautumisensa lajin tai pelin faniksi, sekä faniyhteisöjen toiminta ja käyttäytyminen ovat myöskin oma osansa e-urheilua ja Taylor kiteyttää, miten tärkeä yleisö ja katsojat ovat e-urheilulle osallistumisellaan. Jotkin videopelien faniyhteisöt, kuten tappelupelien pelaajat, eivät pidä e-urheilun termistä ja kieltäytyvät käyttämästä sitä omissa turnauksissaan. Nämä turnaukset kuitenkin kuuluvat e-urheilun käsitteen alle ja ovat yhteisön mielipiteistä välittämättä e-urheilua. Samalla tavalla myöskin pelien pelaaminen mahdollisimman nopeasti eli "speedrunaus" on myöskin e-urheilua kilpailullisuuden vuoksi, koska pelaajat yrittävät olla toisiaan nopeampia, vaikka tätä ei pidetäkään yleisenä ajatuksena (Witkowski ja Manning 2019).

3 Fandomin vaikutuksen alueet

Fandomin vaikutus videopeleihin ja e-urheiluun voi esiintyä useissa eri paikoissa, kuten internetin foorumeilla, uutismediassa tai e-urheilu turnauksen yleisössä (Gray, Sandvoss ja Harrington 2017). Tämä vaikutus voi olla positiivista tai negatiivista ja usein on jonkinlainen vastaus pelin tai sen kehittäjien luomaan tilanteeseen. Oli faniyhteisön reaktio positiivinen tai negatiivinen, sillä on usein jonkinlainen vaikutus peliin, sen kehittäjiin tai julkaisijaan, tai e-urheilussa tapahtumaan tai sen järjestäjiin (Taylor 2012, s. 232-237). Videopelin kohdalla reaktion voi synnyttää pelin kokonaisuus, miten hyvin se on tehty, miten sen mekaniikat toimivat, miltä sen grafiikat näyttävät ja niin edespäin. Kehittäjien ja julkaisijoiden kohdalla reaktion yleensä aiheuttaa niiden toiminta ja vastaukset pelaajien, sekä kriitikoiden reaktioihin. E-urheilun puolella fanit reagoivat peliin, tapahtuman järjestämiseen tai pelaajiin. On myöskin poikkeuksia, joita voi ilmestyä, mihin fanien reaktiolla on paljonkin merkitystä. Esimerkiksi e-urheilussa jokin tiimi tai pelaaja saattaa joutua jonkinlaisen kohun keskelle, jolloin fanien reaktio usein toimii eräänlaisena mittarina, miten järjestäjät vastaavat kyseiseen kohuun (Gray, Sandvoss ja Harrington 2017). Tämä saattaa johtaa tämän pelaajan tai tiimin pelikieltoon ja mahdolliseen sakkorangaistukseen, mutta jos fanien reaktio ei ole negatiivinen, järjestäjä ei välttämättä reagoi kohuun mitenkään.

Lisäksi järjestäjillä, sekä pelien kehittäjillä ja -julkaisijoilla on oltava hyvä ymmärrys heidän faneistaan, jotta he osaavat havaita ja ymmärtävät, miten fanit olettavat heidän reagoivan tämän kaltaisiin skandaaleihin (Witkowski ja Manning 2019). Jos he epäonnistuvat toiminnassaan, fandomit usein ensin nostavat suuren kohun esittääkseen heidän pettymyksensä heidän toimintaansa. Sen jälkeen he ottavat toiminnan omiin käsiinsä, jolla voi olla huomattavia vaikutuksia ei vain skandaalin keskellä oleviin henkilöihin tai pelin kehittäjiin ja julkaisijaan, mutta koko peliteollisuuteen (Moreno 2020).

3.1 Massamedian tuoma julkisuus ja Gamergate

Blodgett (2020) kirjoittaa, miten fandomit alkoivat saada lisää julkisuutta uutismediassa sosiaalisen median saadessa jatkuvasti sitä enemmän katsojia. Tämä johti fandomien suurem-

paan leviämiseen, jolloin Blodgettin mukaan niiden eksklusiivisuus alkoi kadota ja samalla niihin liittyminen helpottui. Fandomien koko ja moninaisuus kasvoi, koska saman aiheen fandomin henkilöt saattoivat olla jostain asioista eri mieltä ja he hajaantuivat omiin pienryhmiinsä fandomin sisällä. Nämä pienryhmät voivat usein aiheuttaa pään vaivaa muille fandomin henkilöille omalla negatiivisella käyttäytymisellään, koska media ei erota heitä muusta fandomista. Fandomit saivat massamediassa niin paljon huomiota, että niiden julkikuva muuttui ja faniyhteisöt saivat omaa uskottavuuttaan yhteisönä, minkä takia myöskin niiden tarkoitus alkoi muuttua.

Vuonna 2014 tapahtuneessa #Gamergate -hyökkäyksessä useat naispuoliset raportoijat ja pelin kehittäjät joutuivat poistamaan sosiaalisen median tilejään, koska eri videopelien fandomien miespuoliset fanit alkoivat aggressiivisesti häiritsemään heitä sosiaalisessa mediassa (Blodgett 2020). Tilanne eskaloitui nopeasti ja näiden videopelien yhteisöissä tunnettujen naishenkilöiden yksityisiä tietoja alettiin jakamaan netissä. Tämä itsessään sai suuren määrän julkisuutta uutismediassa ja jatkoi #Gamergate -yhteisön aatteiden jakamista. Aggressio ja liiankin nopea reagointi ilman taustojen tarkistusta johti moniin ongelmiin, joita massamedia tuolloin näytti televisiossa päivittäin. On huomioitava, että tämän kaltainen välinpitämätön reagointi ja aggressio ovat videopelien ja e-urheilun fanien keskuudessa normalisoitunut vuosien mittaan, sekä miten se on ollut osa näitä faniyhteisöjä jo niiden alkuaajoista asti (Beres ym. 2021). Median antama huomio johti monien muiden yhteisöjen sisällä havaintoon, että sosiaalisen median tuomat mahdollisuudet ovat heidän ajatuksien edistämiseksi eräs hyödyllisimmistä apuvälineistä. Samalla tämä fandomien esiintyvyys nousi entistä enemmän esille internetissä.

3.2 Internetin sisällä

Fandomit toimivat yleensä internetin tarjoamilla palveluilla, kuten Tumblr ja Reddit, jotka ovat ilmaisia ja avoimia alustoja, joihin on helppo tutustua ja päästä käsiksi (Gray, Sandvoss ja Harrington 2017). Näiden alustojen tuomat mahdollisuudet ovat johtaneet suurien yhteisöjen luomiseen ja tänä päivänä kaikkien videopelien fandomeilla on oma Reddit -sivunsa. Aikaisemmin mainitut kohut, skandaalit ja tiedotteet leviävät parhaiten juuri näissä palveluissa ja niissä on usein myöskin fanien ensireaktiot esillä kommenttikentässä. Nämä alustat

ovat yleensä fanien omat kerääntymispaikat, missä fandomin vaikutus suoraan videopeliin tai e-urheiluun on pienimmillään, koska ne eivät ole mitenkään kosketuksessa peliin, tapahtumiin tai niiden kehittäjiin/julkaisijoihin. Mutta juuri näillä alustoilla fandomin suurimmat reaktiot saavat alkunsa, minkä vuoksi pelin tekijät usein seuraavat niitä ja ovat aktiivisesti keskusteluissa mukana.

Fanit usein tekevät pelivideoita fanittamastaan pelistä, sekä videoreaktioita pelin uutisista tai muutoksista, kuten esimerkiksi EVE Online -pelin fanien tuottamaa sisältöä, mitä on tallennettu pelin sisäiseen "True Stories-nimiseen tietolähteeseen (Swalwell, Ndalianis ja Stuckey 2017). Videopeleille yleisesti luodaan omia blogeja fanien toimesta pelin tietojen tallentamiseksi ja kyseisen tiedon etsimisen helpottamiseksi. Nämä blogit ovat niin sanottuja wikisivustoja, jotka ovat saaneet nimensä Wikipedia -sivuston pohjalta. Nämä wikisivustot yleensä tehdään Fandom -nimisen palvelun pohjalle, jonka loi yksi Wikipedian perustajista, Jimmy Wales, joka on tukenut viihteiden fanitoimintaa internetissä kohta lähes vuosikymmenen, koska hän oli itsekkin videopelien fani ("Fandom" 2004).

3.3 Fandomit e-urheilussa

E-urheilun nousu viime vuosikymmenen aikana on ollut yksi suurimmista muutoksista urheilun ja videopelien kulttuurissa. Sen seuraaminen, kuten aikaisemmassa kappaleessa mainittiin, tapahtuu usein eri suoratoistoalustoilla, kuten Twitchin tai YouTuben kautta. T. L. Taylor puhuu kirjassaan myöskin e-urheilun maailmaan astumisen vaikeuksista katsojalle (Taylor 2012, s.206). Usein pienemmissä tapahtumissa ei ole minkäänlaisia opasteita, mitkä edes viittaisivat katsojalle olevansa oikeassa paikassa. Taylorin mukaan e-urheilulla on myöskin omanlaisensa sisäpiirinsä, mihin voi olla vaikea astua sisälle, jos ei ole vakituisesti valmiiksi sen osa. E-urheilu ja sen tapahtumat usein myöskin vaativat esitietoa kaikesta niihin liittyvästä, kuten ymmärrystä pelatusta pelistä ja sen mekaniikoista, sekä mistä nettisivuilta turnauksen tuloksia ja pelejä voi seurata. Taylorin sanoin: "Ulkopuolisena oleminen ei yksinkertaisesti ole kannattavaa tällaisissa turnauksissa." (p.207).

Samalla Taylor (2012) avaa katsojan roolia e-urheilussa ja hänen tuomaa kontribuutiota lajiin. Hän käsittelee e-urheilua laajemmin niin urheilun lajimuotona ja kulttuurina, kuin myös-

kin osana sosiaalista mediaa. Katsojan rooli ja hänen mukautumisensa lajin tai pelin faniksi, sekä faniyhteisöjen toiminta ja käyttäytyminen ovat myöskin oma osansa e-urheilua ja Taylor kiteyttää, miten tärkeä yleisö ja katsojat ovat e-urheilulle. Usein e-urheilun faniksi ei tulla, ellei ole jo valmiiksi videopelien fani. On tärkeää ymmärtää, että ammattipelaajat ovat myöskin videopelien ja e-urheilun faneja. Taylor myöskin pohjustaa, miksi fanit seuraavat e-urheilua. Syiksi usein nousee halu nähdä peliä pelattavan ammattitasolla, sekä yhteisöllisyys. Hamari ja Sjöblom (2017) tukevat tätä artikkelissaan kuvaamalla, miten moni fani seuraa pelin e-urheilua oppiakseen pelin mekaniikkoja ja korkean tason pelaamista. He uskovat, että pelaajat keräävät tietoa peliä katsomalla, koska he usein itse pelaavat peliä ja siten heillä on ymmärrystä, kokemusta ja arvostusta katsotun pelin ja sen ammattipelaajien kykyjä kohtaan. Samalla moni ammattipelaaja seuraa muita pelejä ja ammattipelaajia, jolloin voidaan todeta, että myös nämä korkean tason pelaajat kuuluvat fandomeihin, niin videopelin, sekä sen e-urheilun.

Ruotsalaisen ja Väლისalon artikkeli tutkii vielä enemmän fandomien toimintaa e-urheiluun rinnastettuna, sekä transmedian tuottajina ja miten he lisäävät peliin sisältöä omilla teoksillaan (Ruotsalainen ja Väლისalo 2021). Artikkelin kertoo, miten fanit vaikuttavat ja osallistuvat e-urheiluun omalla toiminnallaan, kuten fanitaiteella ja yhteisön luomilla rakenteellisilla merkityksillä, samalla näyttäen miten e-urheilusta tulee osa fanin elämää. Artikkelin myös selventää tavallisen katsojan ja fanin eroja. Näiden fanien toiminta voi vaikuttaa paljonkin tavallisen katsojan kokemukseen pelistä ja johdatella heidät katsojasta faniksi, mutta samalla fandomin toiminta voi myöskin vieraannuttaa katsojaa ja luoda epämukavuutta peliä ja sen pelaajia kohtaan.

Fanit joskus liittävät omia ideoitaan e-urheilun pelaajiin, vertaamalla heitä sankareihin ja vihollisiin, kuten he olisivat hahmoja japanilaisista piirretyistä, eli animesta (Ruotsalainen ja Väლისalo 2020). Artikkelissa esitetty aihe nosti omaa pientä kohuaan julkisessa mediasa, missä useat pelin ammattipelaajat esittivät oman mielipiteensä käytänteestä. Artikkelissa myös todetaan, että Overwatch -pelin e-urheilua esitetään suurimmaksi osaksi positiivisessa valossa, minkä selitetään johtuvan kahdesta tekijästä. Ensimmäiseksi syyksi annettiin e-urheilun jatkuva ammattimaisuus, joka sisältää sijoittajien mahdollisen taloudellisen hyödyn. Toiseksi syyksi nostettiin e-urheilun samankaltaisuus tavalliseen yleisempään urhei-

luun. Tästä voidaan havainnoida, miten e-urheilu on kehittymässä ja kasvamassa kulttuurina, sekä tunnistettuna alana.

3.4 Aktivismi ja yhteisöjen toksinen aggressio

Joskus pelin tekijät joutuvat suurimpien skandaalien ja kohujen keskelle ja kun näin käy, se tuntuu faneille petoksena. Kun fanien luottamuksen pettää, sen yleisesti ei lopu hyvin millään median alalla ja sama pätee videopelien ja e-urheilun kohdalla. Tämän tutkielman kirjoitusaikana Activision Blizzardin työpaikkahäirintä, jonka puiminen aloitettiin vuoden 2021 kesällä, on edelleen mediassa puheenaiheena useista syistä ja sen vaikutus peliteollisuudessa on tiensä alkupäässä (Greenbaum [2022](#)). Fanien reaktio yhtiön toimintaan ja johtokunnan vastaukseen syytöksiä kohtaan oli niin raju, että yhtiö lopulta myytiin Microsoftille. Mutta fanien aggressio yhtiötä kohtaan ei ole vielä laantunut, eikä yhtiön entinen puhdas ulkokuva tule koskaan olemaan yhtä luotettava, mitä se oli ennen fanien silmissä. Yhtiöllä oli ennen skandaalia muutama kohu aktiivisesti fanien mielessä, kuten useiden viimeaikaisten pelien huono hallinnointi ja työntekijöiden ylityöllistys. Skandaali naisten olotiloista yhtiöllä ja rasismi oli faneille viimeinen naula ja moni Kaliforniassa asuva faniyhteisön jäsen asettui yhtiön tilojen eteen protestoimaan sen toimintaa ja käyttäytymistä. Vaikka fanit eivät tässä tapauksessa vaikuttaneet Activision Blizzardin videopelien tai e-urheilun julkikuvaan, ovat he kuitenkin tärkeä osa niiden parantamiseksi. Fanien aktiivinen protestointi yhtiötä ja sen pelaaja kohtaan on selvä merkki julkisesti, etteivät he tue yhtiön toimintaa ja tulevaisuutta, jos se jatkuu samanlaisena. Tosin samalla fanien aktivismi voi joskus kuitenkin pohjautua pahan-suopiin tarkoituksiin. Aikaisemmin mainittu Gamergate -tapaus alkoi alun perin aktivismin puolella, mutta ajan myötä muuttui tarkoitukseltaan pelkäksi aggressiiviseksi ja toksiseksi hyökkäykseksi (Blodgett [2020](#)).

On muitakin useita esimerkkejä siitä, miten faniyhteisöt ovat olleet aggressiivisia muita kohti, niin yksilöitä, kuin myös muita fandomeja (Beres ym. [2021](#)). Tämä aggressio harvoin on fyysistä, mutta enemmänkin verbaalia, internetin läpi käytyä huutokilpailua, jossa fanit vertailevat aluksi omia kiinnostuksen kohteitaan, mutta usein keskustelu muuttuu toisten haukkumiseksi ja pahimmissa tapauksissa kuolemanuhkauksiksi tai vihapuheeksi. Vaikka usein tämä onkin yksilöllistä toimintaa, jotkin fandomit tunnetaan tästä käyttäytymisestä laajasti.

Muutama äänekkäs, mutta aggressiivinen fani on massamedian takia helpompi nähdä julkisuudessa, kun sadat hiljaiset, mutta rauhalliset (Blodgett 2020). Samalla tämä toksisuus on myöskin hyväksytty osaksi videopelaamista fanien keskuudessa, varsinkin e-urheilun puolella (Beres ym. 2021, s.2). Toksisuutta vastaan on kuitenkin luotu useita eri systeemejä, joilla sitä voidaan ehkäistä, niin pelin tekijöiden toimesta, kuin myös fandomien. Yleensä pelin sisällä nämä systeemit ovat pelin sisäisen keskustelun alueen moderointia, eli hillitsemistä, jolloin tiettyjä avainsanoja, kuten kirosanoja tai rasistisia leimauksia, sensuroidaan ja, jos toiminta jatkuu, pelaajalle annetaan pysyvämpi rangaistus. Blackburn ja Kwak (2014) kirjoittaa, miten Riot Games voisi tulevaisuudessa hyödyntää koneoppimista toksisen käyttäytymisen ehkäisemiseksi. Hänen tiiminsä tulokset tuolloin olivat lupaavia, muttei sadan prosentin varmuudella. Tänä päivänä on hyvin tiedetty, että Riot Games ja moni muu yhteisö ei enää käytä ihmisresursseja huonon käyttäytymisen raportoinnin käsittelyssä, vaan tietokone hoitaa koko homman, ellei kyseessä ole vakavampi käsittely, kuten huijaaja. Yhteisön sisällä tieto siitä, että henkilö on toksinen, leviää nopeasti ja hänet voidaan eristää tai jopa poistaa yhteisöstä, jos yhteisö kokee sen pakolliseksi.

Tämä toksisuus esiintyy myös e-urheilussa, missä tämän kaltaista käyttäytymistä usein halutaan seurata (Hamari ja Sjöblom 2017). Katsojille on hauskaa, sekä mielenkiintoista seurata kilpailijoiden tai pelaajien välistä keskusteluita ja kanssakäymisiä, niin pelien sisällä, kuin myöskin niiden ulkopuolella. Tämän kaltaista käyttäytymistä ei kuitenkaan suvaita, jos se muuttuu aggressiiviseksi ja usein pelaajat, jotka siihen käytökseen sortuvat, saavat jonkinlaisen sanktion, kuten sakon tai hetkellisen pelikiellon. Mutta fanien ja katsojien kiinnostus näihin aggressioihin ei ole kuitenkaan jäänyt huomaamatta ja e-urheilussa aggressiivinen käytös on antanut pelaajille enemmän ruutuaikaa, sekä samalla keskittynyt enemmän pelaajien ja tiimien välisiin vuorovaikutuksiin, niin keskenään, kuin fanien kanssa.

4 Fandomin luoma transmedia

On siis selvää, että fandomien vaikutusalueet ja toiminta ovat monimuotoisia, aktiivista, sekä vaikuttava osa peliteollisuutta. Sen vaikutus tuleviin peleihin näkyy niin yhtiöiden ja pelin kehittäjien toiminnassa, mutta myöskin inspiraationa tämän hetken faneille, jotka tulevaisuudessa saattavat inspiroitua tekemään omia pelejään markkinoille. Suurin kontribuutio, millä fanit osoittavat nykyään yhä enemmän intohimoaan pelille on transmedia. Internetiin liittyy joka vuosi uusia faneja, jotka ilmaisevat oman intonsa videopelejä ja e-urheilua kohti tuottamalla transmediaa, sekä uusia alustoja, joilla luoda ja jakaa uutta sisältöä.

Transmedia on tuotteen, tämän kirjoitelman kohdalla videopelin tai e-urheilun, ympärille tuotettua lisämateriaalia, jonka tarkoituksena on lisätä tuotteen saatavuutta, elinikää ja sen sisällön määrää (Jenkins 2007). Transmediaalinen tarinankerronta on tullut hyvinkin yleiseksi viime vuosikymmenen aikana, mutta sen kaltainen tarinan kerronta on ollut olemassa jo paljon pidemmän ajan. Esimerkiksi *Kingdom Hearts* (2002) -sarjan fanit ovat kyllästymiseen asti joutuneet kärsimään siitä, miten monet sarjan sivupelit julkaistiin alun perin monille eri pelialustoille/konsoleille, mikä teki sarjan narratiivin seuraamisesta haastavaa ja kallista. Myöhemmin fanien valitusten vuoksi sarjan julkaisija päivitti sarjan uuden sukupolven konsoleille.

Jenkinsin mukaan transmedia on alkuperäisen ydintuotteen ympärille tuotettua lisäsisältöä, mitä voi tuottaa niin pelin kehittäjät ja tuottajat, kuin myöskin fanit ja fandomit (Jenkins, Ford ja Green 2013). Fanien tuottama transmedia voi olla kahdenlaista: vahvistavaa (Afformal) tai uudistavaa (transformal), mutta tämä transmedia on Jenkinsin mukaan niin sanotusti "epävirallista". Tämän kaltaista transmediaa ovat esimerkiksi fanien tuottamat tapahtumat, sekä näissä tapahtumissa esiintyvät "cosplay" -esiintyjät, jotka pukeutuvat fanittamansa tuotteen hahmoiksi. Transmedia myöskin antaa tuotteen faneille mahdollisuuden lisätä omia kontribuutioitaan pelille. Transmedia voi koostua mistä vain alkuperäisen tuotteen ympärille tuotetusta mediasta, kuten esimerkiksi tietyn videopelin e-urheiluturnaukset; myyntituotteet, kuten t-paidat tai sille luotu Twitter -tili voivat olla pelin julkaisijoiden luomaa transmediaa. Nämä tuotteet ovat pelin tekijöiden tuottamaa, mutta ovat tarkoitettu fanien kulutettavaksi. Samalla pelille luodut fanitaideteokset ja Reddit -sivut, jossa fandom voi keskustella kaikkes-

ta peliin liittyvästä, ovat fanien tuottamaa transmediaa. Esimerkiksi Ruotsalainen ja Välisalo (2021) tarkastelivat artikkelissaan, miten fanien yhteys uuteen "Jerry" -nimiseen eteläkorealaiseen pelaajaan vakiintui näillä transmedia -alustoilla, kuten esimerkiksi Redditissä ja Twitterissä, mutta samalla se sai alkunsa pelin e-urheilu turnauksessa katsojien mesoamisesta ja pelin juontajien yhteisestä keskustelusta.

4.1 Fandomien suurimmat transmediat: Modaaminen ja Speedrunit

Fanien luomat transmediat ovat usein enemmänkin intohimon projekteja, joihin fanilta kuluu enemmän aikaa, kuin rahaa (Jenkins, Ford ja Green 2013). Tämän vuoksi niiden vaikutus on rajallista. On kuitenkin kaksi transmediaa, jotka ovat helposti lähestyttävissä ja samalla niiden vaikutus yhteisöjen ulkopuoliselle tunnistettavissa.

Pelin modaaminen on videopelin sisällön lisäämistä tai muokkausta, mikä ei ole peli kehittäjän julkaisemaa (Postigo 2007). Modaaminen on edelleen kiistelty aihe, koska modeilla tuotetaan uutta sisältöä muiden tekemään tuotteeseen, mikä nostaa esille tekijänoikeuteen liitetyt kysymykset (Postigo 2008). Modaaminen on uudistavaa fanien tuottamaa transmediaa, koska se muokkaa ja laajentaa alkuperäisen tuotteen sisältöä vaihtelevasti modista riippuen (Jenkins, Ford ja Green 2013). Modausyhteisö on oma alakulttuurinsa videopeliyhteisön sisällä. Modit ovat transmediana suurimpia vaikutuksia alkuperäiseen peliin, mitä fanit voivat tuottaa, koska modit usein muokkaavat alkuperäistä peliä ja sen toiminnallisuutta. Postigo (2007) artikkelissaan pohtii modien kehittymistä, sekä miten fanien tekemät modit videopelisiin antavat niille enemmän elinikää, sekä sisältöä. Samalla Frelik (2015) jatkaa Postigon pohdintaa melkein kymmenen vuotta myöhemmin modausyhteisön ja -kulttuurin kehittymisen jälkeen tarkastelemalla fanien tekemiä suuria, lähes kokonaan uuden pelin kokoisia modeja. On hyvä ymmärtää, että yleensä tällaiset suuret modit tehdään hyvin tunnetuille ja kuuluisille peleille, mutta myöskin, miten samalla näiden suurien modien tarvitsema työmäärä ja -aika muokkaa modia tekevien fanien asemaa melkein pä pelin kehittäjiksi, jotka lisäävät pelille uuden epävirallisen lisäosan.

Pelin läpäiseminen mahdollisimman nopeasti on nykyään yksi suurimmista fanien tuomasta kontribuutiosta pelin kokonaisuudelle. Pelin speedrunnaminen tarkoittaa sen läpäisyä mah-

dollisimman nopeasti tiettyjen yhteisön säätämien sääntöjen lomassa, kuten esimerkiksi kaikkien kerättävien esineiden kerääminen pelin läpäisyn lisäksi (Lafond [2018](#)). Speedrunnaus lisää pelatun pelin ikää huomattavasti, koska kaikkia pelejä iästä ja pituudesta huolimatta voi yrittää pelata läpi nopeasti, minkä vuoksi 30 vuotta vanhat pelitkin ovat saaneet täysin uutta huomiota kokonaan uudelta yleisöltä. Tämä vuoksi speedrunnaus onkin vahvistavaa transmediaa, koska se säilyttää ja pysyy alkuperäisen pelin luoman narratiivin sisällä, muokkamatta sitä. Speedrun -yhteisö on yleisellä tasolla oma fandominsa, mutta modausyhteisön tavoin se on loppujen lopuksi myös alayhteisö videopelien fandomin sisällä. Yhteisö on myöskin kerännyt suosiota tavallisen yleisön keskuudessa eri rahankeruutapahtumien kautta, jotka ovat keränneet useita miljoonia lahjoitettavaksi hyväntekeväisyysjärjestöille, ja samalla muokanneet oudon harrastuksen julkikuvan keskeiseen asemaan massamediassa (Witkowski ja Manning [2019](#)). Modaajat ja speedrunnajaat joskus toimivat yhdessä kolutakseen pelin jokaisen osan mahdollisimman hyvin ymmärtääkseen sen toimivuuden ja miten sen voi rikkoa. Speedrunnauksesta osana fanien tuottamaa transmediaa ei kuitenkaan ole tutkittu lähes tulkoon ollenkaan, joten materiaalin puutteessa sen vaikutusta alkuperäiseen tuotteeseen on vaikea arvioida.

5 Yhteenveto

Yhteen vedettynä, fandomien vaikutus videopelien ja e-urheilun on itsestään selvää, sekä joskus koko peliteollisuutta muokkaavaa. On kuitenkin ymmärrettävä, että se ei aina ole positiivista tai edes huomattavaa ja vaikutuksen määrä vaihtelee kontekstista riippuen. Faniien vaikutus on monimuotoista ja tapahtuu eri alustoilla, esiintyen eri tavalla, kuten aktiivisella osallistumisella keskusteluihin tai erilaisen transmedian tuottamisella. Faniien toiminta tapahtuu enemmänkin reaktiona pelien tai niiden tekijöiden toimintaa kohti ja sama ilmiö esiintyy e-urheilussa. E-urheilussa faniien reaktio voi olla paljon enemmän esillä yleisön takia. Fandomin vaikutus peleihin ja e-urheiluun voi olla positiivista tai negatiivista ja samalla myöskin toksista muita niihin liittyviä henkilöitä kohti. Fandomin itsenäinen toiminta voi myöskin muokata ulkopuolisten mielikuvaa heidän fanittamasta pelistä radikaalisti, riippumatta pelin omista saavutuksista ja miten hyvä se on. Aihetta on tutkittu laajasti, mutta on kuitenkin jotain puutteita, kuten esimerkiksi fandomien vaikutuksesta videopelien ja e-urheilun julkikuvaan, josta ei oikeastaan ole mitään aikaisempaa tutkimusmateriaalia. Myös faniien tuottamasta transmediasta, joka paneutuu tiettyyn faniien tuottamaan transmediaan, kuten speedrunnaamiseen, ei ole paljoa tutkimusmateriaalia. Tarkempi tutkiminen fandomin vaikutuksesta videopelien ja e-urheilun julkikuviin voisi toimia risteyksenä pelitutkimuksen ja fanitutkimuksen kanssa ja samalla edistää kumpaakin alaa.

Lähteet

Beres, Nicole A, Julian Frommel, Elizabeth Reid, Regan L Mandryk ja Madison Klarkowski. 2021. “Don’t You Know That You’re Toxic: Normalization of Toxicity in Online Gaming”. Teoksessa *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–15.

Blackburn, Jeremy, ja Haewoon Kwak. 2014. “STFU NOOB! predicting crowdsourced decisions on toxic behavior in online games”. Teoksessa *Proceedings of the 23rd international conference on World wide web*, 877–888.

Blodgett, Bridget M. 2020. “Media in the Post #GamerGate Era: Coverage of Reactionary Fan Anger and the Terrorism of the Privileged”. *Television & New Media* 21 (2): 184–200. <https://doi.org/10.1177/1527476419879918>, eprint: <https://doi.org/10.1177/1527476419879918>.

Daniels, Tom. 2021. *Top 10 highest viewed esports events of 2021* [kielellä en-GB], joulukuu. Viitattu 9. maaliskuuta 2022. <https://esportsinsider.com/2021/12/highest-viewed-esports-events-2021/>.

escharts.com. 2021. *LoL Worlds 2021 - Viewership and Detailed Stats | Esports Charts* [kielellä en]. Viitattu 9. maaliskuuta 2022. <https://escharts.com/tournaments/lol/worlds-2021/>.

“Fandom”. 2004. Accessed: 2022-02-21. <https://about.fandom.com/what-is-fandom>.

Frelik, Pawel. 2015. “Changing Realities: Video Game Mods,(Micro) Politics, and the Fantastic”. *Foundation* 44 (120): 15.

Gray, J., C. Sandvoss ja C.L. Harrington. 2017. *Fandom, Second Edition: Identities and Communities in a Mediated World*. NYU Press. ISBN: 9781479815913. <https://books.google.fi/books?id=VcCSDgAAQBAJ>.

Greenbaum, Aaron. 2022. *Everything You Need To Know About The Activision Blizzard Scandal* [kielellä en-US], tammikuu. Viitattu 28. maaliskuuta 2022. <https://www.denofgeek.com/games/activision-blizzard-lawsuit-major-events-history-everything-explained/>.

Gris. 2018. Developer digital, Nomada Studio.

Hamari, Juho, ja Max Sjöblom. 2017. "What is eSports and why do people watch it?" *Internet research*.

Jenkins, H., S. Ford ja J. Green. 2013. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. Postmillennial Pop. NYU Press. ISBN: 978-0-8147-4350-8. https://books.google.fi/books?id=M%5C_8TCgAAQBAJ.

Jenkins, Henry. 2007. *Transmedia Storytelling 101* [kielellä en-US]. Viitattu 28. maaliskuuta 2022. http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html.

Jones, Michelle W. 2019. "'There Should be no Tolerance for Intolerance': Internal Antagonism in Online Fan Communities". Tohtorinväitöskirja, Utah State University.

Kingdom Hearts. 2002. Square Enix.

Kirkpatrick, G. 2015. *The Formation of Gaming Culture: UK Gaming Magazines, 1981-1995*. Palgrave Macmillan UK. ISBN: 9781137305107. <https://books.google.fi/books?id=LxUbBwAAQBAJ>.

Kraneis, Samuli, ja Kalle Rantala. 2018. *Kaikki e-urheilusta* [kielellä fin]. Suomen Urheilumuseosäätiön julkaisuja, n:o 55. Urheilumuseo. ISBN: 978-952-6644-13-4.

Lafond, Manuel. 2018. "The complexity of speedrunning video games". Teoksessa *9th International Conference on Fun with Algorithms (FUN 2018)*, toimittanut Hiro Ito, Stefano Leonardi, Linda Pagli ja Giuseppe Prencipe, nide 100, 27:1–27:19. Leibniz International Proceedings in Informatics (LIPIcs). Schloss Dagstuhl–Leibniz-Zentrum fuer Informatik. ISBN: 978-3-95977-067-5. <https://doi.org/10.4230/LIPIcs.FUN.2018.27>. <http://drops.dagstuhl.de/opus/volltexte/2018/8818>.

Mavridou, Orion. 2017. "Playful Fandom: Gaming, Media and the Ludic Dimensions of Textual Poaching". *Transactions of the Digital Games Research Association* 3 (2).

Moreno, Jose A. 2020. "Game rules vs. fandom. How Nintendo's Animal Crossing fan-made content negotiates the videogame meanings". *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, numero 47, 212–237.

Postigo, Hector. 2007. "Of mods and modders: Chasing down the value of fan-based digital game modifications". *Games and Culture* 2 (4): 300–313.

———. 2008. "Video Game Appropriation through Modifications: Attitudes Concerning Intellectual Property among Modders and Fans". *Convergence* 14 (1): 59–74. <https://doi.org/10.1177/1354856507084419>, eprint: <https://doi.org/10.1177/1354856507084419>, <https://doi.org/10.1177/1354856507084419>.

Ruotsalainen, Maria, ja Tanja Välisalo. 2020. "'Overwatch is anime': Exploring an alternative interpretational framework for competitive gaming". Teoksessa *Conference of Digital Games Research Association*, nide 2020. Digital Games Research Association.

———. 2021. "Esports fandom in the age of transmedia: the reception of the overwatch league". *Eracle: Journal of Sport and Social Sciences* 4 (1).

Swalwell, Melanie, Angela Ndalianis ja Helen Stuckey. 2017. *Fans and videogames: histories, fandom, archives*. Taylor & Francis.

Taylor, Tina Lynn. 2012. *Raising the stakes: E-sports and the professionalization of computer gaming*. Luku Spectatorship and Fandom, 181–238. Mit Press.

"Understanding media and culture". 2016. Accessed: 2022-02-18. <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/part/chapter-10-electronic-games-and-entertainment/>.

Witkowski, Emma, ja James Manning. 2019. "Player power: Networked careers in esports and high-performance game livestreaming practices". *Convergence* 25 (5-6): 953–969. <https://doi.org/10.1177/1354856518809667>, eprint: <https://doi.org/10.1177/1354856518809667>, <https://doi.org/10.1177/1354856518809667>.

Wolf, Mark J.P., Professor Sheila C Murphy, Jessica Aldred, Ralph H Baer, Brett Camper, Canada Research Chair in Interactive Audio Karen Collins, Ross A Dannenberg, Leonard Herman, Erkki Huhtamo ja Carly A Kocurek. 2012. *Before the Crash: Early Video Game History*. Wayne State University Press. ISBN: 978-0-8143-3722-6.