

**Topi Laakso**

# **Käyttäjien luoma sisältö digitaalisissa peleissä**

Tietotekniikan kandidaatintutkielma

24. marraskuuta 2016

Jyväskylän yliopisto

Tietotekniikan laitos

**Tekijä:** Topi Laakso

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

**Työn nimi:** Käyttäjien luoma sisältö digitaalisissa peleissä

**Title in English:** User-generated content in video games

**Työ:** Kandidaatintutkielma

**Sivumäärä:** 19+0

**Tiivistelmä:** Käyttäjien luoma sisältö on kasvava ilmiö, mutta sen käyttöä peleissä on tutkittu vain vähän. Tutkielman tavoitteena on selvittää käyttäjien luoman sisällön merkitys peleille. Käyttäjien luomasta sisällöstä on hyötyä niin pelin kehittäjille, sisällönluojille kuin pelaajillekin. Sen mahdollistaminen säästää pelinkehitysbudjetissa, pidentää pelin ikää, kasvattaa pelin sisältömäärää, tiivistää peliyhteisöä ja tekee pelistä enemmän pelaajiensa näköisen. Se antaa myös sisällönluojille mahdollisuuden toteuttaa itseään. Käyttäjien luomaa sisältöä hyödyntävän pelin suunnittelussa on tärkeää miettiä sisällönluonnin ja jakamisen helpoksi tekemistä. Sisällönluontia varten tehdyillä työkaluilla, sisällönjakoalustoja hyödyntämällä ja sisällönluontiin motivoimalla käyttäjien luomasta sisällöstä voi olla korvaamatonta hyötyä pelille.

**Avainsanat:** käyttäjien luoma sisältö, pelit, peli, digitaaliset pelit, sisältö, modi, modaus, sisällön jakaminen, sisällönjakoalusta, steam workshop

**Abstract:** User-generated content is a growing phenomenon, but its usage in games has not been researched much. This research examines user-generated content's significance to video games. UGC benefits game designers, content creators as well as gamers. Making content creation possible reduces the development budget of a game while increasing its life span and quantity of content in it. It also creates a tighter gaming community and makes the experience look more like its players. Creating content is a way for gamers to express themselves. It's important for game designers to make content creation and sharing as easy as possible. Providing tools and motivating gamers for content creation, and integrating your game to a content distribution platform might be an invaluable asset to your game.

**Keywords:** user-generated content, ugc, games, game, video games, content, content creation, mod, modding, content sharing, content distribution platform, steam workshop

## Sisältö

1	JOHDANTO .....	1
2	KÄYTTÄJIEN LUOMAN SISÄLLÖN ILMENEMINEN PELEISSÄ .....	3
3	KÄYTTÄJIEN LUOMAN SISÄLLÖN VAIKUTUS PELEIHIN .....	6
	3.1 Pelinkehittäjän näkökulma .....	6
	3.2 Sisällönluojan näkökulma.....	8
	3.3 Pelaajan näkökulma .....	9
4	SISÄLLÖN JAKAMINEN .....	10
5	YHTEENVETO.....	13
	LÄHTEET .....	14

# 1 Johdanto

Digitaalisten pelien elinkaari painottuu nykyään enemmän pelin julkaisun jälkeiseen aikaan. Aikaisemmin pelit julkaistiin valmiina, eikä kehitystä jatkettu julkaisun jälkeen. Nykyään digitaalinen jakelu mahdollistaa pelien julkaisemisen jo kehitysvaiheessa sekä niiden kehittämisen ja päivittämisen julkaisun jälkeen.

Sisällön suunnittelu vie suuren osan pelinkehitysbudjetista (Pedersen, Togelius ja Yannakakis 2010). Jos peli tarjoaa käyttäjille mahdollisuuden luoda sisältöä, sen kehityskustannukset sisällömäärän suhteutettuna pienenevät. Samalla sisällöstä saadaan juuri pelaajiensa näköistä. Sisällön luomisen mahdollistamisesta hyötyy siis sekä pelinkehittäjä että pelaajat. Vaikka sisältöä luovat käyttäjät ovat yleensä harrastelijoita ja sisällön luominen vapaaehtoista toimintaa, käyttäjien luomasta sisällöstä on tullut myös kaupallinen ilmiö.

Tutkielman aiheena on käyttäjien luoma sisältö digitaalisissa peleissä. Tutkielma on kirjallisuuskatsaus, jossa esitetään käyttäjien luoman sisällön ilmenemismuotoja peleissä ja kirjallisuutta sekä tutkimuksia apuna käyttäen arvioidaan sen vaikutusta peleihin. Tutkielman pää tavoitteena on selvittää, mitä käyttäjien luoma sisältö mahdollistaa ja toisaalta mitä ongelmia se tuo mukanaan. Lisäksi esitetään esimerkkejä peleistä, joissa käyttäjien luoma sisältö on ollut merkittävässä roolissa. Lopuksi tarkastellaan sisällönjakoalustojen ominaisuuksia ja tutkitaan tämän hetken isoimman sisällönjakoalusta, Steam Workshopin, toimintaa.

UGC on ilmiönä osa meidän arkipäivää. Kävijämäärältään suurimmista verkkosivuista esimerkiksi YouTube ja Wikipedia (*Alexa: Top 500 sites on the web*) perustuvat täysin käyttäjien luomalle sisällölle. Vastaavanlaiset palvelut ovat alustoja, joille käyttäjät voivat ladata helposti tietynlaista sisältöä muiden käytettäväksi. Digitaalisissa peleissä sisältö toiminnallisuutta lukuunottamatta kaikki sen sisältämä data. Sisältöä on siis esimerkiksi peliin liittyvä taide, kuten musiikki, äänet, 3D-mallit ja kuvat sekä näistä koostuvat laajemmat kokonaisuudet, kuten pelimaailmat ja -hahmot. Sisältöä on myös pelin kulkua ohjaava data, kuten tehtävät, hahmojen taidot ja attribuutit sekä pelin tapahtumat. Suosittuja käyttäjien luoman sisällön tyyppejä peleissä ovat kentät, ulkoasut ja pelimuodot.

Tutkielman toisessa luvussa käydään läpi käyttäjien luoman sisällön ilmenemismuotoja ja

toteutustapoja peleissä sekä sen vaikutuksia pelien historiaan. Kolmannessa luvussa perehdytään syvemmin käyttäjien luoman sisällön hyviin ja huonoihin puoliin; mitä se merkitsee pelille, pelienkehittäjille, sisällönluojille ja pelaajille. Neljäs luku käsittelee sisällönjakoalustoja.

## 2 Käyttäjien luoman sisällön ilmeneminen peleissä

Käyttäjien luoman sisällön ensimmäinen ilmeneminen digitaalisissa peleissä voidaan sijoittaa 1980-luvun alkuun. Silloin julkaistiin useampia pelinluontityökaluja (eng. game creation system). Yksinkertaisimmillaan pelinluontityökallu, kuten Pinball Construction Setillä (1983), pystyy valmiita pelimaailman osia graafisessa käyttöliittymässä siirtelemällä luomaan uusia pelimaailmoja. Monimutkaisemmat pelinluontityökalut, kuten Garry Kitchen's Game Maker (1985), muistuttavat monipuolisuudellaan enemmän ohjelmointiympäristöjä. Niissä pelin toiminnot on laajemmin muokattavissa ja omien skriptien kirjoittaminen on usein mahdollista. Pelinluontityökalut sisältävät yleensä editorin tai editoreita, joilla eri pelin osaluokkia voi muokata, sekä pelimoottorin, jolla tehtyjä pelejä voi pelata. Sisällön luominen pelinluontityökaluilla on yleensä helppo oppia, eikä ohjelmointitaito ole välttämätöntä.

Modit (eng. mod), eli pelin sisällön muunnellut versiot, saivat alkunsa 1983, kun Castle Smurfenstein julkaistiin. Se on Castle Wolfensteinin (1981) muunneltu versio, jossa alkuperäiset grafiikat ja äänet oli muutettu korvaamalla pelin ääni- ja kuvatiedostot. Vaikka modi on yleisnimitys pelin muunnellulle versiolle, sillä tarkoitetaan yleensä pelin kulkua oleellisesti muuttavaa muunnosta. Modit eivät ole niinkään lisäosia alkuperäiselle pelille, vaan pelin mekaniikkoja hyödyntäviä omia kokonaisuuksia. Ne voivat tehdä pelistä aivan uudenlaisen tai muuntaa vain jotain osaa siitä.

1990-luvulle mentäessä pelintekijät, kuten id Software, kasvattivat avoimella asenteellaan modausta (eng. modding), eli pelin muokkausta, kohtaan sen suosiota. Jo aikaisessa vaiheessa huomattiin, että pelien ikä pitenee, kun pelaajat luovat niihin ilmaiseksi lisää sisältöä (*History of Modding* 2011), kuten kenttiä ja grafiikkapäivityksiä. Vuonna 1993 julkaistulle Doom-pelille tehdään vieläkin uutta sisältöä, joten käyttäjien luoma sisältö on selvästi pidentänyt pelin ikää.

Internetin yleistymisen on kasvattanut käyttäjien luoman sisällön suosiota. Aikaisemmin sisältöä oli vaikea jakaa ja sitä tehtiinkin usein vain omaksi iloksi. Internetin avulla sisällön jakamisesta tuli helpompaa ja muiden tekemään sisältöä pääsi tarkastelemaan ja kokeilemaan. Siksi käyttäjien luomasta sisällöstä tuli ilmiö, joka alkoi kiinnostamaan myös ihmisiä, jotka

eivät itse luo sisältöä.

Vuonna 1998 Valven Corporationin julkaisema Half-Life teki edistyksellisellä pelimoottorillaan ensimmäisen persoonan räiskinnästä (eng. FPS, first person shooter) suosittua pelityyppiä. Modausta tukevan pelimoottorinsa ansiosta sille tehtiin lukuisia modeja. Vuonna 1999 Half-Lifen modina julkaistu Counter-Strike sai Valven palkkaamaan modin kehittäjät ja julkaisemaan sen itsenäisenä pelinä. Counter-Strike -pelisarjan neljäs osa, Counter-Strike: Global Offensive, julkaistiin 2012. Sille luodaan edelleen aktiivisesti sisältöä; esimerkiksi käyttäjien tekemiä kenttiä on Steam Workshop -palvelusta ladattavissa melkein 50000 (*Counter-Strike: Global Offensive in Steam Workshop*).

Vuonna 2002 Bethesda Softworksin julkaiseman The Elder Scrolls III: Morrowind -pelin mukana tuleva The Elder Scrolls Construction Set mahdollistaa melkein kaiken pelin sisällön muokkaamisen. Osoituksena työkalun monipuolisuudesta Morrowind-pelin maailma on tehty sitä käyttäen. Työkalut eivät siis hyödytä pelkästään sisällönluojia, vaan myös pelin tekijöitä.

Niin ikään vuonna 2002 Blizzard Entertainmentin julkaiseman Warcraft III -pelin mukana tulevalla World Editorilla voi tehdä uusia kenttiä sekä muokata jo olemassa olevia kenttiä. Sen monipuoliset ominaisuudet mahdollistavat koko pelin tarkoituksen muuntavien kenttien teon, ja sillä alunperin tehty Defense of the Ancients julkaistiin 2013 omana pelinään nimellä Dota 2. Warcraft III:een verrattuna se toimii samalla pelimoottorilla, mutta pelimoottorin mekaniikkoja kekseliäästi käyttämällä on rakennettu täysin erilainen peli. Alkuperäisen Defense of the Ancientsin suosio synnytti täysin uuden pelityypin, MOBA:n, eli mutiplayer online battle arenan, joka on nykyään yksi maailman suosituimmista pelityypeistä.

Pelikonsolien rajoitetut käyttömahdollisuudet olivat pitkään esteenä käyttäjien luoman sisällön ilmenemiselle konsolipeleissä. Vuonna 2008 PlayStation 3 -konsolille julkaistu Little Big Planet toi sen myös konsoleille. Little Big Planetissa tulee mukana tasojen ja hahmojen tekemiseen, jakamiseen ja lataamiseen tarvittavat työkalut. Käyttäjien luoma sisältö nostettiin kuitenkin tavallista suurempaan asemaan; pelin ”Play, Create, Share” -iskulauseen mukaan pelaajia kannustetaan pelaamisen lisäksi luomaan ja jakamaan sisältöä. Samalla periaatteella toimiva, vuonna 2015 julkaistu Super Mario Maker toi klassikkopelin takaisin käytännössä



loputtomalla määrällä käyttäjien luomia kenttiä.

Käyttäjien luoma sisältö on siis vahvasti mukana pelien kehityksessä. Se on mahdollistanut vuosikymmeniä jatkuvan uuden sisällön luomisen peleille, joita muuten tuskin pelattaisiin enää. Käyttäjien luomasta sisällöstä on syntynyt uusia pelisarjoja ja -tyyppejä. Se on myös tuonut pelin kehittäjät ja peliyhteisön lähemmäksi toisiaan.

### **3 Käyttäjien luoman sisällön vaikutus peleihin**

Peli merkitsee eri asioita sen kehittäjälle ja pelaajalle. Pelinkehittäjälle peli on harrastus tai myytävä tuote. Sisällön luonti taas on harrastus ja itsensä toteuttamisen väline. Pelaajalle peli on yleensä viihdettä, mutta pelaaminen voi myös opettaa. Perinteisesti sisällönluojat pelaavat itse peliä, joten motivaatio sisällön luomiseen tulee kiinnostuksesta peliin. Nykyään sisällönluojat voivat saada myös rahaa tuotoksistaan. Tässä luvussa tarkastellaan käyttäjien luomaa sisältöä pelin eri osapuolien näkökulmasta, eli miten käyttäjien luoma sisältö vaikuttaa pelinkehittäjään, sisällönluojaan ja pelaajaan.

#### **3.1 Pelinkehittäjän näkökulma**

Pelejä kehittävä yrityksen tavoite on saada pelistään tuottoa. Opetus- ja hyötypelien kehittäjän tavoitteena on yleensä tuoton lisäksi vaikuttaa pelaajiin. Lisäksi pelejä voidaan tehdä harrastuksena ilman rahallista motivaatiota. Motivaatiosta riippumatta pelinkehittäjä pyrkii tekemään pelistä mahdollisimman hyvän. Miten käyttäjien luoma sisältö siis parantaa peliä ja mitä ongelmia siitä voi koitua?

Käyttäjien luoma sisältö pidentää pelin elinaikaa. Esimerkiksi 1993 julkaistulle Doomille luodaan edelleen sisältöä, joten sitä myös pelataan vielä. Sisällön määrä ja sen vaihtelevuus ovat pelille tärkeitä ominaisuuksia, sillä uusi sisältö saa pelaajat kiintymään peliin pidempään. Sisällön, kuten hahmomallien, kenttien, tekstuurien tekeminen peleihin on kuitenkin aikaa vievää ja kallista (Hastings, Guha ja Stanley 2009). Niin harrastelija kuin ammattilainenkin haluaa käyttää aikaa pelin ydinominaisuuksiin, joilla peli erottuu muista peleistä. Sisällönluojat luovat sisältöä yleensä ilmaiseksi (Krumm, Davies ja Narayanaswami 2008), joten kehittäjältä säästyy rahaa ja aikaa, jolloin pelin ydinominaisuuksiin voidaan panostaa enemmän. Mitä paremmin pelinkehittäjä pystyy motivoimaan sisällönluojia, sitä enemmän sisältöä luodaan. Palkitseva sisällönluonti houkuttelee myös luovempia ja ammattitaitoisempia sisällönluojia. Pelinkehittäjälle onkin tärkeää tehdä sisällön luomisesta ja jakamisesta mahdollisimman helppoa ja mielekästä.

Käyttäjien luoman sisällön potentiaalin hyödyntäminen vaatii kuitenkin panostusta myös pe-

lin kehittäjältä. Jotta sisällön luominen, jakaminen ja lataaminen olisi pelaajille mahdollisimman helppoa, täytyy kehittäjän panostaa sisällönluontityökaluihin ja sisällönjakoalustaan. Mitä helpompaa sisällön lataaminen on, sitä tärkeämpää on, että pelaajia miellyttävä ja laadukas sisältö erottuu joukosta. Lisäksi sisällön tulisi olla peliin sopivaa. Sopiva sisältö toimii ja noudattaa pelin yleistä linjaa, kuten ikärajaa. Sopimatonta sisällöstä voi tehdä esimerkiksi kopiosuojattu materiaali. Moderoinnin tärkeimmät tehtävät ovatkin sisällön sopivuuden varmistaminen eli laadunvalvonta ja sisällön arvostelu.

Laadunvalvonta alkaa jo ennen kuin luotu sisältö päätyy jakoon. Tätä vaihetta kutsutaan esimoderoinniksi. Yksinkertaisimmillaan pelin kehittäjä käy yksitellen läpi luotua sisältöä päästäen kriteerit täyttävän sisällön jakoon. Sisällön määrän kasvaessa moderointi käy kuitenkin kalliiksi ja usein mahdottomaksi sisällön valtavan määrän takia. Pelin kehittäjä voi myös ulkoistaa esimoderoinnin yhteisölle esimerkiksi antamalla halukkaille pääsyn testamaan julkaisematonta sisältöä ja arvioimalla sen sopivuutta testajien kommenttien perusteella. Esimoderointi on mahdollista toteuttaa myös algoritmilla, joka pystyy arvioimaan sisällön sopivuutta joidenkin sen parametrien perusteella. Algoritmin tekeminen voi olla kuitenkin vaikeaa toteuttaa hyvin. Lisäksi esimoderoinnin voi toteuttaa sisällön tyyppiä ja ominaisuuksia käyttämällä. Esimerkiksi Super Mario Makerissa kentän tekijän täytyy läpäistä kenttä ennen kuin sen voi ladata jaettavaksi. Näin mahdottomia kenttiä ei pääse jakoon.

Jälkimoderoinnilla tarkoitetaan sopimattoman sisällön karsimista sen jakoonpääsyn jälkeen. Se tapahtuu yleensä yhteisön tai pelin ulkopuolisten tahojen palautteen perusteella, mutta viimekädessä pelin kehittäjän toimesta. Yksinkertainen ja yleisesti käyttäjien luomaa sisältöä käyttävissä palveluissa käytössä oleva tapa on mahdollistaa käyttäjille sopimattomasta sisällöstä ilmoittaminen. Pelin kehittäjä voi käydä ilmoitetun sisällön läpi käsin tai automaattisesti ja poistaa sopimattoman sisällön. Jälkimoderointi onkin halvempaa ja yksinkertaisempaa kuin esimoderointi, mutta sen heikkoutena on sopimattoman sisällön pääseminen jakoon. Sopimattomalla sisällöllä voi olla negatiivisia vaikutuksia pelin brändille ja peliyhteisölle.

Käyttäjien luoman sisällön laatu vaihtelee paljon sen harrasteluontoisuudesta johtuen. Sisällönluojia on ensikertaa peleistä kiinnostuneista pelialan ammattilaisiin. Pelaajien mielenkiinnon ylläpitämiseksi on tärkeää, että heillä on mahdollisuus saada suuren sisällömäärän joukosta paras ja heille sopivin sisältö. Paras sisältö erottuu joukosta sisällön arvostelulla,

jonka yleensä hoitaa yhteisö, mutta jota myös pelin kehittäjä voi tehdä. Peruseriaatteena käyttäjät voivat arvostella kokeilemaansa sisältöä esimerkiksi tykkää/ei tykkää -periaatteella tai asteikolla yhdestä viiteen. Käyttäjän selatessa sisältöä hän voi lajitella sisällön muiden käyttäjien arvostelujen perusteella. Lisäksi käyttäjät voivat löytää juuri itselleen sopivaa sisältöä, jos jakoalusta yksilöi käyttäjien mieltymykset. Jakoalusta voi esimerkiksi muodostaa ryhmiä käyttäjistä, jotka ovat pitäneet samasta sisällöstä ja painottaa sisällön vertailussa ryhmän sisäisten käyttäjien arvosteluja.

### **3.2 Sisällönluojan näkökulma**

Sisällönluojalle pelaaminen ja sisällön luonti ovat pääsääntöisesti harrastuksia. Sisällön luominen on jatke pelaamiselle; pelistä tykkäävä pelaaja kiinnostuu sisällön luomisesta jos se on mahdollistettu. Sisällön luominen tapahtuu pelin sisällä, peliin sisäänrakennetulla työkaluilla, pelin ulkopuolisilla työkaluilla ja pelin tiedostoja muokkaamalla. Sisällön jakaminen tapahtuu pelin sisällä tai sisällönjakoalustoilla.

Sisällön luonti peliin on helppo tapa aloittaa pelinkehitysharrastus riskittömässä ympäristössä ja olla mukana pitämänsä pelin kehityksessä. Sisällönluojat pääsevät myös toteuttamaan itseään ja oppimaan pelisuunnittelua. Hyvästä sisällöstä saa arvostusta vähintäänkin peliyhteisön sisällä, mutta joissain tapauksissa pelin kehittäjä on palkannut sisällönluojia (Calvin). Sisällöstä voi saada myös suoraa rahallista korvausta. Esimerkiksi Counter-Strike -pelisarjan ja Dota 2 pelin kehittäjä, Valve Corporation maksaa omiin peleihinsä tehdystä maksullisesta sisällöstä osinkoja myös sisällönluojille (Kroll 2015a). Valve on kokeillut myös laajamittaisempaa ja vapaampaa sisällön myyntiä, jossa sisällönluojat pystyivät itse määrittämään hinnan sisällölleen (Kroll 2015b). Kokeilu lopetettiin vain viikon kokeilun jälkeen (Kroll 2015c). Esimerkiksi eri maiden verolainsäädännöt ja yksityiset pelaajatiedot, kuten henkilöturvattunnukset, vaikeuttavat sisällöstä maksamista (Graft 2012). Lisäksi sisällöstä maksavan tahon oli vaikea tietää, miten sisällön laatu vastasi sen hintaa. Valve pitää kuitenkin sisällön myyntiä Steam Workshop -sisällönjakoalustassaan mahdollisena tulevaisuudessa (Kroll 2015c).

Nykyään sisällön luonti on siis pääasiassa harrastepohjaista toimintaa, mutta tulevaisuudes-

sa kaupallisuudesta voi olla sekä hyötyä että haittaa sisällönluo-  
jat voivat alkaa saamaan rahallista korvausta tuotoksistaan, mutta sisällönluojista voi tulla  
myös ilmaista työvoimaa pelialan yrityksille, jos sisällönlouonti pyritään ulkoistamaan täysin  
käyttäjille. Vapaaehtoisuudesta johtuen pelin kehittäjien on kuitenkin pidettävä hyvät välit  
sisällönluojiin ja sisällönlouonti on viimekädessä vapaaehtoista, joten sisällönlouonnin kauppal-  
listamisen negatiiviset puolet ovat pieniä.

### **3.3 Pelaajan näkökulma**

Käyttäjien luoma sisältö tuo pelaajalle käytännössä loputtomasti pelattavaa sisältöä ja uusia  
tapoja pelata vanhaa peliä. Uusi pelattava sisältö voi olla myös yllätyksellisempää, haasteel-  
lisempää ja parempaa kuin pelinkehittäjän luoma pelin alkuperäinen sisältö. Uudet haasteet  
voivat saada pelaajat kiintymään peliin pidempään (Ghozland 2007). Lisäksi käyttäjien luo-  
mat grafiikkapäivitykset voivat saada vanhan pelin nykyaikaisen näköiseksi. Pelattavuuteen  
vaikuttamaton kosmeettinen sisältö ja kustomointimahdollisuudet voivat saada pelin tuntu-  
maan kiinnostavammalta ja vaihtelevammalta.

Parhaimmillaan käyttäjien luomat modit, muuttavat koko pelikokemuksen uudenaikaiseksi.  
Käyttäjien luoma sisältö tekee siis peleistä enemmän pelaajiensa näköisiä. Pelinkehittäjän  
mahdollistama sisällönlouonti lisää myös pelin yhteisöllisyyttä. Vaikka pelaaja ei olisikaan  
kiinnostunut itse sisällönlouomisesta, käyttäjien luoma sisältö voi parantaa pelikokemusta.

## 4 Sisällön jakaminen

Tässä luvussa tarkastellaan käyttäjien luoman sisällön jakamista, eli miten ja missä käyttäjät voivat jakaa luomaansa sisältöä ja mitä muuta sisällön jakamiseen liittyy. Ensin pohditaan sisällönjakopalveluiden piirteitä yleisesti, jonka jälkeen tutustutaan Steam Workshop -sisällönjakoalustaan, koska se on suurin käyttäjien luoman sisällön jakoon keskittynyt palvelu.

Sisällön jakaminen on helpottunut internetin yleistyessä. Isonkin sisältömäärän siirtäminen sen luojalta pelaajalle onnistuu nopeasti. Sisällön jakamisessa on tärkeää, että se on mahdollisimman helppoa sekä sisällönluojalle että pelaajalle. Pelaajan on hyvä pystyä myös arvostelemaan kokeilemaansa sisältöä, jotta suuren sisältömäärän joukosta erottuisi paras sisältö. Sisällön arvostelu on hyvä myös sisällönluojille, jotta vaivalla tehty ja laadukas sisältö ei huku suuren sisältömäärän joukkoon. Toisaalta sisällönluoja voi pettyä, jos sisällöstä ei tykätä. Sisällönarvostelujärjestelmät ovat myös alttiita tulosten manipuloinnille. Käyttäjät voivat esimerkiksi arvostella oman sisältönsä hyväksi ja muiden sisällön huonoksi useilla luomillaan tunnuksilla (Kakhki, Kliman-Silver ja Mislove). Manipulointi on erityisen vaarallista, jos sisältö on maksullista, koska raha motivoi vilppiin. Sisällönjakoalustojen ulkopuolella jakaminen tapahtuu yleensä pelin sisällä, pelin verkkosivuilla tai ulkopuolisen modausyhteisön verkkosivuilla.

Jos peli sisältää sisällön luomiseen tarkoitetun työkalun, kuten kenttäeditorin, sisällön jako tapahtuu yleensä pelin sisällä. Tällainen pelin sisäinen jakoalustaintegraatio on yleisintä konsolipeleissä, koska ulkopuolisen sisällön lisääminen peliin voi olla vaikeaa konsolien luonteesta johtuen. Pelin sisäinen sisällönjakaminen voi myös toimia yhdessä ulkopuolisen sisällönjakoalustan, kuten Steam Workshopin kanssa.

Steam on Valve Corporationin kehittämä, vuonna 2003 julkaistu digitaalisten pelien jakoalusta. Sitä käyttää jatkuvasti yli 7 miljoonaa käyttäjää (*Steam & Game Stats*). Päätoiminnallisuutenaan se tarjoaa käyttäjilleen mahdollisuuden ostaa ja pelata pelejä, mutta sen kautta voi myös keskustella kavereiden kanssa ja peleihin liittyvissä yhteisöissä. Lisäksi siihen kuuluvan Steam Workshopin kautta voi jakaa luomaansa sisältöä ja tarkastella, ladata ja arvostella

muiden luomaa sisältöä.

Steam Workshop on Steamiin 2011 lisätty käyttäjien luoman sisällön jakamista varten tehty alusta. Jotta pelin sisältöä voi jakaa Steam Workshopissa, on sen kehittäjän täytynyt tehdä pelistä Steam Workshop -yhteensopiva. Steamin tuhansista peleistä Workshop-toiminnallisuutta hyödyntää 373 (*Steam Workshop*). Niissä on yhteensä miljoonia yksittäisiä sisällönkappaleita. Sisältötyyppejä ovat esimerkiksi kentät, vaihtoehtoiset ulkoasut ja erilaiset pelimuodot. Käyttäjien luoman sisällön määrältään isoimpia pelejä ovat Garry's Mod (842429 sisällönkappaletta), Portal 2 (509169), Space Engineers (166760) ja Counter-Strike: Global Offensive (154374) (*Steam Workshop item count*).

Pelin kehittäjä voi integroida Steam Workshopin peliinsä kahdella tavalla. Ready-to-use -mallilla integroituun peliin sisällönluojat voivat lisätä ja päivittää luomaansa sisältöä milloin haluavat. Pelaajat voivat sitten selata sisältöä ja ”tilata” haluamansa tavarat. Tilatut tavarat latautuvat ja päivittyvät tämän jälkeen automaattisesti peliin. Curated workshop -mallilla pelinkehittäjä valitsee luodusta sisällöstä käsin peliin haluamansa osat, jotka lisätään peliin sen virallisen päivityksen yhteydessä. Pelaajat voivat arvostella sisältöä ulkonäön perusteella tai pelin testiversiossa. Pelin kehittäjä voi näiden arvostelujen perusteella nähdä, mitä sisältöä pelaajat haluavat peliin. Tällä mallilla lisätty sisältö voi olla maksullista, jolloin pelin kehittäjä ja sisällön luoja jakavat voitot. Myös ready-to-use -mallissa koitettiin maksullisen sisällön mahdollisuutta 24.4. - 28.4.2015. Tällä aikavälillä The Elder Scrolls: Skyrim -peliin sisältöä luova käyttäjä pystyi määrittämään hinnan sisällölleen. Ostetulla sisällöllä oli kahdenkymmenen tunnin palautusoikeus (Kroll 2015b). Kokeilu kuitenkin loppui lyhyeen epäselvissä olosuhteissa. Valven antamassa tiedotteessa sanotaan, että ”emme selvästi tienneet mitä tarkalleen olimme tekemässä” (Kroll 2015c).

Valve käyttää peleissään Counter-Strike: Global Offensive, Dota 2 ja Team Fortress 2 molempia malleja. Peleihin saa käyttäjien luomia kenttiä ilmaiseksi Workshopista, mutta pelihahmojen ulkonäköön vaikuttavia tavaroita ei voi ladata. Sen sijaan tavaroita ja maksullisilla avaimilla avattavia laatikoita saa satunnaisesti pelaamalla. Laatikon avaamalla saa yhden sen sisältämistä tavaroista arvontaperiaatteella. Tavaroita ja laatikoita voi myös ostaa muilta pelaajilta ja pelin kaupasta. Nämä ulkonäkötavarat ovat pääosin käyttäjien luomia. Edellämainittuihin peleihin luoduista tavaroista on maksettu yli 57 miljoona dollaria yli 1500

sisällönluojalle (Kroll 2015a).



## 5 Yhteenveto

Käyttäjien luoma sisältö on jatkuvasti kasvava ilmiö. Peleissä se ilmenee esimerkiksi uusiina kenttinä, tavaroina ja kampanjoina. Parhaimmillaan käyttäjien luoma sisältö voi muuttaa pelin kulun kokonaan, saaden vanhan pelin vaikuttamaan uudelta.

Peleissä käyttäjien luomaa sisältöä on käytetty vaihtelevalla menestyksellä 80-luvulta lähtien. Sen juuret ovat harrastepohjaisessa fanitoiminnassa, mutta nykyään siitä on tullut myös kaupallinen ilmiö. Käyttäjän luomasta modista on syntynyt esimerkiksi Dota 2, joka on yksi maailman suurimmista e-urheilupeleistä.

Käyttäjien luomasta sisällöstä hyötyy niin pelinkehittäjä kuin pelaajakin. Vaikka sisällönluonnin ja jakamisen mahdollistaminen ja helpoksitekeminen vaatii työtä pelin kehittäjältä, se luo pelin ympärille tiiviimmän yhteisön, joka on valmis työskentelemään pelin parissa yleensä ilmaiseksi. Samalla pelaajat saavat peliinsä lisää sisältöä, mikä saa heidät kiintymään peliin pidempään. Sisällönluojat pääsevät tekemään peliin sisältöä, jota itse haluaisivat nähdä pelissä. Näin sisällönluojat voivat olla mukana pelin kehityksessä. Hyvän sisällön luonnista saa arvostusta peliyhteisön sisällä, mutta parhaimmillaan se voi avata oven peliyritykseen.

Käyttäjien luoma sisältö peleissä ei kuitenkaan ole vielä saavuttanut potentiaaliaan. Sen toteutuksessa ja kaupallistamisessa on ongelmia eikä juuri peleissä ilmenevää käyttäjien luomaa sisältöä ole tutkittu paljoa. Hyvä jatkotutkimuksen aihe olisi esimerkiksi pelin kehittäjän ja sisältöä luovien käyttäjien välinen kommunikaatio, eli minkälainen sisältö sopii peliin, miten sisällönluojia voi palkita ja mikä on sisällönluojien rooli pelin kehityksessä. Lisäksi olisi hyvä tutkia, miten sisällönluonnista ja jakamisesta voi tehdä mahdollisimman helppoa.

## Lähteet

- Alexa: Top 500 sites on the web.* Saatavilla WWW-muodossa, <http://www.alexacom/topsites>, viitattu 26.9.2016.
- Calvin, Alex. *How modding can land you a career in games.* Saatavilla WWW-muodossa, <http://www.develop-online.net/news/how-modding-can-land-you-a-career-in-games/0201739>, viitattu 21.11.2016.
- Counter-Strike: Global Offensive in Steam Workshop.* Saatavilla WWW-muodossa, <https://steamcommunity.com/workshop/browse/?appid=730>, viitattu 26.9.2016.
- Ghozland, David. 2007. *Designing for Motivation.* Saatavilla WWW-muodossa, [http://www.gamasutra.com/view/feature/1419/designing\\_for\\_motivation.php?print=1](http://www.gamasutra.com/view/feature/1419/designing_for_motivation.php?print=1), viitattu 21.11.2016.
- Graft, Kris. 2012. *User-generated content: When game players become developers.* Saatavilla WWW-muodossa, [http://www.gamasutra.com/view/news/179493/Usergenerated\\_content\\_When\\_game\\_players\\_become\\_developers.php](http://www.gamasutra.com/view/news/179493/Usergenerated_content_When_game_players_become_developers.php), viitattu 26.9.2016.
- Hastings, Erin J., Ratan K. Guha ja Kenneth O. Stanley. 2009. "Evolving Content in the Galactic Arms Race Video Game".
- History of Modding.* 2011. Saatavilla WWW-muodossa, <https://mediaindustries1.wordpress.com/modmoddermodding/history-of-modding/>, viitattu 26.9.2016.
- Kakhki, Arash Molavi, Chloe Kliman-Silver ja Alan Mislove. *Iolous: Securing Online Content Rating Systems.* Saatavilla WWW-muodossa, <http://www.ccs.northeastern.edu/home/arash/home/files/Iolous-WWW.pdf>, viitattu 26.9.2016.
- Kroll, Alden. 2015a. *Content Creators Earn Over \$50M Through Steam Workshop, Can Now Earn Money in More Games.* Saatavilla WWW-muodossa, <http://steamcommunity.com/games/SteamWorkshop/announcements/detail/154581565731694927>, viitattu 26.9.2016.

Kroll, Alden. 2015b. *Introducing New Ways to Support Workshop Creators*. Saatavilla WWW-muodossa, <http://steamcommunity.com/games/SteamWorkshop/announcements/detail/208632365237576574>, viitattu 26.9.2016.

———. 2015c. *Removing Payment Feature From Skyrim Workshop*. Saatavilla WWW-muodossa, <https://steamcommunity.com/games/SteamWorkshop/announcements/detail/208632365253244218>, viitattu 26.9.2016.

Krumm, John, Nigel Davies ja Chandra Narayanaswami. 2008. *User-Generated Content*. Saatavilla WWW-muodossa, <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?reload=true&arnumber=4653465>, viitattu 15.11.2016.

Pedersen, Christopher, Julian Togelius ja Georgios N. Yannakakis. 2010. “Modeling Player Experience for Content Creation”. *IEEE Transactions on Computational Intelligence and AI in Games 2*.

*Steam & Game Stats*. Saatavilla WWW-muodossa, <http://store.steampowered.com/stats/>, viitattu 10.4.2016.

*Steam Workshop*. Saatavilla WWW-muodossa, <http://steamcommunity.com/workshop/>, viitattu 11.4.2016.

*Steam Workshop item count*. Saatavilla WWW-muodossa, <https://gist.github.com/TomasDuda/ba29f9fd5311c77d89b5>, viitattu 11.4.2016.